



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: COMUNICAÇÃO E CULTURAS MIDIÁTICAS
LINHA DE PESQUISA: MÍDIA E COTIDIANO

MÍDIA, COTIDIANO E PERSONAGENS:
Uma análise da construção de perfis jornalísticos na revista *Veja*

AMANDA TENÓRIO PONTES DA SILVA

JOÃO PESSOA

2012

AMANDA TENÓRIO PONTES DA SILVA

MÍDIA, COTIDIANO E PERSONAGENS:

Uma análise da construção de perfis jornalísticos na revista *Veja*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, na linha Mídia e Cotidiano, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira

JOÃO PESSOA

2012

S586m Silva, Amanda Tenório Pontes da.
 Mídia, cotidiano e personagens: uma análise da construção de perfis
 jornalísticos na revista Veja / Amanda Tenório Pontes da Silva.-- João Pessoa,
 2012.
 109f. : il.
 Orientador: Wellington José de Oliveira Pereira
 Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCHLA
 1. Mídia. 2. Cotidiano. 3. Perfil Jornalístico. 4. Discurso. 5. Personagem.

UFPB/BC

CDU: 316.774(043)

AMANDA TENÓRIO PONTES DA SILVA

MÍDIA, COTIDIANO E PERSONAGENS:

Uma análise da construção de perfis jornalísticos na revista *Veja*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, na linha Mídia e Cotidiano, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Wellington José de Oliveira Pereira
Orientador/PPGC/UFPB

Prof. Dr. Derval Gomes Golzio
Examinador/PPGC/UFPB

Prof. Dr. Hildeberto Barbosa Filho
Examinador/Decom/UFPB

À minha família

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, por ter feito todas as coisas do mundo com tamanha excelência...

Ao exemplo de Jesus Cristo...

À minha mãe, Marilene, pela certeza de companhia e amparo em todos os momentos...

Ao meu pai, Welington, pelo exemplo de dedicação e disciplina...

Ao meu irmão, Anderson, pelo estímulo dado à conclusão dos meus estudos...

Ao meu padrinho, Alexandre, pela jeito alegre...

À minha madrinha, Girlene, pela receptividade sempre garantida...

Ao meu orientador, Wellington Pereira, pela docilidade em como leva a vida, tornando o entendimento das coisas mais complicadas em prazeres compreendidos a partir do estudo da vida cotidiana, esta que nunca deixará de ser difícil de ser dimensionada...

Aos professores Derval Golzio e Hildeberto Barbosa Filho, pela participação na banca de qualificação e dissertação, em suas inúmeras contribuições na minha formação acadêmica desde a graduação...

Ao professor Marcos Nicolau, em seu constante compromisso com o PPGC-UFPB, além das palavras de conforto para mim dirigidas nos momentos de incerteza perante os prazos das atividades...

Aos meus companheiros da turma de Mestrado...

As ex-alunas do Mestrado: Dayana Melo, Geanne Batista e Marina Magalhães, exemplos no trato acadêmico...

A todos que fazem parte do Grupecj – Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo...

À minha sempre amiga, Amanda Costa, e aos colegas conquistados na graduação em Jornalismo, Maianna Fernandes e Douglas Xavier...

À secretária Lenir Antunes pela simpatia e receptividade...

Ao funcionário João Pedro que se mostra um exemplo de dedicação ao PPGC-UFPB...

Ao professor Rubens Weyne, nobre parceria no estágio de docência...

À Capes, pela bolsa de estudos...

À todos, meu muito obrigada!

Presume-se que a vida apresenta coisas reais, e, às vezes, bem ensaiadas.

(Erving Goffman)

RESUMO

No presente estudo buscamos compreender como o perfil, formato de escrita voltado à centralização da personagem na narrativa jornalística, pode, a partir do retrato singular de um sujeito, representar o cotidiano no qual o mesmo está inserido. Para tanto, utilizamos conceitos da sociologia ancorados nos teóricos Georg Simmel, em seus ensaios sobre a sociabilidade, o dinheiro e a moda; o cientista social Erving Goffman, membro da Escola de Chicago com obras sobre a construção das *personas* e da representação dos papéis na vida cotidiana, analisando esses fenômenos por meio da interação e dramaturgia; e o sociólogo francês Michel Maffesoli, herdeiro teórico dos pesquisadores supracitados e que nos orienta no sentido de compreendermos temas como aparência, presenteísmo e espetáculo do privado na vida pública. Como material para análise escolhemos a revista *Veja*, que, ao longo dos anos, tem-se mostrado a publicação com o maior número de exemplares vendidos no Brasil. Os perfis, então, foram selecionados levando em consideração a segmentação da própria revista, visto que além de determinarmos que deveriam ser a matéria de capa, caberia estarem disponibilizados no espaço do site de *Veja* denominado “Gente e Memória” (http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/gente_memoria.shtml). Nele, deparamo-nos com vinte revistas na categoria denominada “personalidades brasileiras”, nove em “personalidades estrangeiras” e 14 em “memória”. Nos atemos ao primeiro grupo, onde das vinte edições temos efetivamente 12 podendo ser considerados perfis jornalísticos. Para analisar a amostra utilizamos a análise do discurso midiática com foco nos autores franceses Patrick Chareadeau e Dominique Maingueneau. Com o intuito de analisar o conteúdo presente nas narrativas, dividimos esses 12 exemplares nos seguintes temas: 1) corpo, aparência e beleza; 2) dinheiro, poder e consumo; 3) saúde, doença, morte e esquecimento. Com isso pretendemos perceber de maneira clara o quanto o conteúdo do material interfere nas várias maneiras e possibilidades de narrar o perfil.

Palavras-chave: Mídia; Cotidiano; Perfil jornalístico; Discurso; Personagem.

ABSTRACT

In this study we seek to understand how the profile, the writing format centralization of the journalistic narrative, character in may, from the unique portrait of a subject, represent the everyday life in which it is inserted. To do so, we use theoretical concepts of Sociology anchored in Georg Simmel, in his essays on sociability, the money and the fashion; the social scientist Erving Goffman, Member of the Chicago School with works on the construction of the *personas* and the representation of roles in everyday life, analyzing these phenomena through the interaction and dramaturgy; and the french sociologist Michel Maffesoli, theoretical heir of the above researchers and that guides us to understand subjects such as appearance, “presenteísmo” and private spectacle in public life. As material for analysis we chose the magazine *Veja*, which over the years has shown the publication with the largest number of copies sold in Brazil. The profiles, then, were selected taking into account the segmentation of own magazine, since in addition to determine who should be the cover story, would be made available on the website see space named "Gente e Memória" (http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/gente_memoria.shtml). In it, we are faced with twenty magazines in the category named "brazilian personalities," nine in “foreign personalities” and twenty in "memory". In the first group, where we of twenty edits we have 12 and can be considered effectively journalistic profiles. To analyze the sample we use the media discourse analysis with focus on french authors Patrick Chareadeau and Dominique Maingueneau. In order to analyze the content present in the narrative, we have divided these 12 copies on the following themes: 1) body, appearance and beauty; 2) money, power and consumption; 3) health, illness, death and oblivion. With this we intend to realize clearly how much the content of the material interferes in several ways and possibilities of narrating the profile.

Key-words: Media; Quotidian; Journalistic profile; Discourse; Personage.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - “Niemeyer: um arquiteto para o mundo”, edição de 14 de dezembro de 1977

FIGURA 2 - “Sônia Braga: uma mulher para o Brasil”, edição de 10 de maio de 1978

FIGURA 3 - “Cazuza: uma vítima da Aids agoniza em praça pública”, edição de 26 de abril de 1989

FIGURA 4 - “Xuxa: a loirinha de 19 milhões de dólares”, edição de 25 de setembro de 1991

FIGURA 5 - “Glória Perez: a dor e a ira de uma mãe”, edição de 10 de fevereiro de 1993

FIGURA 6 - “Sandra Bréa: mulheres e aids”, edição de 25 de agosto de 1993

FIGURA 7 - “Vera Fisher: o furacão loiro aos 40”, edição de 01 de setembro de 1993

FIGURA 8 - “Betinho: o grão da cidadania”, edição de 29 de dezembro de 1993

FIGURA 9 - “Miguel Falabella: o charme secreto da loira má”, edição de 30 de agosto de 1995

FIGURA 10 - “Osmar Santos: a força de Osmar”, edição de 20 de novembro de 1996

FIGURA 11 - “Marta Suplicy: mulher do barulho”, edição de 26 de novembro de 1997

FIGURA 12 - “Gisele Bündchen: a número 1”, edição de 01 de dezembro de 1999

FIGURA 13 – Capa da revista que traz Sônia no perfil

FIGURA 14 – Título usado expressamente para chamar a atenção dos leitores

FIGURA 15 – Foto sensual e sucesso internacional

FIGURA 16 – Sônia Braga brincando com o cachorro e curtindo o seu dia-a-dia

FIGURA 17 – Fotografias de alguns dos seus personagens

FIGURA 18 – Sônia Braga e outras musas da beleza brasileira

FIGURA 19 – Opinando sobre a situação do país

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
METODOLOGIA	16
CAPÍTULO 1 – O JORNALISMO ENQUANTO FORMA DE CONHECIMENTO	20
1.1 MÍDIA	20
1.2 IMPRENSA	22
1.2.1 A evolução da imprensa	23
1.3 JORNALISMO	24
1.3.1 O texto jornalístico	25
1.4 NARRATIVA JORNALÍSTICA	26
1.4.1 Tipos de narrador	28
1.5 A PERSONAGEM EM DESTAQUE NA NARRATIVA	29
1.6 GÊNEROS JORNALÍSTICOS	32
1.7 O PERFIL JORNALÍSTICO	34
1.8 O PERFIL ENTENDIDO A PARTIR DE FORMATOS FRONTEIRIÇOS	37
1.8.1 Reportagem	38
1.8.2 Entrevista	39
1.8.2.1 As fontes e sua importância para a construção de perfis	41
1.8.2.2 A entrevista no jornalismo impresso	42
1.8.2.3 Tipos de entrevista	42
1.8.3 Biografia	45
1.8.4 A história de vida enquanto método	46

CAPÍTULO 2 – COTIDIANO: TEMPO, ESPAÇO E SUJEITO	48
2.1 SITUANDO OS ESTUDOS SOBRE O COTIDIANO	50
2.1.1 Formismo	52
2.1.2 Interacionismo simbólico	53
 CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DO DISCURSO	 56
3.1 O QUE É O DISCURSO?	57
3.2 OS TRÊS PERÍODOS DA AD FRANCESA	58
3.3 DISCURSO DAS MÍDIAS SEGUNDO PATRICK CHAREADEAU	58
 CAPÍTULO 4 – PERFIS EM <i>VEJA</i>	 61
O JORNALISMO DE REVISTA NO BRASIL	61
A REVISTA <i>VEJA</i>	62
 CAPÍTULO 5 - ANÁLISE DA AMOSTRA	 64
5.1 AS FOTOS DE CAPA	72
5.2 O CUIDADO COM O PERFIL E SUAS FORMAS DE ESCRITA PREDOMINANTES	74
5.2.1 O ambiente, ou, segundo Goffman, o cenário	76
5.2.2 Os perfilados e a legitimação das personalidades a partir das vozes externas	77
5.2.3 Em busca de uma identidade nacional	78
5.2.4 Ascendência e descendência	80
5.2.5 A simplicidade dos perfilados como estratégia	82
5.2.6 O estar situado no cotidiano social a partir das histórias de vida pessoais	83
5.3 CATEGORIZANDO O CONTEÚDO	84
5.3.1 Corpo, aparência e beleza: explorando os contornos do corpo feminino	84

5.3.2 Saúde e doença: *personas* fragilizadas pela experiência da morte..... 88

5.3.3 A lógica do dinheiro: fama, sucesso e poder 92

POR UMA QUESTÃO DE EXEMPLO 95

CONCLUSÃO 102

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 106

Revistas 109

INTRODUÇÃO

O jornalismo é uma forma de conhecimento que inscreve em seu discurso, mesmo que através de filtros, o cotidiano da sociedade na qual está inserido. Assim, classificando sua escrita em gêneros, formatos e tipos (MELO & ASSIS, 2010) pretendemos alicerçar a cultura jornalística buscando compreender as pesquisas que analisam as diversas formas de narrar a informação.

Nesse estudo, o perfil será entendido como um formato do gênero interpretativo cujo centro da narrativa feita pelo repórter são os relatos das passagens de vida de um dado sujeito. Resgatando lembranças do passado e projetando no futuro um gancho para a atualidade, o formato está diretamente ligado ao momento presente, já que é um acontecimento de projeção midiática que geralmente motiva a sua confecção.

O perfil abre a possibilidade do repórter descrever uma pessoa de maneira apurada e minuciosa, inclusive incluindo ao seu relato depoimentos de personagens atuantes na vida do perfilado¹, mas que não necessariamente terão opinião uníssona sobre o mesmo.

Com essa dissertação buscamos, de maneira didática, primeiramente compreender o perfil jornalístico a partir de uma relação aproximação/distanciamento com formatos fronteirícios como a biografia, que relata quase toda a vida de um indivíduo, a entrevista, que geralmente se pauta apenas na conversa a respeito de um fato acontecido, a reportagem, e a história de vida, tida normalmente como metodologia nas Ciências Sociais.

Escolhemos precisamente o perfil porque nele podem ser encontradas marcas da contemporaneidade, afinal, ao relatar a vida privada de um sujeito considerado público, acaba-se por induzir o leitor a perceber em trechos da vida dos perfilados partes da sua própria vida. Essa característica do texto normalmente traz um clima intimista à história, quando percebemos que o olhar que temos acerca do outro só é possível graças ao entendimento que temos de nós mesmos. A máscara (*persona*) permite representar o pavor ou a angústia, a cólera ou a alegria, em afetos que só se valem porque são coletivos (MAFFESOLI, 1996).

Fortemente baseado na vida cotidiana, com o perfil torna-se possível construir verdadeiros retratos jornalísticos, configurando-se num bom revelador do estilo da época e dos atores que elaboram o conhecimento coletivo e a construção da realidade por meio da relação homem, mídia e sociedade. Concebendo assim os fatos narrados não apenas como fenômenos isolados, mas como formas de um dado instante no qual interagem tempo, espaço e sujeito.

¹ Expressão utilizada por Sergio Vilas Boas em *Perfis: e como escrevê-los* para designar os sujeitos que tiveram as suas vidas narradas pelo jornalista através do formato perfil.

Na presente pesquisa analisaremos como a revista *Veja* utilizou o perfil para atestar a destreza com que o formato escolhido perpassa a fronteira entre o particular e o universal. O compromisso no entendimento do formato está justamente como o repórter pode utilizá-lo para retratar o cotidiano da época em que cada perfilado está inserido.

Nossa amostra serão 12 perfis publicados pela revista que, desde a sua fundação em 1968, destacou-se na veiculação de histórias de personalidades que aliaram a exposição da vida privada, retirada do foro íntimo, à pública, arraigada no cotidiano.

O interesse em estudar *Veja*, entre tantas outras, surgiu da periodicidade da revista em produzir perfis de indivíduos, brasileiros e conhecidos do público, que reforçaram a identidade histórica do país através de acontecimentos que marcaram a sua trajetória, quer pela exaltação da fama, do dinheiro, da beleza ou do carisma, quer por fatos trágicos, como a dificuldade natural de lidar com a morte, a doença ou o esquecimento.

A revista *Veja* também foi escolhida por ser a publicação com a maior vendagem no país, tendo surgido num momento delicado historicamente para o Brasil, 1968, e intitular-se como porta-voz de uma dita “identidade nacional”. Ou seja, que identidade seria essa que relaciona o cotidiano de um país ao cotidiano de uma personagem?

No site própria da revista, em seu acervo digital, em *link* intitulado “Gente e Memória”, encontramos capas que trazem personalidades perfiladas em seu conteúdo, este dividido em três categorias: “Memória”, com perfis de pessoas falecidas, “*Personalidades estrangeiras*”, e finalmente “*Personalidades brasileiras*”. Nas doze edições de *Veja* selecionadas nessa última categoria pretendemos verificar porque a revista deu prioridade ao individual e não ao acontecimento jornalístico por completo.

Para analisar os exemplares escolhidos, lidaremos diretamente com a análise de discurso cujos autores a serem utilizados são da escola francesa. Charaudeau e Maingueneau servirão de base por darem atenção aos discursos veiculados em mídias como as revistas. Com isso, a partir deles, nesse estudo, tentarmos apontar a nossa preocupação aos variados gêneros jornalísticos de escrita do meio impresso.

Os temas que aparecerão de forma abrangente ao longo das análises dos perfis nas revistas, *a priori*, são interação, teatralidade, aparência e celebração da fama, entendidos a partir da tríade Georg Simmel, Erving Goffman e Michel Maffesoli. Os três pesquisadores, apesar de estarem em momentos históricos, políticos e sociais distintos, são fortemente interligados por esses pontos.

Os elementos teóricos supracitados fazem-se largamente presentes no cotidiano do mundo artístico. Assim, verificaremos se os perfilados conhecidos do grande público servirão com as suas histórias pessoais, identidades, conflitos e vivências, para retratarem o cotidiano do próprio país,

além de demarcarmos quais estratégias discursivas podem ser utilizadas pelo narrador ao longo do texto para explorar essas possibilidades abertas pelo perfil.

Levando em conta o conteúdo dos exemplares a serem analisados, resolvemos categorizá-los em três grandes grupos: 1) trata do corpo e sua relação com a aparência e as possibilidades de embelezamento até mesmo através da moda; 2) tem como temática central a questão da morte, consequentemente lidamos com as questões da saúde, doença e esquecimento; 3) o dinheiro e as decorrências do mesmo, como a exibição do poder e do consumo desses sujeitos.

Nossa preocupação com a divisão dessas temáticas se deu para que compreendamos quais mecanismos presentes nas vozes de três sujeitos: narrador, perfilados e externos, aparecem no perfil e como os assuntos abordados servem, de maneiras distintas, para confirmar os relatos e as estratégias discursivas do formato.

METODOLOGIA

Podemos afirmar que nas ciências humanas há um longo tempo não nos ocupamos mais em buscar uma metodologia única e engessada para as diversas disciplinas que integram o campo. Ao contrário, uma constante nesse sentido têm sido as discussões que postulam a adequação de métodos oriundos de outras áreas, mas que agregam conhecimento e resultados na pesquisa de cunho jornalístico.

A criatividade do pesquisador e a sua capacidade em enxergar as ligações existentes entre o seu objeto de estudo e as outras áreas de conhecimento fazem parte de uma nova tendência que não postula o saber como algo exclusivo de um espaço ou de outro, pois a natureza das pesquisas, em realidade, está no diálogo.

Didaticamente, o primeiro ponto a ser esmiuçado pelos pesquisadores que lidam com os estudos das ciências da comunicação seria situar onde o seu objeto de pesquisa pode ser localizado nesse vasto campo. No nosso caso, estando na Comunicação, e mais precisamente, na mídia impressa, a escolha foi pelo meio específico da revista de informação, esta que normalmente tem como periodicidade o jornalismo semanal, ou seja, com mais tempo para esmiuçar os formatos a serem trabalhados.

Por lidarmos diretamente com a discussão acerca da conceituação dos gêneros jornalísticos, nossa primeira atitude foi selecionar a classificação na qual iríamos nos basear para nomear o perfil, evitando conflitos com a conceituação de outros formatos de escrita fronteiriços. Isso se deu para que possamos fazer uma correta elucidação ao nos depararmos com esse tipo de texto.

A classificação recentemente elaborada pelos professores José Marques de Melo e Francisco de Assis, organizadores do livro *Os Gêneros Jornalísticos no Brasil* (2010), auxiliou-nos no sentido de fazer um apanhado histórico das pesquisas sobre gêneros jornalísticos no Brasil, encabeçadas não só por Melo, mas por autores como Luiz Beltrão e Edvaldo Pereira Lima, em épocas distintas.

Os estudos dos gêneros jornalísticos presentes nessa e em outras obras solidificou o trabalho no sentido de percebermos o quanto os gêneros, formatos e tipos (MELO, 2010) localizam-se em entremeios e acabam hora ou outra cruzando-se, e com isso, assimilam características dos demais, e muitas vezes perdendo as suas próprias.

O cotidiano como um espaço de temporalidade contínua e intenso fluxo de informações contribui para que pensemos que o jornalismo impresso deve sempre ser pesquisado de forma sistemática e periódica, afinal, está em constante mudança e adaptação. Os gêneros, formatos e novos estilos que vem surgindo só tendem a ratificar isso.

Os estudiosos dividem o jornalismo impresso em gêneros. Melo (2010) destaca o informativo, interpretativo e opinativo; os formatos: entrevista, reportagem, artigo, perfil, entre tantos outros; e tipos, sendo as maneiras diferentes de escrever os formatos, por exemplo: entrevista anedótica, entrevista temática, etc. Nesse sentido, o perfil é enquadrado como formato jornalístico do gênero interpretativo.

Tendo características próprias, mas que muitas vezes o distinguem de outro formato a partir de uma linha tênue, escolhemos trabalhar, lado a lado com o perfil, a entrevista, como sendo tanto um formato quanto uma técnica responsável pela etapa primordial na elaboração do perfil: a aventura de estar frente a frente ao seu entrevistado; a reportagem, que costumamos denominar como sendo bastante próxima ao perfil, pois tem características muito parecidas a ele como a fidelidade na apuração; e a biografia, que constitui-se basicamente como um formato de escrita fronteiro entre a Literatura, o Jornalismo e a História, mas que, assim como o perfil, tem como tônica os pormenores na vida do sujeito a ser “desvendado”.

Nossa preocupação ao correlacionar esses estilos de escrita até de áreas distintas, como o caso da Biografia, não foi apenas didática, de forma a separar o que viria a ser “genuinamente” um perfil, mas compreender de que maneira esses formatos se tocam a ponto de se aproximarem ou distanciarem, de modo, assim, a trazer um enriquecimento não só a literatura a respeito do perfil, mas contribuir para a percepção acerca dos outros formatos relacionados.

Diante desse fato, constatamos que a concepção que se tem de um formato nunca estará plena e fechada, os conceitos são mutáveis e variarão, entre outras coisas, segundo o tempo histórico, social, econômico, político e estético de uma determinada cultura. Por isso mesmo, o estudo dos formatos torna-se necessário para a existência de um jornalismo preocupado com as suas maneiras de fazer.

Dentro da mídia impressa das revistas temos o perfil sendo uma forma eficaz de narrar o momento presente da vida de um sujeito. E sendo o jornalismo traduzido como escrita das formas diárias, correlacionamo-lo diretamente aos estudos do cotidiano centrado na análise das interações entre sujeitos como termômetros da vida social.

Nesse sentido, o trabalho pode ser substancialmente dividido em três partes: o jornalismo enquanto forma de conhecimento, onde teremos a discussão sobre o perfil jornalístico enquanto um formato. O segundo momento são os esboços sobre as teorias que problematizam o cotidiano e que nos possibilitarão estudar o perfil, notadamente o interacionismo simbólico e o formismo. E por último, o entendimento da análise de discurso da mídia presente nas matérias da revista *Veja*.

Na presente dissertação, esboçaremos considerações acerca da sociologia compreensiva trabalhada por Simmel. Indicaremos duas teorias de épocas distintas, mas que se prestam ao estudo

do cotidiano: o interacionismo, com forte apresentação aos conceitos de interação, personagem e dramaturgia; assim como o formismo, com apontamentos como os de aparência e presenteísmo.

Foram escolhidos 12 exemplares de *Veja* cujas capas apontavam para o conteúdo do perfil. Levamos em conta a classificação da própria revista que determina o espaço onde estão os exemplares selecionados como “Gente e Memória” (http://veja.abril.com.br/arquivo_veja/gente_memoria.shtml), sendo *Memória* destinado às pessoas falecidas, e *Gente* às personalidades vivas: brasileiras e estrangeiras, nós analisaremos apenas as personalidades brasileiras.

Essa escolha se deu porque os doze textos tinham eixos temáticos que variaram acentuadamente, e mesmo sendo de épocas e momentos históricos diferentes, conseguiam representar bem o país e o cotidiano do mesmo. São eles:

1. “Niemeyer: um arquiteto para o mundo”, edição de 14 de dezembro de 1977;
2. “Sônia Braga: uma mulher para o Brasil”, edição de 10 de maio de 1978;
3. “Cazuza: uma vítima da Aids agoniza em praça pública”, edição de 26 de abril de 1989;
4. “Xuxa: a loirinha de 19 milhões de dólares”, edição de 25 de setembro de 1991;
5. “Glória Perez: a dor e a ira de uma mãe”, edição de 10 de fevereiro de 1993;
6. “Sandra Bréa: mulheres e aids”, edição de 25 de agosto de 1993;
7. “Vera Fisher: o furacão loiro aos 40”, edição de 01 de setembro de 1993;
8. “Betinho: o grão da cidadania”, edição de 29 de dezembro de 1993;
9. “Miguel Falabella: o charme secreto da loira má”, edição de 30 de agosto de 1995;
10. “Osmar Santos: a força de Osmar”, edição de 20 de novembro de 1996;
11. “Marta Suplicy: mulher do barulho”, edição de 26 de novembro de 1997;
12. “Gisele Bündchen: a número 1”, edição de 01 de dezembro de 1999.

Enquanto pesquisadores essa disparidade entre os perfis, suas datas de publicação, tornou-se um grande desafio, afinal, assim como os autores não foram os mesmos, percebemos que a configuração da revista, como de outros veículos e meios de comunicação, varia fortemente ao longo do tempo. São fatores: os contornos que a vida cotidiana toma e os laços de sociabilidade entre os indivíduos que normalmente se solidificam com a interação.

Entretanto, com a leitura dos exemplares, apesar de trazerem o perfil estruturado de maneira

similar - o que era imaginado, percebemos que as inclinações temáticas faziam as estratégias discursivas variarem. Assim, para tomarmos de forma mais específica e minuciosa possível os elementos que caracterizam o formato, resolvemos dividir a amostra em três grandes grupos segundo os assuntos explorados.

Os perfis que trabalhassem a questão da aparência e da beleza estariam concentrados na categoria Corpo; os que lidam com o sucesso, o poder e, quase que instantaneamente, o consumo, classificariam-se em Dinheiro; e por último os que lidam com temas como a morte, o esquecimento e a memória, estariam na categoria Saúde e Doença.

As temáticas supracitadas tem sido profundamente estudadas em várias disciplinas das Ciências Humanas e Sociais seguindo a visão de cada área, como: Antropologia, Sociologia, Direito, Linguística e Ciência Política. No jornalismo são assuntos que não costumam aparecer só em perfis, mas em notícias e reportagens nos mais variados cadernos, o que não separa o formato dos acontecimentos corriqueiros da vida diária estampados nas revistas e jornais.

Nas matérias que servirão de amostra partiremos da análise de discurso das mídias com tradição francesa e forte tendência epistemológica e filosófica, buscando mapear a relação entre o cotidiano do país e da personagem inseridos no perfil. Assim, será verificada uma questão primordial sobre a vida cotidiana, ou seja, o particular e o universal que servem para entender o social.

CAPÍTULO 1 – O JORNALISMO ENQUANTO CAMPO DE CONHECIMENTO

1.1 MÍDIA

A partir da segunda metade do século XX, com a popularização da imprensa, iniciou-se a discussão a respeito da mídia enquanto fluxo de informação necessária e cujo objetivo final seriam os meios de difusão, no nosso caso, o jornalismo.

Historicamente foi apenas por volta de 1920 que começou-se a utilizar a palavra mídia ou media, que, elaborada a partir de conteúdo e forma, é um espaço onde o indivíduo pode se identificar e influenciar através das leituras interpretativas que faz da informação. Presença diária nas nossas vidas, caracteriza-se através da sua capacidade em conectar sujeitos fora e dentro dela através da interação social.

Na nossa compreensão a mídia deve ser entendida enquanto mediação. Como um fenômeno circular nas experiências sociais indo do universal ao particular e vice-versa. A mídia atua continuamente no cotidiano de sujeitos pouco ou muito conhecidos, por isso estudá-la a partir de teorias e métodos que enfatizam a vida enquanto *locus* espaço-temporal das performances humanas.

Comunicação, informação e mídia são palavras extremamente discutidas na contemporaneidade. Assim, devemos tratar dessas três questões. Segundo Charaudeau (2006) “informação” e “comunicação” são noções que remetem a fenômenos sociais; as mídias são um suporte organizacional que se apossa dessas noções para integrá-las em suas diversas lógicas – econômica, tecnológica e simbólica.

O que nos interessa majoritariamente, certamente, é a lógica simbólica. Afinal, é a forma pela qual os indivíduos regulam as trocas sociais e interações constitutivas do cotidiano, criando, modificando e linearizando ideias, e conseqüentemente, produzindo sentidos. Por isso, se quisermos entender a modernidade e, conseqüentemente, a contemporaneidade, devemos compreender o desenvolvimento dos meios de comunicação e seus impactos (THOMPSON, 1998, p. 12).

Já que a comunicação normalmente vem fixada numa mídia palpável, palavras impressas no jornal, ou imagens descritas nas revistas, é comum nos atermos apenas aos conteúdos simbólicos passados por essas mensagens. No entanto, o estudo sobre as teorias que problematizam o cotidiano servem justamente para que se entenda esses fenômenos a partir das condições sociais nas quais foram produzidos e publicados, ou seja, não importa apenas o sujeito narrador, mas em que momento cotidiano ele está inserido.

Nosso principal objetivo com os estudos cujo foco principal são as mídias, notadamente a imprensa, é investigar o quanto ela retrata a vida social e cultural da sociedade contemporânea. Afirma Silverstone (2002, p. 20)

É no mundo mundano que a mídia opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda realidades cotidianas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum. E é aqui, no que se passa por senso comum, que devemos fundamentar o estudo da mídia.

Sendo assim, a mídia pode ser compreendida a partir de uma tríade que comporta: o discurso do autor, o discurso do leitor e a mensagem propriamente dita enquanto resultado, ou seja, como fluxo. Todos nós somos mediadores, e os significados que criamos, nômades (SILVERSTONE, 2002).

No discurso do perfil temos claramente três discursos: o discurso do sujeito perfilado sobre si, o discurso dos sujeitos externos sobre a *persona* (familiares, amigos, colegas, etc) e o discurso final, do jornalista acerca das percepções que ele teve sobre as declarações dos sujeitos anteriores. Assim, sobre essas três vozes presentes no formato, segundo a hermenêutica percebe Paul Ricoeur (*apud* THOMPSON, 2008, p. 45):

Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmos e dos outros. Eles as usam como veículos para reflexão e auto-reflexão, como base para refletirem sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem. Usarei o termo “apropriação” para me referir a este extenso processo de conhecimento e de autoconhecimento. Apropriar-se de uma mensagem é apoderar-se de um conteúdo significativo e torná-lo próprio.

De forma nem sempre consciente somos capazes de incorporar as mensagens transmitidas pela mídia para a nossa vida, e é aí que está o fascínio em estudar o perfil, pois trata-se de um formato que não se delimita apenas em transmitir uma mensagem de um fato, mas em fazer-nos compreender a vida de determinado indivíduo e, possivelmente, o quanto essa vida tem de similar com a nossa.

Pelos perfis serem construídos a partir de narrativas onde os sujeitos podem relatar seus sentimentos, experiências e pensamentos, a compreensão que o sujeito-leitor tem dessas mensagens podem variar. Isso põe em xeque os critérios supracitados de padrões necessários ao jornalismo para lhe conferir legitimidade, ainda mais nesse formato.

1.2 IMPRENSA

Na história da imprensa de cada país percebemos o quanto o cotidiano, ou seja, as relações histórico-temporais, influenciaram o modo de pensar e sentir a mediação. Na América Latina do século XVIII, a comercialização de metais preciosos e o comércio marítimo eram as únicas fontes de riqueza. Na Europa, o latim e suas derivações estavam cada vez mais fortes, o mercantilismo e as cidades começavam a tomar impulso. Nesse cenário a imprensa periódica surge como parte da necessidade da burguesia de se expressar, visto que, naquela época, os primeiros jornais eram sinônimo de acumulação de bens dos seus mentores e leitores.

A imprensa começou então a ser porta-voz da vida social, anunciadora das guerras que viriam e delatora de crimes políticos. A Igreja e o Estado tentaram contê-la por meio da censura e do *Index*, mas os investimentos para manter um jornal não eram necessariamente grandes: papel, tinta, poucos trabalhadores e estendidas jornadas de trabalho; o rendimento era muito, e ao lado dele se tinha a repercussão, o enorme número de pessoas que lia e tomava a notícia como verdade.

Ao longo do século XX houve mudanças que propiciaram a adequação da imprensa escrita como meio de comunicação de massa eficaz. Três fatores, segundo Nilson Lage (2002), em *A estrutura da notícia*, motivaram isso:

- a) havia um grande número de proletários que aprendia a ler, isto é, um novo mercado de leitores. O jornal então passaria a ter interesses divergentes, a voz do povo e a oligarquia. Dever-se-ia então, optar pelo maior número de compradores;
- b) aumentava a mecanização na preparação do jornal. Com isso, o jornalismo se tornou uma grande fonte de renda, isto é, alta rotatividade e a necessária busca por informações. Isso especializou o trabalho e exigiu número maior de profissionais;
- c) a publicidade, meramente comercial, começava a conquistar grande parte dos jornais, eram os chamados “anunciantes”. Por esse motivo se começou a usar todo o arsenal econômico induzindo a compra não só do jornal, mas do produto que ele vendia.

Na França, em 1881, surgiu uma nova lei que declarava a “imprensa livre”, antigas exigências como depositar quantias em dinheiro, para o caso da mídia ser multada por ofensa, foram abolidas. Na Inglaterra, o mesmo aconteceu com a nova lei da imprensa.

Outros países como Japão, Alemanha e até Índia, dão grandes passos em direção à popularização da imprensa, impressa e radiofônica até então. Assim, inclusive no Brasil, a

comunicação gráfica (BURKE, 2004) continuava em evidência. O papel dos jornalistas, homens que colhiam notícias, variava entre informar, interpretar e opinar. Vemos isso até hoje.

1.2.1 A evolução da imprensa no Brasil

A história do jornalismo mundial, segundo Elcias Lustosa (1996, p. 66-75) em *O texto da notícia*, pode ser separada em cinco ciclos, chamados aqui de “etapas da codificação dos textos jornalísticos”. São elas, destacadas e comentadas:

De 1808 a 1827. Nessa época as matérias tinham um lado opinativo bastante acentuado, eram comentadas e traziam observações permeadas por princípios cristãos e morais. No Brasil, esta fase foi marcada pela perspectiva opinativa. A maioria dos meios de comunicação trazia questionamentos políticos, apontamentos ideológicos, inclusive narrativas literárias em seus romances-folhetins. Os jornais brasileiros praticamente não publicavam manchetes, os textos eram relatos simples com muitos adjetivos;

De 1827 a 1889. Surgiram as primeiras agências de notícias. Neste momento a opinião de quem escrevia começava a ser deixada de lado, sendo valorizado o texto que enfatizava os acontecimentos seguindo a ordem cronológica. Nessa época surgiram muitos jornais no país, houve certa abertura na exposição de opiniões. Alguns jornalistas tinham suas ideias como suas marcas registradas, como o caso da abolição da escravidão. Certas campanhas populares foram cobertas pela imprensa;

De 1889 a 1930. Neste período as notícias meramente informativas passam a ser adotadas, eliminando paulatinamente a opinião dos jornalistas. Com a proclamação da República há uma clara segregação entre os meios de comunicação da época, alguns jornais começam a ser perseguidos, outros fechados, o que causa um aumento na censura e diminuição na liberdade dos jornais. Em contraposição ao retrocesso da liberdade de expressão, os jornais ficavam cada vez mais profissionalizados e ganhavam equipamentos e tecnologia vindos do exterior. O aperfeiçoamento possibilitou uma melhoria na parte estética dos periódicos;

De 1930 a 1969. Os meios de comunicação impressos começaram a utilizar técnicas que facilitavam a elaboração do texto informativo de forma padronizada. Em 1930 começou a Era Vargas e com ela uma nova onda no jornalismo impresso brasileiro. Técnicas de elaboração mais enxutas e objetivas marcaram a fase. Repórteres de rádio e jornal começaram a se valer da “cabeça” das notícias, o que no futuro viria a se chamar lide.

A partir de 1950 começou a circular um novo modelo, a notícia, com a ideia da apropriação do inédito. Os repórteres padronizavam o texto com o intuito de dar autenticidade e “cara própria” do veículo do qual fizessem parte. A padronização da notícia confere aos donos de veículos de comunicação a possibilidade de realizar alianças econômicas e políticas que acabam por disseminar o jornalismo de ideologias com o cunho de favorecimento.

A informação começou a ganhar o espaço da opinião. Para o leitor era essencial saber o que houve, sendo o repórter responsável pelo juízo de valor do fato. A partir da década de 1950 a opinião tornou-se fundamental na elaboração de textos nos primeiros cursos de Jornalismo do país;

De 1969 até os dias atuais. Nesse momento instaurou-se a prevalência da cultura visual, como a televisão, que passou a, de certa forma, moldar jornais e revistas. Considera-se a fase mais difícil do jornalismo brasileiro. Em 1968 ocorreu o AI-5, que modificou completamente a relação da imprensa com a censura, muito mais persecuidora. A partir de 1980 começou-se a se verificar a informatização das redações que possibilitou a adoção de técnicas mais apuradas de diagramação.

Entre 1950 e os dias atuais podemos citar um fato interessante iniciado nos Estados Unidos e que teve uma ampla divulgação e aceitação no Brasil, muitos jornais começaram a adotar uma técnica que posteriormente assumiria o nome *lead*, do inglês *to lead*, que significa conduzir, orientar ou guiar. Foi criado pelos norte-americanos em substituição ao estilo britânico de narrar os fatos em ordem cronológica e não por ordem de importância dos fatos. Num primeiro parágrafo da notícia, segundo a técnica do lide, devem ser respondidas seis perguntas: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por que?

Com o uso do lide houve maior padronização, podendo o jornalista não mais ficar inseguro com o que deve pôr numa matéria. Porém, é um modelo questionado, mesmo tendo importância significativa, funcionando ao longo dos anos e sendo defendido por uma grande quantidade de autores.

1.3 JORNALISMO

Desde o seu início, o jornalismo fornece produtos necessários à solidificação do homem enquanto sujeito moderno. No entanto, a “profecia” sobre o que viria a ser o fim do jornalismo, proclamada por Hobsbawm, em 1995, só causou espanto para aqueles que apreciam os formatos e informações retratadas pelo jornalismo. Para Soares (2001, p. 25):

Em geral, busca-se, no jornalismo, construir narrativas impessoais e objetivas, nas quais o narrador não se coloque como aquele que relata determinado fato. A objetividade, a neutralidade, o distanciamento, a negação de opiniões ou posicionamentos políticos, a exclusão de ideologias são alguns dos ideais buscados pela imprensa. A eles, soma-se o critério da seleção de notícias por sua atualidade, disponibilidade e conveniência e tem-se uma faceta do quadro correspondente ao jornalismo contemporâneo.

Segundo recomendações dos manuais de redação dos principais jornais do mundo existem algumas regras e, ou, princípios que a linguagem jornalística deve seguir para ser assim considerada, não se tornando apenas ficção, linguagem literária ou simples relato de algum acontecimento. Ao longo do trabalho, com mais ênfase neste momento, serão focalizadas algumas exigências para que um texto seja considerado jornalístico:

- a) objetividade - é a capacidade de não utilizar fatos e informações que não sejam parte primordial da história a ser narrada. No jornalismo, deve-se escrever de forma que o leitor não perca tempo lendo informações e detalhes desnecessários, sem supervalorizar minúcias.
- b) imparcialidade - geralmente acoplada à impessoalidade do emissor, cumpre a ideia do jornalismo feito para todos, sem distinção, assim como é visto no código deontológico da profissão. Ser imparcial possibilita que ambos os lados de uma história tenham direito de se manifestar;
- c) clareza e concisão - significa saber do que se fala e não ser ilógico ao falar. Um jornalista deve ter certeza da mensagem que quer passar, das informações que irão constar na matéria. Além disso, deve fazê-la da forma mais simples e compreensível possível. Escrever demais, mesmo sobre o que se domina, pode facilitar um erro ou contradição.

Percebe-se, no entanto, que esses objetivos almejados por muitos jornalistas e disseminados nas escolas de Comunicação não encontram base sequer filosófica. Afinal, enquanto sujeitos, torna-se impossível buscar uma objetividade pura, visto que as narrativas valem-se, obviamente, de dados, mas a organização e a forma como o profissional narra e descreve a notícia tem um caráter claramente subjetivo, porém, respeitando as regras e os filtros dos editores e do jornal, o que também traz mais ainda à tona a subjetividade de outras ações e sujeitos na máquina jornalística. O jornalista, como todo sujeito pensante, é organizador das notícias, cabendo a ele revelar fatos da maneira como os enxerga.

É necessário esclarecer que não há, aqui, uma exacerbação da subjetividade em lugar da objetividade e dos demais pressupostos jornalísticos, mas há de se convir que aos jornalistas não cabe somente informar ao público, mas instigá-lo, como dizia Gans (1980, p. 312), em seu “Deciding What’s the News”: “O objetivo mais importante das notícias é fornecer à arena simbólica e à cidadania imagens abrangentes e representativas (ou construtos) da Nação e da sociedade”.

1.4 A NARRATIVA JORNALÍSTICA

Narrar vem do sânscrito *gnâ*, que significa “saber”, e que originou as formas latinas *gnarus* (o que conhece, conhecedor) e *narrare* (tornar conhecido). Por conseguinte, narrar é o mesmo que fazer conhecer, fazer notar algo novo. Toda narrativa é carregada de originalidade, é um nascimento.

Neste trabalho entendemos “narrativa” como a tentativa de trazer à tona um discurso - seja do mundo real, irreal, material, etc. - que tenha no seu corpo um espaço determinado, com personagens e algo a ser retratado, por meio escrito ou oral.

Com a invenção da escrita, narrar deixou de ser um ato apenas oral, angariando espaço nos meios impressos. As narrativas jornalísticas, por esse motivo, ganharam o status ora de reconstrutoras ora de “espelhos” da vida cotidiana, podendo inclusive ser um instrumento para descrever a realidade e os seus fenômenos sociais.

A narrativa jornalística, portanto, estará presente em todos os gêneros e formatos do jornalismo no momento em que o autor descreve uma história: as personagens, o ambiente, as mudanças e os conflitos diante da vida.

Acompanhando o avanço da imprensa, os jornalistas começaram a utilizar mais as narrativas e, com isso, o mérito de perceber e observar fatos do dia-a-dia e trazê-los para o periódico. Em formatos como perfil e reportagem houve maior possibilidade de exercer a narrativa jornalística sem muitas restrições, traçando-se, em alguns casos, verdadeiros “retratos sociais”.

Sob uma perspectiva geral pode-se dizer que as narrativas - curtas ou longas - carregam quase sempre a responsabilidade de criar e recriar sociabilidades. É necessário estarmos atentos principalmente aos posicionamentos dos atores sociais atuantes nelas, assim como nas dimensões éticas e estéticas presentes ao longo de seu corpo e, com mais veemência, no seu desfecho. Em *Teoria Semiótica do Texto*, Diana Barros (1994, p. 16) afirma que:

A síntese narrativa deve ser pensada como um espetáculo que simula o fazer do homem que transforma o mundo. Para entender a organização narrativa de um texto, é preciso, portanto, descrever o espetáculo, determinar seus participantes e o papel que representam na historiazinha simulada. (BARROS, 1994, p.16)

Walter Benjamin (1983, p. 57), em um dos seus textos, intitulado *O Narrador*, chega a lançar pressupostos do que consideraria uma “verdadeira narrativa”. Ele acha que a falta de discernimento no que se refere às distinções entre ficção e não-ficção, e Literatura e Jornalismo, fomenta a produção de narrativas antiquadas, padronizadas e sequenciais.

De certa forma, as narrativas sofreram negligência de estudos mais aprofundados no meio acadêmico, talvez por ser algo natural ao ser humano, não havendo, *a priori*, uma urgência na sua pesquisa. Mesmo assim elas têm papel importante e específico, pois trazem consigo saberes e visões a respeito do mundo que abrem possibilidades para reconstruções e releituras. Com isso, há uma mediação constante entre aquele que a vê e aquele que a faz.

Com a exacerbação das práticas massificantes da sociedade, que padronizam a história, o modo de narrar e os meios, segundo Benjamin (1983) o jornalista, diante de pressupostos conceituais - a busca incessante da veracidade e da imparcialidade - se concentra no narrado e raramente se apresenta enquanto autor, ou em outros casos se põe num pedestal achando que seu estilo é a obra completa.

Com o avanço da sociedade, cada vez mais tecnológica e de consumo efêmero, a informação rápida começa a tomar o espaço antes destinado às narrativas. Para Benjamin (1983), antes as notícias vinham de longe, e essa distância sempre daria legitimidade ao que nela fosse narrado. Hoje a informação está sempre pronta a ser verificada com a mesma velocidade que foi feita, pela internet ou pela televisão, por exemplo.

Se a narratividade perdeu espaço para a rapidez da busca por informação, a raridade com que se encontram pessoas que saibam de fato narrar, diminui a possibilidade de troca de experiências, de engrandecimento de cultura e do próprio Jornalismo.

Umberto Eco (1994) dizia que o homem conta e escuta histórias como forma de encontrar respostas para o tumulto da experiência humana. Segundo ele: “Ao lermos uma narrativa, fugimos da ansiedade que nos assalta quando tentamos dizer algo de verdadeiro a respeito do mundo” (ECO, 1994, p. 93).

Os gêneros que utilizam as narrativas no jornalismo perdem cada dia mais o seu espaço, em especial as narrativas jornalísticas não-periódicas, que costumam ser relatos que emocionam e quase sempre conduzem o leitor ao campo abstrato da ficção. Poderiam ser frias, objetivas e vir expostas

num jornal corriqueiro, no qual, na maioria das vezes, passariam despercebidas.

Produzir narrativas jornalísticas não significa somente se desprender das amarras e dos limites impostos pelas redações dos jornais. Optar por elas traz consigo a responsabilidade de entender características especiais, que são: o compromisso de desenvolver a narrativa ao longo do tempo do texto e expressar a sua mensagem para um público diferenciado. Vilas Boas (2002) deduz: “O conjunto de funções desempenhadas pelo Jornalismo materializa-se na mensagem articulada jornalisticamente”.

O maior desafio da narrativa jornalística tem sido dar a atmosfera necessária aos jornalistas para conceberem bons materiais. Muitos profissionais têm nas mãos a possibilidade de produzir relatos vivos, mas ficam estagnados devido à falta de tempo e de espaço das atuais narrações noticiosas. O leitor acaba se conformando com as narrativas curtas e os casos de vida rapidamente solucionados. Pereira Junior questiona a valorização do lide:

Expressar o máximo com o mínimo, aprofundar a economia narrativa é condição intestina para o Jornalismo. Se não esgotam as possibilidades de testar grandes relatos em pequenos torpedos de informação, pílulas narrativas e densidade “neobarroca” se revelam contrapontos aos relatos inerciais e verdades instrumentais, que congelam a experiência humana em formatos pré-moldados. (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 32)

1.4.1 Tipos de narrador

No livro *O Texto da Reportagem Impressa*, Oswaldo Coimbra (2002, p. 47-48) é enfático no que chama de focos narrativos, pois é através deles que se podem narrar os fatos a serem expostos ao longo da narrativa jornalística. Destacam-se:

- a) narrador testemunha (em 1ª pessoa): o ponto mais marcante é que neste tipo o narrador é personagem geralmente secundário, limitado a não narrar do centro dos acontecimentos, mas dos arredores;
- b) narrador protagonista (em 1ª pessoa): é um tipo de narrativa que transporta o narrador para um patamar especial. Isto é, ele se torna alguém com a tarefa de ouvir, perceber, transcrever e editar um acontecimento, onde muitas vezes ele mesmo é o centro do acontecimento;
- c) narrador onisciente (em 3ª pessoa): neste modelo de narração, o jornalista além de

conhecer os acontecimentos e estar infiltrado neles, ainda parece entender o que há no íntimo das personagens;

- d) modo dramático (em 3ª pessoa): a forma de narrativa mais usada no jornalismo. Nela, o texto se compõe apenas da sucessão de cenas ocorridas com as personagens.

1.5 A PERSONAGEM EM DESTAQUE NA NARRATIVA

O homem é um ser social e, para tanto, vive rodeado por pessoas e acontecimentos, recebendo deles inúmeras influências. Achar que alguém agirá da mesma maneira quando exposto a situações sociais distintas se configura num grande equívoco. No trabalho, em casa ou com os amigos, é natural acreditar que em cada “ambiente” ou estímulo se desenvolverá uma reação diferente.

O psiquiatra Jung, (*apud* GRINBERG, 1997, p. 22-29) acreditava que o indivíduo tinha, dentro de si, inúmeras *personas*, e que isto era uma “máscara” usada para melhor transitar socialmente.

Ao se falar em imprensa, e mais precisamente, em jornalismo impresso, pensa-se automaticamente em diversos gêneros e formatos cujo enfoque gira em torno da personagem. Eles trazem, com isso, o compromisso da prática jornalística com o lado humano dos acontecimentos, afinal, indivíduos ocupam sempre espaço em todas as etapas da ação midiática.

A palavra *persona* devida do latim e deve ser entendida aqui como uma função do sujeito voltada ao mundo externo, na busca de adaptação. No teatro seu sentido aproxima-se ao de máscara, nas narrativas jornalísticas as personagens são criadas baseadas na realidade. Segundo Robert Park (*apud* Goffman, 2005, p. 27):

Não é provavelmente um mero acidente histórico que a palavra “pessoa”, em sua primeira acepção, queira dizer máscara. Mas, antes, o reconhecimento de que todo homem está sempre e em todo lugar, mais ou menos conscientemente, representando um papel... É nesses papéis que nos conhecemos uns aos outros; é nesses papéis que nos conhecemos a nós mesmos.

Em certo sentido, e na medida em que esta máscara representa a concepção que formamos de nós mesmos – o papel que nos esforçamos para chegar a viver – esta máscara é o nosso mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser. Ao final a concepção que temos de nosso papel torna-se uma segunda natureza e parte integral de nossa personalidade. Entramos no mundo como indivíduos, adquirimos um caráter e nos tornamos pessoas.

Personagem, de acordo com o pesquisador Sergio Vilas Boas (2002, p. 125) “(...) refere-se ao que é esperado de um sujeito e a maneira como ele acredita que sua imagem deve aparecer publicamente. É uma espécie de compromisso entre o indivíduo e a sociedade. Segundo Sodré (*apud* Pena, 2004, p. 12):

Ao evocarmos jornalisticamente a vida de uma personalidade nacional, geralmente reinterpretemos individualmente aspectos de um passado, de modo historicamente sequencial, em busca não de um consenso, nem de identidade comunitária, mas de uma coerência satisfatória à lógica momentânea do mercado. Individual ou social, o trabalho da memória é, de todo modo, uma reconstrução do passado à luz da inteligência presente. (PENA, 2004, p. 12)

A caracterização de alguém, costumeiramente chamada de “perfil”, não atende apenas aos aspectos psicológicos, mas também ao papel que a pessoa exerce num ambiente. Além disso, o aspecto físico pode contribuir na descrição e evolução da personagem ao longo da narrativa. Em *A personagem de ficção*, Antonio Candido (1970, p. 56-58), afirma que: “Um ato ou uma sequência de atos – assim como uma conversa, afirmação ou uma informação – são fragmentos de ser. Esses fragmentos permitem uma visão coerente de um ser (personagem ou pessoa), porém esta visão é variável”.

E.M. Forster, em *Aspects of Novel* (*apud* Brait, 1987, p.41-43), classifica as personagens de duas maneiras: como *planas*, são referenciais e construídas de forma fixa e em torno de uma única qualidade ou característica, e as personagens *redondas*, apresentadas a partir de sua complexidade, normalmente dinâmicas e particularizadas às idiossincrasias humanas.

As planas ainda podem ser subdivididas em *tipo* e *caricatura*; a primeira descreve o traço marcante da personagem, aquele que deu-lhe notoriedade, sem atingir a deformidade. Na *caricatura* são destacados os gestos e atitudes estranhas da personagem, dando margem e tendência à exibição, quando não obstante, autores utilizam a deformação e a incoerência para tornar a personagem caricatural.

Ao citarmos os tipos e estilos possíveis das personagens devemos entender que o real desejo do jornalismo é torná-las as mais próximas possíveis do ser que motivou a sua elaboração. Diante disso o jornalismo lança mão de apetrechos capazes de delinear não só o perfil psicológico das personagens, mas também os atributos físicos, contribuindo para que cada variação traga consigo parte da história a ser narrada a partir de uma apurada percepção do leitor. Segundo Oswaldo Coimbra (2002), demarcamos a personagem também pela:

- a) Fala. As descrições expostas para caracterizar uma personagem não se limitam apenas ao que for dito pelo autor. As atitudes, assim como o jeito de falar, podem trazer interessante material para a análise da *persona* a ser construída. A maneira como uma personagem se expressa revela, além de fortes características sócio-contextuais, um pouco de sua história;
- b) Idade. A mídia é um exemplo de fonte de variados tipos de manifestações de linguagens, que irão variar segundo a idade dos envolvidos na comunicação. Revistas adolescentes como *Capricho* e *Atrevida* acentuam as reportagens sobre jovens galãs ídolos de Hollywood, adotando gírias e jargões usados entre a juventude, o que também serve como elemento de auto-afirmação do grupo no qual é compreendida;
- c) Profissão. Em matérias de jornalismo especializado é notória a forma como profissionais de uma determinada área lidam com o vocabulário próprio de suas profissões. Fala-se, portanto, na dificuldade que é adentrar por essa linguagem;
- d) Posição social. A classe de maior prestígio econômico e social tende a utilizar a linguagem culta na sua comunicação, seja escrita ou falada. A gíria e a linguagem descomprometida gramaticamente têm quase sempre ligação com o “popular” ou o “coloquial”;
- e) Região geográfica. Vários fatores podem desencadear a interpretação da origem dos sotaques das personagens. Um deles é a geográfica, que não tem origem apenas na naturalidade-nacionalidade, mas no lugar onde reside a personagem. Este fenômeno pode desencadear um processo interessante de interação entre as personagens, pois a forma de usar a língua irá variar e será traço marcante na comunicação entre eles.

Normalmente diz-se que a personagem é corretamente elucidada quando ocorre a enumeração de qualidades, atributos, etc., no seu perfil. Segundo Lopes & Reis (1988): “Todo processo de pendor descritivo, tendo como objetivo a atribuição de traços, qualidades ou características distintivos aos elementos humanos ou antropomórficos que integram uma história é caracterização”. Para os autores (1988) existem duas formas de caracterizar uma personagem:

- a) direta - geralmente aparece como uma atribuição mais estática das características num espaço da narrativa destinado a isso. Pode ser uma autocaracterização, ou seja, feita pela

própria personagem, tendendo a ser livre de “culpas”; ou uma heterocaracterização, feita pelo narrador, autor ou outro personagem, geralmente com críticas e juízo de valor;

- b) indireta - vinda de maneira mais distribuída, dinâmica, quando palavras das outras personagens ou do narrador o caracterizam. É bem vista na relação que a personagem trava com outros, nas marcas ao longo de suas falas e atos.

Há outras classificações consideráveis, seus critérios são distintos e variam entre função, relevo, etc. Por Phillipe Hamon, (*apud* BRAIT, 1987, p. 75) tem-se duas:

- a) personagem referencial - é a que se refere à um sentido pleno e fixo. Sua identificação dependerá do reconhecimento do leitor. Não obstante, a imprensa traz histórias de vida de personagens que as pessoas já conhecem, artistas, atletas, estando estes inseridos no mesmo espectro de contatos que eles;
- b) personagem anáfora - ao contrário da referencial, normalmente se configura em alguém desconhecido do grande público. O fato mais comum é construir esta personagem mediante um fato importante, burlesco ou extraordinário do qual participou e foi figura principal. Seria o famoso desconhecido que se tornará conhecido a partir da mídia;
- c) figurantes - chamados de personagens, na maioria das vezes ocupam lugares subalternos nas obras. Distanciados e passivos, são pouco significativos no campo psicológico, mas muito importantes no aspecto físico, servindo para ilustrar lugares e dar atmosfera ao local narrado.

1.6 OS GÊNEROS JORNALÍSTICOS

O estudo dos diversos estilos que compõem o arsenal trabalhado pela linguagem jornalística deve estar em constante atualização. Classificar e ordenar os diversos gêneros e suas ramificações serve para compreendermos as estratégias de discurso, funções e utilidades de cada qual e suas decorrentes especificidades.

Dominique Maingueneau (*apud* PENA, 2004, p. 62) acredita que todos os textos podem ser classificados em gêneros específicos, afinal: “Tais categorias correspondem às necessidades da vida cotidiana e o analista do discurso não pode ignorá-las. Mas também não pode contentar-se com elas, se quiser definir critérios rigorosos.”.

Nessa seara, assim, percebemos que nos últimos anos uma nova discussão vem se fundamentando em torno da possibilidade de uma escrita humanizada em jornalismo. Grande número de pesquisadores começou a se interessar pela produção de material que tivesse como centro não só o cume da história descrita na notícia:

Essa voracidade em informar a qualquer custo, que culmina em julgamentos dolorosos e imprecisos, é, na maioria das vezes, fruto do jornalismo de resultados. O jornalista não leva em consideração que numa mensagem subliminar pode estar uma preocupação latente de toda uma coletividade. (VICCHIATTI, 2005, p.23)

Luiz Beltrão e José Marques de Melo tornaram-se dois pesquisadores emblemáticos nos estudos dos gêneros jornalísticos com uma tradição de mais 40 anos de pesquisa nessa área. Marques de Melo inventariou as principais pesquisas do mundo em países como Alemanha, Estados Unidos, França e Inglaterra, mas fez sua própria classificação dos gêneros do Brasil que levam em consideração: finalidade/intencionalidade do texto, estilo, morfologia/modos de escrita, natureza do tema e valores culturais.

Para fins teórico-metodológicos iremos nos basear no último livro do professor José Marques de Melo em colaboração com alunos e pesquisadores dos gêneros jornalísticos, lançado em 2010. O livro trata de cinco gêneros jornalísticos específicos, jornalismo informativo, opinativo, diversional, utilitário e interpretativo, onde também estão incluídos a análise, a enquete e a cronologia.

Vale salientar que o jornalismo enquanto objeto de estudo percorreu três fases distintas no Brasil. A primeira corresponde ao surgimento da Universidade enquanto instituição nacional, na década de 1930, sendo a imprensa uma fonte para pesquisas nas áreas de ciências humanas e sociais. A segunda fase, desde 1930 até 1967 deu-se com o jornalismo legitimando-se enquanto disciplina, com cursos oferecidos nas grandes cidades com a finalidade de formar profissionais para a imprensa. A última fase iniciou-se com a criação de cursos de graduação na ECA-USP.

Sobre o jornalismo interpretativo devemos entendê-lo segundo três momentos classificatórios diferentes, mas pertinentes. O primeiro corresponde ao surgimento do jornalismo interpretativo, que também pode ser chamado de jornalismo em profundidade, explicativo e motivacional. Mário Erbolato (1991) acredita que esse jornalismo intensificou-se após o aparecimento da televisão, adequando-se à uma necessidade de analisar os fatos de forma a escapar da pura finalização.

O segundo momento diz respeito ao que chamáramos de reportagem em profundidade

(BELTRÃO, 1976), ou seja, uma corrente específica do formato reportagem cuja metodologia destacava-se pela necessidade de discutir os sentidos e conteúdos intrínsecos aos acontecimentos. Cremilda Medina e Paulo Roberto Leandro (1973) a chamam de reportagem interpretativa. Segue abaixo a classificação feita por Luiz Beltrão, autor de *A imprensa informativa* (1969), *Jornalismo interpretativo* (1976) e *Jornalismo opinativo* (1980).

Nas obras supracitadas ele classificou o jornalismo em três tipos: informativo, contendo a notícia, reportagem, história de interesse humano e informação pela imagem; interpretativo, com reportagem em profundidade; e opinativo, com editorial, artigo, crônica, opinião ilustrada e opinião do leitor.

A última classificação foi feita por Dias et al (1998, p. 13-14), publicada no livro *Gêneros Jornalísticos no Brasil* de Marques de Melo e Francisco de Assis (2010) que inclui no gênero interpretativo além do perfil, a enquête, a cronologia e a análise. Segundo Assis:

Em 1998, então, reuniu um grupo de mestrandos e doutorandos da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) e desenvolveu uma ampla reflexão em torno do assunto, que o levaram a classificar os conteúdos jornalísticos em “gêneros” e “formatos”. (ASSIS, 2008, p. 07)

Na nova classificação dos gêneros jornalísticos propostas por Marques de Melo (2010), temos cinco gêneros: informativo, com a nota, notícia, reportagem e entrevista; interpretativo, com dossiê, perfil, enquête e cronologia; opinativo, com editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta; diversional, com história de interesse humano e história colorida; e utilitário, com indicador, cotação, roteiro e serviço.

1.7 O PERFIL JORNALÍSTICO

No perfil o protagonista não é o fato, mas a personagem que dele participa. E a experiência humana proporcionada pelo formato jornalístico é sem dúvida multidimensional, polifônica, e por que não dizer, centralizada num apelo empático ao passado, mas plenamente consciente da justificativa de um presente que o exemplifique.

Estudar o perfil a partir da exposição das suas mais frequentes características justifica-se por possuir elementos que estimulam o lado lúdico do leitor. Além do mais, o formato delimita-se como uma ferramenta de observação do cotidiano sem estar preso as fórmulas pré-determinadas.

O perfil continua estimulando a vendagem de diversas publicações. Entretanto, no campo jornalístico, podemos dizer que seu auge em termos de periodicidade ocorreu com as revistas, quando no Brasil, começou-se a dar destaque às figuras que despontavam em diferentes cenários sociais, cumprindo um papel importante que é a preocupação com a experiência do outro.

O perfil, dessa forma, para nós, não é um formato antigo de narrar os feitos dos “heróis” e “mocinhos” que representassem um determinado espaço/tempo, junção que costumo de chamar de cotidiano, mas sim como o formato é lido a partir do interior de cada indivíduo, do seu particular. E principalmente, em como o autor, repórter, o narra através das diversas possibilidades jornalísticas.

No caso deste objeto, para entendermos o fenômeno do perfil, devemos considerar três pontos muito claros e necessários para desenvolver um material jornalístico envolvente: o primeiro seria a elaboração da pauta da entrevista dando foco às personagens, o segundo a construção do texto do perfil que geralmente segue a lógica da entrevista em profundidade, e por último, a exposição das formas do cotidiano social a serem inseridas por meio do perfil na revista ou no suplemento impresso.

Não se pode datar precisamente quando o formato começou a ser publicado no jornalismo brasileiro, fala-se em algo em torno dos duzentos anos de existência. No entanto, a partir da década de 1930, influenciado em parte pelas publicações norte-americanas *Esquire*, *Vanity Fair*, *Life* e *The New Yorker*, começou a ganhar destaque em publicações semanais e mensais.

A preocupação com o lado teórico do perfil veio com o jornalista Lincoln Barnett, da *Life*, que escreveu um livro no qual tentava diferenciar as biografias de livros e as reportagens biográficas – nesse contexto devemos entender as diferentes nomenclaturas comuns as culturas jornalísticas de cada país. Na publicação, o autor define que na biografia há a tentativa de abarcar o todo vivido pela personalidade, já no perfil há a necessidade de ser ater a momentaneidade, transitoriedade das opiniões e posicionamentos das personagens.

Precisamos entender que o perfil não nascerá obrigatoriamente de um momento fixo e real entre o entrevistado e o jornalista. Temos textos emblemáticos que foram construídos apenas por meio de conversas com amigos e familiares do futuro perfilado. Outros surgem a partir de uma proposta inovatória e fortemente autoral do jornalista, como foi o caso de “*Frank Sinatra has a cold*”, de Gay Talese.

O perfil não é uma tentativa de sentimentalizar os relatos da vida cotidiana, ele apenas torna acontecimentos corriqueiros, captados por um mesmo ângulo, em leituras prazerosas. A sua apreciação se dá em grande por, através de um texto curto se comparado aos demais - duas ou três laudas, retratar as personagens a partir dos discursos delas sobre si.

O formato, de certa forma, vem sendo batizado de diferentes maneiras pelos interessados em

seu estudo. *Close-up*, retratos de vida, reportagem narrativo-descritiva de pessoa e até biografia curta. Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari acreditam que exista o perfil, o texto que enfoca o protagonista de uma história (de vida), e o miniperfil, quando uma personagem secundária tem a sua vida narrada a partir de um corte na história principal.

De certa forma, discordamos dessa categorização, primeiro porque, caso assim fosse, o chamado miniperfil estaria mais próximo ao trecho de uma reportagem ou a abertura de uma entrevista, e segundo, o chamado multiperfil, mais voltado à opinião de vários indivíduos sobre a mesma pessoa, como no caso do enfoque dado à opinião dos especialistas ao longo de uma reportagem.

Ouro destaque do formato é que, seja um anônimo ou conhecido do público, através dele é possível encontrar a profundidade que existe na aparência do relatado. O perfil fomenta um estilo único no jornalismo, baseando-se no processo: autor - perfilado - autor - perfil - leitor.

Importante esmiuçar os principais atributos do gênero, dentre os quais, podemos destacar: pleno destaque na pessoa, preocupando-se em desvendar a ideologia das personagens, mesmo que esta retrate apenas o momento presente e tenda a ser modificada com tempo; e eliminação dos pressupostos do jornalismo meramente informativo, diminuindo a negação da subjetividade e o famoso foco no factual.

Em prol da metodologia, tentamos propor nesse espaço o perfil segundo três pontos principais. O primeiro caracteriza-se por uma pauta caprichada. É preciso pesquisar antes, durante e depois para tornar a conversa inicial num diálogo envolvente.

O segundo ponto reside na necessidade de basear-se no método da entrevista, seja ela presencial ou não, deve ser aberta, a solidificação de um esquema baseado no processo “autor - perfilado - autor - perfil - leitor”, onde haja a possibilidade de explorar os momentos de um jornalismo que prima pela vida e por quem efetivamente participa dela.

O terceiro ponto tem sido a necessidade de amparar o perfil no indivíduo que se transformará em personagem. Ou seja, a sua atuação ao longo do encontro motivará o autor a vê-lo de determinada maneira, que, depois de anos, permanecerá, pois diz respeito àquele momento apenas. A construção da *persona* no perfil, portanto, irá variar segundo o limiar de quem ela é, de quem gostaria de ser e o do que a sociedade aprova ou não dela.

O formato tem grande tendência a promover a autoria do jornalista, que de fato, deve ser estimulada. O autor deve fugir das fórmulas das matérias noticiosas e imprimir ao texto as impressões que o entrevistado tem acerca dos assuntos que estejam ocorrendo no presente, principalmente na área que tenha maior autoridade. De acordo com Vilas Boas (2003, p. 22): “Esperava-se que a matéria lançasse luzes sobre o comportamento, os valores, a visão de mundo e

os episódios da história da pessoa, para que suas ações pudessem ser compreendidas num contexto maior que o de uma simples notícia descartável”.

Ao contrário das biografias, o perfil tem se consagrado por construir narrativas sintéticas sobre trechos da vida de uma personagem onde não é importante relembra-la por completo, mas transcrever apenas algo que a ponha em parâmetro perfilável, com a vivência interpondo ideias e conceitos atuais aos do passado e futuro.

O repórter, no entanto, não deve estar preso à velha obrigação de “cumprir ficha”, mas sim em demonstrar através da sua escrita um jornalismo ético e compromissado.

Podemos dizer que o perfil, em realidade, vem se reformulando. Como a apreciação do tempo mudou, as informações estão cada vez mais curtas e aceleradas, ele acaba imerso nessa nova forma de fazer jornalismo, e sem tanta possibilidade de competir com textos meramente noticiosos, afinal, as matérias humanizadas só causam simpatia quando contextualizados a um boato do momento.

1.8 O PERFIL ENTENDIDO A PARTIR DE FORMATOS FRONTEIRIÇOS

Ao longo da nossa pesquisa de mestrado pretendemos delinear o que vem a ser o perfil no jornalismo, este que comumente tem sido confundido não somente a formatos jornalísticos como também a métodos e/ou técnicas das ciências humanas e sociais.

Dito isso, o nosso objetivo será destacar o papel que o perfil exerce no jornalismo a partir do esclarecimento das suas hibridizações com os formatos que a ele se assemelham, quatro em especial: entrevista, reportagem, biografia e história de vida; surgidos, em grande parte, com a proposta de humanização do discurso de campos que se entrecruzam em torno de uma grafia sensível e que exploram o imaginário do autor, como exemplos temos: Antropologia, Sociologia e Literatura.

Dessa maneira, tentaremos provar o quanto a forma como os acontecimentos são descritos no jornalismo, valendo-se de escritas de outras disciplinas, podem melhorar o prazer estético e a leitura da mídia por nós estudada.

Este texto tem o objetivo de alargar, e não delimitar o perfil, que muitas vezes fica à margem de formatos jornalísticos nos quais guarda semelhanças, como é o caso da entrevista e da reportagem, onde não obstante observamos as seguintes hibridizações: reportagem-perfil e entrevista-perfil, além de gêneros das ciências humanas e sociais, ou seja, a biografia e a história de

vida.

A iniciativa de uma comparação teórica e metodológica se faz necessária para melhor identificarmos as tendências que os formatos supracitados apresentam. De antemão, sabemos que eles primam pela possibilidade autoral do repórter e principalmente pelo foco dado às personagens e a construção delas no jornalismo a partir da linguagem jornalística.

Devemos enfatizar que todas essas maneiras supracitadas de pesquisar e escrever são necessárias e indispensáveis à formulação do jornalismo. Sem esquecer, obviamente, que o nosso objeto analisado requer o autor sob a luz da sociologia compreensiva, encarando-o sobre a sua ética/estética de narrar os fatos, driblando, portanto, a rigidez, mas não eliminando por completo o jornalismo inserido com seus preceitos primeiros.

1.8.1 Reportagem

A singularidade da reportagem perpassa a necessidade do jornalista em atuar de forma fortemente aprofundada e investigativa. Ela dá nome àquela considerada a principal atividade e função desenvolvida no jornalismo que é o repórter.

O surgimento da reportagem, segundo os pesquisadores da história do jornalismo, deu-se nos Estados Unidos quando o formato começou a ser formulado com frases de períodos curtos, dentro de uma familiaridade do vocabulário – linguagem própria, e dando ênfase aos acontecimentos seguindo a ótica das pistas de cunho investigativo. No jornalismo brasileiro o início da sua veiculação se deu a partir da mecanização do jornal e da profissionalização dos trabalhadores.

O professor João de Deus (*apud* PENA, 2004, p. 77-9) propõe duas classificações para a reportagem: 1) segundo o ponto de vista da produção: investigativa, interpretativa e novo jornalismo; e 2) de acordo com a rotina jornalística ele destaca a reportagem: de fatos, polêmica, monotemática, de ação, documental e do perfil.

E o que falar do que alguns pesquisadores nomeiam como reportagem-perfil? Sucintamente seria a reportagem de cunho biográfico, onde a personagem estaria no centro do trabalho do repórter. Nós, em contraposição a isso, não cremos nessa nomenclatura, pois o perfil tem uma forma de escrita e abordagem, a que chamaríamos de estilo, diferente da reportagem. O perfil tem um elo intimista, uma ligação direta entre aquele que faz, aquele que atua e aquele que lê o texto final. A reportagem mantém a impessoalidade, o que lhe garante o apelo informativo.

Aqui, parafrasearemos o pensamento de Cremilda Medina, que assim como nós, pensa na reportagem como uma grande reunião de informações normalmente apresentada como uma tentativa de entender um fato macro a partir dos acontecimentos micros que o circundam. Além de ser normalmente um aprofundamento da notícia.

Muniz Sodré e Maria Helena Ferrari (1986) dividem a reportagem em três modelos principais: reportagem de fatos (*fact-story*), de cunho objetivo, os fatos são narrados por ordem de importância e em sucessão, geralmente formada por pequenos tópicos que estruturam a matéria; reportagem de ação (*action-story*), quase sempre começa no ápice, no fato mais “bombástico”, o interessante nela é visualizar o desenrolar dos acontecimentos a serem narrados; e reportagem documental (*quote-story*), é uma história documentada, comum no cinema e na televisão, às vezes propõe-se à denúncia.

1.8.2 Entrevista

A entrevista foi considerada por muito tempo apenas uma técnica para apuração de dados. Porém, ao longo dos anos, ela passou a trazer liberdade de interação entre entrevistador e entrevistado, tomando cada vez mais ares de gênero jornalístico. Segundo Nilson Lage (2001, p. 73) entrevista é uma palavra polivalente, pois significa:

- a) qualquer procedimento de apuração junto a fonte capaz de diálogo;
- b) uma conversa de duração variável com personagem notável ou portador de conhecimentos ou informações de interesse do público;
- c) a matéria publicada com as informações colhidas.

Cremilda Medina (2002, p. 5) é enfática em seu “Entrevista: um diálogo possível” quando fala que: “Se quisermos aplacar a consciência profissional do jornalista, discuta-se a técnica da entrevista; se quisermos trabalhar pela comunicação humana, proponha-se o diálogo”. Fica claro em determinados textos quando houve ou não o devido comprometimento jornalístico em, de fato, construir um canal elástico com seu entrevistado, havendo uma retroalimentação ao longo da entrevista. São estas que, em geral, mais prosperam em nível de informações, furos e exclusividade.

A experiência de vida, neste caso, é parte principal da entrevista. Apenas com ela podemos identificar o que aqui denominamos ciclo completo de comunicação, isto é, fonte de informação -

repórter - receptor. De acordo com a autora:

A entrevista, na suas diferentes aplicações, é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir a pluralização de vozes e a distribuição democrática da informação. (MEDINA, 2002, p.8)

A forte aliada de um entrevistador é o que chama de “observação participante”, ou seja, a forma que ele tem de facilitar e permitir a assimilação do entrevistado acerca da própria entrevista, produzindo emaranhamentos de pensamentos não pautados, mas interessantes. Através da entrevista não-diretiva capturamos nuances que não seriam possíveis se na presença da técnica da entrevista impessoal e direta. De acordo com Morin, (*apud* MEDINA, 2002, p. 13), a maneira não-diretiva de abordar:

Antes de tudo, dá a palavra ao homem interrogado, no lugar de fechá-lo em questões preestabelecidas. É a implicação democrática da não diretividade; em seguida, ela pode ajudar a viver, provocando um desbloqueio, uma liberação; enfim, ela pode contribuir para uma autoelucidação, uma tomada de consciência do indivíduo. (MEDINA, 2002, p. 13)

Num perfil jornalístico se enfatiza a pessoa, primando pela realidade e a não ficção, já que não se trata de Literatura. É fundamental que se tenha o compromisso com a veracidade narrada pelo entrevistado, induzindo-o a lidar diretamente com fatos concretos, sem impedi-lo de demonstrar a sua visão a respeito de tais acontecimentos.

Existe um fenômeno muito importante que deve ser analisado em todos os escritos elaborados a partir de entrevistas orais. São eles: elaboração do cronograma de tempo, pauta, gravação da entrevista, autorização para expô-la; transcrição e divulgação do resultado, incluindo os textos elaborados a partir da entrevista - no caso deste trabalho, os próprios perfis. Pensando nisso o historiador Paul Thompson (1998, p. 153) acumula as atividades e práticas de um historiador e de um jornalista:

[...] quanto menos seu testemunho seja moldado pelas perguntas do entrevistador, melhor. Contudo, a entrevista completamente livre não pode existir. [...] Há alguns princípios básicos para a elaboração das perguntas, que se aplicam a todo tipo de entrevista. As perguntas devem ser sempre tão simples e diretas quanto possível, em linguagem comum. [...] Normalmente devem-se evitar perguntas diretas. [...] Uma entrevista não é um diálogo ou uma conversa. [...] Sem dúvida alguma, quanto mais você demonstrar compreensão e simpatia pelo ponto de vista de alguém, mais você poderá saber sobre ele. (THOMPSON, 1998, p.153)

1.8.2.1 As fontes e sua importância para a construção de perfis

Mesmo com toda praticidade e velocidade do jornalismo moderno, a boa seleção de fontes para solucionar, questionar ou se posicionar diante de um fato jornalístico, ao contrário do que se pensa, não está com seus dias contados. O critério essencial para a escolha de pessoas, instituições ou documentos é a confiança.

Nilson Lage (2001 p. 63-71), no seu *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*, propõe uma classificação das fontes em relação à segurança que possa ser tomada como base na hora de nelas se fundamentar. Vale a pena ressaltar que nos perfis jornalísticos quase sempre as fontes se transformarão nos perfilados. A história, a comprovação e a índole, assim como tantos outros características éticas e estéticas, são fundamentais na hora de determinar a confiabilidade de uma fonte:

- a) oficiais, oficiosas e independentes - As oficiais são as mantidas pelo Estado ou que tenham alguma instituição que preserva o poder do estado. Oficiosas são reconhecidamente ligadas à uma instituição, mas que não são autorizadas a falar diretamente em nome dela, podendo ser facilmente desmentidas. As independentes são desvinculadas de poder e interesse direto com as instituições, as chamadas pessoas “comuns”;
- b) primárias e secundárias - As primárias são aquelas nas quais o jornalista se baseia para colher a parte principal para a sua matéria: fatos, versões, números. Já as secundárias serão aquelas que eventualmente surjam com o decorrer do tema a ser desenvolvido, isto é, fontes envolvidas indiretamente com o acontecimento;
- c) testemunhas e *experts* - No caso dos perfis, a fonte mais utilizada para o colhimento de dados será a testemunha. Quase sempre seu relato é cercado por emotividade, mas não necessariamente só quem vivenciou fisicamente um acontecimento irá testemunhar. *Experts* são geralmente fontes secundárias e os especialistas chamados para discorrer acerca de um caso. O cuidado maior é escolher perguntas pertinentes a eles, nada que fuja ao tema é recomendado para uma boa pauta.

1.8.2.2 Entrevista no jornalismo impresso

No livro *A reportagem - Técnica e teoria de entrevista e pesquisa jornalística*, Nilson Lage (2001, p. 84-87) sugere que a entrevista poderá ter inúmeros objetivos, muitos devido a proposta do veículo de comunicação ao qual será exposta. Dependendo do meio - o autor destaca três tipos: jornalismo impresso, rádio e televisão - haverá segura variação de como ela será apresentada.

Segundo ele, no jornal impresso a entrevista tenderá a receber o tratamento mais aproximado da notícia. Recebendo o produto de uma entrevista, ela aferirá a edição, isto é, separação das partes principais, ordenar-se-á as respostas e perguntas mais interessantes dentro da proposta e transcrever-se-á nessa ordem. Geralmente se substituem palavras para uma melhor gramática pautada no impresso, e não na oralidade, o que lhe conferirá uma rigidez maior, tendendo a ser mais conciso e menos natural do que se ocorresse em televisão ou rádio.

O segundo tratamento da entrevista no jornalismo impresso é a sua aceção mais vigente em revistas e suplementos, geralmente culturais, políticos ou econômicos. Não obstante ela virá rebuscada por um perfil de abertura, sobre a personagem, que trará como manchete passagens do seu conteúdo para chamar a atenção do leitor para o que foi dito. As afirmações dos entrevistados aparecem como confirmação da veracidade do conteúdo.

A terceira forma mais usada é a utilização das perguntas e respostas, muito conhecida por “pingue-pongue”. Porém esse tipo sofre certa incapacidade de expor naturalmente as expressões e sentimentos do entrevistado, pois é algo extremamente pautado e premeditável, não sendo possível uma intervenção clara do entrevistador quando de sua publicação, já que se assim fosse a personagem poderia supor que suas falas foram manipuladas.

1.8.2.3 Tipos de entrevista:

Diversos teóricos conceituam e dividem as entrevistas em vários tipos. Edgar Morin (*apud* MEDINA, 2002, p. 14-19) é um deles:

Entrevista ritual/rito. Geralmente breve. O centro do discurso está na figura do entrevistado, isto é, no que ele pode dizer sobre o fato que o tornou merecedor da atenção do povo,

o motivo que levou o jornal a procurá-lo. Tende a ser chamada de entrevista para “cumprir a ficha”, cujo intuito é apenas confirmar algo esperado, como as palavras de um técnico de futebol ao final de um jogo. Quase sempre é feito um esforço pelo jornalista para encontrar falhas no discurso do entrevistado, mas como é algo relativamente premeditado, essa tentativa é frustrada;

Entrevista temática. Quase sempre aborda um tema cujo entrevistado barganha para submeter-se à entrevista, muitas vezes como especialista. Pode envolver a exposição de opiniões e versões acerca de um acontecimento. Morin (1998) a divide em entrevista de investigação e entrevista conceitual;

Entrevista testemunhal. Trata de buscar o relato do entrevistado a respeito de um evento ao qual ele assistiu ou do qual participou, de forma exclusiva, e possa acrescentar novas informações ao fato antes narrado. Esse tipo de entrevista contém a interpretação pessoal do entrevistado sobre o evento, chamada por Nilson Lage (2002) de “impressões e interpretações subjetivas”;

Entrevista em profundidade. Este seria o tipo mais indicado na utilização do trabalho aqui proposto, sobre perfis jornalísticos, visto que é a entrevista que não focaliza um tema particular ou evento, mas a representação do mundo construída pelo sujeito. Relacionar a sua visão dos eventos, dos locais, à sua maneira de ser e aos aspectos de sua vida é quase o mesmo que, segundo Nilson Lage (2002), “[...] construir uma novela ou um ensaio sobre o personagem a partir de seus próprios depoimentos e impressões”.

Entrevista anedótica. De acordo com Morin, (*apud* MEDINA, 2002, p. 15):

Muitas, a maior parte, sem dúvida, das entrevistas de vedetes são conversações frívolas, ineptas, complacentes, em que o entrevistador busca as anedotas picantes, faz perguntas tolas sobre as fofocas e os projetos, em que o entrevistador e o entrevistado permanecem deliberadamente fora de tudo que possa comprometer. Esta entrevista se situa no fiel dos mexericos. (MEDINA, 2002, p.15)

Quanto à realização das entrevistas, isto é, o local e as circunstâncias, elas são divididas por Nilson Lage (2002) em:

- a) ocasional - não programada com antecedência, o entrevistado é questionado inesperadamente, mas pode responder a ponto de o resultado ser algo interessante o suficiente para ser isolado e editado, e transformado em uma única entrevista. No entanto se sabe que indivíduos acostumados com entrevistas, como políticos, artistas e atletas normalmente não são pegos de surpresa a ponto de delatar algo ou se comprometerem consideravelmente;
- b) confronto - é o tipo de entrevista mais comum, em que o repórter ou entrevistador assume

um papel mais impositivo e se torna inquisidor do entrevistado, indagando-o sobre perguntas que são delicadas ou que ninguém ainda teve coragem ou ímpeto de perguntar. É comum no jornalismo, pois o repórter tem que ser promotor, acusando ou incitando, não dando o devido direito de resposta ao acusado (entrevistado), gerando constrangimento e introversão na maioria das vezes, sentimento provocado e desejado por ele, ou, dependendo da experiência do entrevistador ou entrevistado, pode se transformar num espetáculo;

- c) coletiva - o interesse por esse tipo de entrevista acontece quando alguma personalidade acabou de ser testemunha de um fato singular, que, pela grandiosidade, deve ser informado a um grande número de repórteres de veículos de comunicação variados. A maioria das entrevistas coletivas é organizada pelas assessorias de imprensa para conferir glamour à um evento maior, como convenções, feiras de livros, exposições – sendo, por isso, distribuído aos jornalistas um cronograma das atividades com os assuntos que poderão ser abordados ao longo da entrevista, e que também pode conter a informação de que determinadas perguntas devem ser evitadas. A tendência é determinar um número limite de perguntas para cada repórter, tentando homogeneizar os assuntos sem que haja um *feedback* às perguntas, réplicas ou tréplicas;
- d) dialogal - marcada pelo diálogo é a entrevista no sentido mais restrito e conhecido da palavra. Geralmente sem intervenções eletrônicas ou de outras pessoas, entrevistador e entrevistado dão o tom da entrevista, de maneira mais liberta sem estar presos ao *script*, vão desenhando as perguntas que poderão surgir.

Por fim, destaca-se a opinião de Cremilda Medina (2002):

- a) entrevista conceitual – neste tipo há a preocupação com a busca por informações, a curiosidade é a força-motriz, o repórter é, antes de ser um intermediador, uma voz da sociedade e dos inúmeros especialistas que dominam aquele assunto;
- b) entrevista investigativa - esta, dizem ser a função primordial do jornalista: investigar. Tal função o aproxima de outras inúmeras profissões, mas não com grande leque de personalidades e possibilidades. Além disso, há a capacidade dos “furos”, aliando o fato de lidar com o dia a dia de pessoas comuns, que aos olhos dos jornalistas, são podem vir a ser grandes personagens.

1.8.3 Biografia

Uma das maneiras de conceituar o perfil no jornalismo é fazer a correta elucidação dos elementos que o distinguem da biografia, gênero que influencia fortemente o jornalismo, principalmente em formatos que exigem a humanização dos fatos.

Neste objeto, o objetivo do estudo da biografia está no aumento assustador de jornalistas que as produzem, logicamente valendo-se da linguagem jornalística na formulação dos produtos.

Felipe Pena entende a biografia como um gênero narrativo que utiliza técnicas jornalísticas e vale-se de um pacto referencial de expressão de verdade com o leitor. Importante destacar que muitas biografias em livro foram publicadas após a veiculação de perfis em meios de grande circulação do país.

O ato de biografar (bio+grafia) significa escrever sobre a vida de uma pessoa. O que chamo de estilo biográfico em jornalismo seria o momento no qual a narrativa de determinado formato contem-se e é dado espaço para falamos na vida do sujeito em si, entendido como personagem não-ficcional, visto a tentativa de representar a realidade do jornalismo. A ilusão biográfica, para Bordieu, nada mais é do que achar que do ponto de vista diacrônico e sequencial, a biografia estará segura.

Nesse sentido devemos esclarecer que não existe uma ciência ou disciplina que estude a biografia exclusivamente. Ela surge como uma corrente, escola ou mesmo estilo – como no caso do jornalismo, em busca de humanizar os apetrechos técnicos normalmente usados para atestar a objetividade das pesquisas científicas. Vilas Boas (2002, p.15) esclarece:

Biografia é um gênero literário? Com certeza. Existe biografia romântica, moderna ou pós-moderna? Possivelmente. Ela pode ser científica, artística, intelectual, literária, psicológica, jornalística? Difícil. Mas está aí um bom começo. (VILAS BOAS, 2002, p. 15)

A biografia é memória, resgate do passado da vida de alguém e que por isso, promove viver assiduamente o presente. Ela é construto simbólico, deste modo todas as pessoas podem biografar e ser biografadas, basta ser biógrafo, o que não está restrito a nenhum campo em especial.

Concluimos, então, que várias disciplinas das humanidades como História e Literatura, tem pesquisado e contribuído para alicerçar efetivamente as pesquisas de uma área conceituada hoje como híbrida que são os estudos das biografias e autobiografias.

1.8.4 A história de vida enquanto método

Conceitos comumente encontrados ao buscarmos compreender o tema das histórias de vida são questões como: pesquisa quantitativa, pesquisa qualitativa e história oral. Como o próprio nome diz, os métodos ligados às análises quantitativas tendem a um rigor mais aprofundado da realidade concreta, pois lidam diretamente com números, tabelas, estatísticas e dados considerados precisos. O qualitativo tende a analisar sob a perspectiva subjetiva dos valores, crenças, hábitos, identidades, etc. Ambos são de naturezas diversas, mas podem ou não ser excludentes e/ou não se complementarem. Para Chartier (1996, p. 216)

O historiador do tempo presente é contemporâneo de seu objeto e portanto partilha com aqueles cuja história ele narra as mesmas categorias essenciais, as mesmas referências fundamentais. Ele é pois o único que pode superar a descontinuidade fundamental que costuma existir entre o aparato intelectual, afetivo e psíquico do historiador e o dos homens e mulheres cuja história ele escreve. (...) Para o historiador do tempo presente, parece infinitamente menor a distância entre a compreensão que ele tem de si mesmo e a dos atores históricos, modestos ou ilustres, cujas maneiras de sentir e de pensar ele reconstrói. (CHARTIER, 1996, p. 16)

Na pesquisa qualitativa, a história de vida tem se destacado como uma ferramenta utilizada principalmente pelos pesquisadores das ciências humanas e sociais em busca de entender como o contexto particular dos indivíduos e as suas passagens de vida, inclusive do passado, podem, de certa maneira, serem intercedidas pelo contexto social mais amplo e permeados pela atualidade.

Essa forma de captar a relação entre o micro e o macro social também terá forte apelo endossado pelos estudos que tentam captar o sujeito em constante interação no cotidiano, de antemão, conectados a partir dos meios de comunicação de onde elabora questionamentos e recebe respostas para o tumulto do dia a dia. Classificam-se as histórias de vida em dois tipos: a completa, que retrata toda a história vivida pelo indivíduo, e a tópica, que focaliza uma etapa ou episódios específicos.

Com esta última, a história de vida tópica, poderíamos traçar um forte paralelo com o perfil, afinal, tratam-se de momentos das suas histórias selecionados pelos indivíduos e transportados para a escrita. São passagens que por algum motivo mostraram importância contundente e merecem

serem o centro da narrativa do pesquisador em ação.

A história de vida, como postula QUEIROZ (1988), insere-se no quadro amplo da história oral que também inclui depoimentos, entrevistas, biografias, autobiografias. O autor considera que toda história de vida encerra um conjunto de depoimentos e, embora tenha sido o pesquisador a escolher o tema, a formular as questões ou a esboçar um roteiro temático, é o narrador que decide o que narrar.

DENZIM (1984) acredita que a temporalidade deve ser levada em conta no estudo das vidas e distingue duas formas de temporalidade. O tempo mundano relacionado ao presente, passado e futuro como horizonte temporal contínuo e o tempo fenomenológico que é o fluxo contínuo, tempo interior, circular. Ainda afirma que as pessoas contam mais do que uma vida, elas contam a vida de uma época, de um grupo, de um povo. E cita Sartre: “As pessoas comuns universalizam, através de suas vidas e de suas ações, a época histórica em que vivem. Elas são exemplos singulares da 'universalidade da história humana'” (SARTRE, 1981, p. 43 *apud* DENZIM, 1984, p. 30).

CAPÍTULO 2 - COTIDIANO: TEMPO, ESPAÇO E SUJEITO

Muito se fala sobre o cotidiano/quotidiano, entretanto, a tendência tem sido confundir esse conceito e campo de estudo majoritariamente sociológico ao entendimento que temos da palavra atualidade e da expressão dia-a-dia.

O cotidiano é, de certa forma, o atual, no entanto, é incrementado pela sua matriz teórica que sugere que ele esteja cercado pelo passado, que pode ou não ter influenciado o presente, assim como as possibilidades de um futuro que o reflita:

É certo que a notícia, como uma forma de conhecimento que se diferencia do conhecimento histórico, está primariamente preocupada com o presente, como disse Park, mas como o passado e o futuro são essenciais uma vez que lançam luzes sobre o que seja atual e presente, parece mais adequado dizer que mais que a utilização de um dos estágios do tempo ou o caráter contextual dos eventos, o que diferencia o jornalismo das Ciências Sociais é o método com que analisam os fenômenos e a forma em que os produtos destas práticas são apresentados. (MACHADO, 2005, p. 25)

E antes mesmo de conceituar o que vem a ser cotidiano e o seu campo de estudo (possível) é necessário compreendermos que existe um lado da sociologia que identifica o cotidiano como espaço da pós-modernidade disposto a descer do pedestal da razão, e outro que não credencia a validade dos métodos – considerados moles, e da base analítica desse campo, compreendendo-o apenas como uma crítica da pós-modernidade aos modernos.

Assim, enquanto pesquisadores, constatamos o dever de pesquisar o cotidiano centralizando-o nos fatos retirados da vida diária, o que para os estudiosos parece ser uma forma de análise estimulante frente ao vasto laboratório que é a “dialetização do real”.

Conceituar o cotidiano não se constitui apenas num dos desafios da sociologia. Com essa assertiva, Tedesco (2003, p. 21) aponta que: “Centralizar o sujeito individual através de suas práticas e representações, pelas quais se relaciona e negocia com a sociedade, com a cultura e com os acontecimentos, significa dizer que o cotidiano não é só vivido, torna-se objeto de interrogação e de debate”.

Não devemos pensar no cotidiano apenas como saber do tempo presente, mas na validade da sua ambientação histórica, onde passado e futuro entrelaçam-se e são construídos pelos sujeitos sem as habituais amarras cronológico-temporais. Para José Machado Pais:

A vida quotidiana não se constitui num objeto unificado por qualquer sistema

conceptual e teórico corrente e próprio, embora seja um termo que se tem imposto, orientando reivindicações, atitudes, discursos. Por outro lado, o cotidiano é um lugar privilegiado da análise sociológica na medida em que é revelador, por excelência, de determinados processos do funcionamento e da transformação da sociedade e dos conflitos que a atravessam (PAIS, 2001, p. 72)

O sociólogo paraibano Wellington Pereira (2008), em artigo intitulado “A comunicação e a cultura no cotidiano”, didaticamente divide o cotidiano em três momentos. O primeiro é o mundo da vida, estabelecido por Alfred Schutz em sua fenomenologia; o segundo é o conceito de cotidianidade, no qual a qualidade da vida e a organização do tempo consomem grande parte das discussões sobre a importância das rotinas. Por último, o mais recente postulado, a vida cotidiana. Devemos pensar nessa divisão ao estudarmos os principais teóricos e correntes da sociologia do cotidiano.

Um grande expoente nos estudos sobre o modo de vida das sociedades “efêmeras” tem sido o sociólogo francês Michel Maffesoli, herdeiro teórico de Simmel e Goffman – a serem lidos para essa dissertação -, cuja teoria nomeada de formismo, ajuda-nos a observar as situações que, a priori, não demonstram a sua potencialidade. Seu olhar traduz as intencionalidades dos sujeitos pós-modernos e como socializam em busca de grupos onde possam se compreender. Para Maffesoli (*apud* Tedesco, 2003, p. 124):

O cotidiano é uma forma (anti-racionalizada) teatralizada e superficial, cujo estudo demanda compreender o jogo das formas sociais aí presentes. As formas nas quais os fenômenos sociais aparecem e se enquadram dão a simbologia e a significação do mundo fenomênico; são a matéria-prima de como o mundo se dá a conhecer. (TEDESCO, 2003, p. 124)

Mas quais formas seriam essas? No estudo da vida cotidiana dá-se privilégio à uma relação dialética e elástica entre a microanálise e a macroanálise de pontos que se interligam nos fenômenos sociais. Observamos então com Pais (2001, p. 28):

O cotidiano – costuma dizer-se – é o que se passa todos os dias: no cotidiano nada se passa que fuja à ordem da rotina e da monotonia. Então o cotidiano seria o que no dia a dia se passa quando nada se parece passar. Mas só interrogando as modalidades através das quais se passa o cotidiano – nos damos conta de que é nos aspectos frívolos e anódinos da vida social, no “nada de novo” do cotidiano, que encontramos condições e possibilidades de resistência que alimentam a sua própria rotina (PAIS, 2001, p. 208)

2.1 SITUANDO OS ESTUDOS SOBRE O COTIDIANO

De antemão, são várias as correntes, escolas, teorias e métodos cujo principal interesse é compreender o que se passa na vida diária de uma sociedade específica margeada pelo todo social. Por isso, o presente estudo quer perpassar por entre abordagens que auxiliam a formação deste crescente campo interdisciplinar de apreensão do real.

Através de pensadores que valorizaram a alteridade e a subjetividade, como Simmel, Goffman e Maffesoli, pretende-se chegar a uma maior compreensão do cotidiano sob à luz do formismo, interacionismo simbólico, fenomenologia, etnometodologia e de uma das vertentes do marxismo, porém, dando destaque aos dois primeiros que são, inclusive, os trabalhados pelos supracitados autores.

Atentando-se para os pequenos fatos da vida cotidiana que formam a trama social, podemos destacar claramente as seguintes características: ênfase no que acontece todo dia na rotina; a esfera da reprodução; a banalização do presente imerso na imediatez; e a acentuação na coletividade, no estar com o outro de forma frívola e até lúdica.

O sujeito enquanto ser particular-universal, lido por meio da revista *Veja*, terá destaque nesta pesquisa. Para Garfinkel (*apud* TEDESCO, 2003) o mundo social é uma produção pura da ação individual mediatizada pela linguagem. Nele, o sonho e o imaginário estão estreitamente ligados, sobretudo nos momentos em que as sociedades sonham-se a si mesmas. John B. Thompson acentua que:

Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que tem de si mesmos e dos outros. Eles as usam como veículos para reflexão e auto-reflexão, como base para refletirem sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem, (...) tecendo aspectos de suas vidas com as mensagens da mídia e com suas respostas às mensagens relatadas (THOMPSON, 2008, p. 45)

Estudar a relação entre tempo e espaço a partir da mídia ainda soa como atividade tomada apenas sob a ótica da relação “ordinário” *versus* “heróico”, pela mera descrição dos acontecimentos causada e que não promovem sequer a reflexão. Entretanto, não é este o caso do perfil. João Carlos Tedesco (2003, p. 23) postula que:

É importante que tenhamos em mente a relevância para o estudo das ciências humanas, para a análise das ações cotidianas, dos pequenos episódios, dos fatos *sans prestige*, que constituem, como diz Lefebvre, a substância do cotidiano. Por mais que pareça óbvio e sem importância não podemos esquecer que a trajetória de nossa vida, do nascimento até a morte, constitui-se numa cotidianidade (TEDESCO, 2003, p. 23)

Nas sociedades tradicionais, segundo Maffesoli, o passado era privilegiado, na atualidade, cria-se expectativa em torno do futuro, e, nas sociedades que presenciaram a própria decadência, acentuou-se o presente. Nesse contexto, o perfil servirá para percebermos cada estágio da vida de uma pessoa como representações de *personas* distintas que tomam unidade no corpo, ele que formará uma narrativa biográfica única. Os indivíduos e os fatos não podem ser considerados como expressões passivas de um espaço individual e isolado. “São sínteses complexas de elementos sociais” Ferrarotti (*apud* TEDESCO, 2003, p.177).

Destacando a cultura do prazer, o sentido do “trágico” na vida das celebridades, o afrontamento do destino, tudo isso como causa e efeito de uma “ética do instante”, constituiu-se um dos campos mais explorados pelas revistas que utilizam o formato perfil. Portanto, percebe-se que há cada vez mais uma valorização dos artistas como heróis, e que esses arquétipos tomam força mediante a relação com o ambiente do momento. Maffesoli (2003, p. 45-46) no seu “O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas” observa que:

Há algo de divino na acentuação do presente. Um divino trágico, um pouco cruel, que não projeta em um futuro hipotético a solução de problemas que hoje se apresentam. Mas os vive pelo que são, e por isso dá à vida presente todo seu valor (MAFFESOLI, 2003, p. 45-46)

A vertente marxista de estudo do cotidiano, normalmente encabeçada por Henri Lefebvre, Agnes Heller e Lucács, acredita nas pesquisas que destacam o indivíduo e a rotina. Para esses teóricos, a vida cotidiana se compõe de trivialidades e repetições, sempre segundo a lógica do trabalho. Destaca Pais (2003, p. 97-98):

Apesar de centrarem o estudo da vida cotidiana no *indivíduo* e na *rotina*, alguns marxistas não deixam, por conseguinte, de encarar o cotidiano como um terreno de luta de classes. As classes exploradas, imersas no cotidiano poderiam assim contribuir para a sua negação ou transformação: ao contrário das classes dominantes, que, como sustenta Lefebvre, construiriam o cotidiano de forma a estruturarem-no como instrumento de poder e de dominação social (PAIS, 2003, p. 97-98)

Baseiam-se fortemente em nomes de peso como Freud, Adorno, Arendt e Bourdieu para entenderem o cotidiano principalmente como arena onde alguns seriam submetidos e outros dominariam em diferentes esferas.

Uma segunda corrente é a chamada fenomenologia. Seu surgimento deu-se na Alemanha no

período entre guerras, na sua fundamentação destacam-se Edmund Husserl e Heidegger. Para os fenomenólogos, se quisermos explicar determinado acontecimento social, devemos, primeiramente, isolarmos em que momento ocorre a passagem entre o objetivo e o subjetivo. Para a fenomenologia, o significado das coisas está ligado às formas que as mesmas acabam adquirindo.

2.1.1 Formismo

A ideia do formismo deriva do pensamento de entendermos os acontecimentos sociais não pelos conteúdos que carregam estritamente, mas pelas formas que expressam em sua linguagem e no seu corpo. Entendamos aqui a forma como contraponto do formalismo. A forma como uma possibilidade da sociologia compreensiva e imaginária. Tendo, então, o molde do corpo social revelando o seu interior.

O interesse em discutir o formismo nos foi despertado pelo alemão George Simmel e seus leitores: Michel Maffesoli e George Balandier. Os formistas não acreditam no cotidiano enquanto objeto, mas como forma no sentido simmeliano. Segundo JUAN (*apud* Tedesco, 2001, p. 36): “O homem, em sua forma pessoal, interior, desenvolve-se visivelmente na interação com sua forma social, que evolui ao seu redor entre o princípio de *individualização* e o princípio de *sociação*”.

A ideia de jogo de formas apresentada pelos teóricos nos alicerça a entender que há na forma a prevalência da aparência. Assim, Maffesoli (1998, p. 83) destaca que: “Em suma, no movimento cíclico das histórias humanas, a dominação do 'fundo' saturou-se e cede lugar à efervescência da forma”. A forma aparece, por conseguinte, como princípio do conhecimento e a matéria de uma realidade (a sua essência) não é conhecida senão através da forma. (PAIS, 2001)

No nosso caso específico, ao estudarmos o perfil jornalístico, possivelmente um formato que muito se assemelha ao retrato fotográfico, devemos entender a semelhança que há entre a forma e os retratos de época. Afinal, para Maffesoli (1998, p. 85): “No seio da pluralidade das coisas existe até uma misteriosa correspondência que só precisa ser encontrada”.

Assim, a forma, como elemento formante, formador, como liga no seio da sociedade, une o que se assemelha e, principalmente, une o que a primeira vista parece completamente diferente. Pois, segundo o pensamento estruturado pelo formismo, o corpo social tem a necessidade de formar o seu conjunto. Foi o que fizeram grandes pensadores ao exemplificarem determinadas épocas segundo modelos e tipos ideais.

Na atualidade, as chamadas “formas formantes” irão ser expressas através de um astro da

música, do esporte ou do cinema, um guru religioso ou um apresentador de televisão. Estes que revelarão seus próprios gostos atraindo-nos através de um sentimento de pertença. Esses papéis e o imaginário que se cria em torno deles caracterizam a pessoa pós-moderna, de certa maneira, compartimentada por distintas identidades sociais. Maffesoli (1998, p. 83-84) entende que:

Portanto, há de fato uma lógica da forma: sem deixar de valorizar o corpo, as imagens, a aparência, ela é “formante”, isto é, ela forma o corpo social; em outras palavras, ela é fazedora de sociedade. Nesse sentido, a “enformação” cristaliza a vida em sociedade num dado momento. Foi o que bem ressaltaram pensadores da importância de Burckhardt, Weber ou Freud que, cada um ao seu modo, elaboram retratos para o primeiro, modelos para o segundo ou diagnósticos para o último. Em cada um desses casos, trata-se efetivamente de uma “enformação” das características desta ou daquela época, o condottiere, o calvinista, o paranóico. Aí estão analogias que tentam imaginar e imagear a força principal, a razão interna que animam, em profundidade, o corpo social em seu conjunto (MAFFESOLI, 1998, p.83-84)

Com o conceito de forma percebemos que o “retrato”, o “tipo ideal” e o “diagnóstico” são três exemplos de formas que não existem em estado puro, mas não deixam de nos fazer compreender os acontecimentos imaginários, anódinos e cotidianos de uma cultura, que por sinal é a mais constante e forte de todas, a do dia-a-dia. (MAFFESOLI, 1998)

A forma é, então, uma maneira de reconhecer a pluralidade presente no mundo, tanto de forma coletiva quanto individual. Dessa maneira, o formismo mantém junto todos os contraditórios, tal como aponta Maffesoli (2008), favorecendo um sentido que se esgota em atos, que não se projeta, mas que vive no jogo das aparências, na eflorescência das imagens, na valorização dos corpos.

2.1.2 Interacionismo simbólico

Elaborado aproximadamente na década de 1910 em Chicago, nos Estados Unidos, e com forte amparo na Sociologia e Antropologia, os pesquisadores dessa vertente de estudo acreditavam nas cidades como amplos “laboratórios sociais”. Herbert Blumer parece ter sido o pioneiro no sentido de agrupar os pesquisadores que a ele pareciam estar dentro dessa corrente.

O principal destaque dessa escola ficava por conta do método utilizado ser a pesquisa de campo. Tendo como atributo a possibilidade de uma boa construção etnográfica, os pesquisadores

tentavam entender como se davam as formas de vida em ambientes notadamente urbanos junto aos seus problemas característicos.

A aparição do interacionismo no período entre-guerras pode ser explicada pelo inchaço da população nas cidades e o conseqüente agravamento dos problemas da metrópole de Chicago que não estava preparada para receber todas essas pessoas.

O sociólogo canadense Erving Goffman foi responsável pela introdução da dramaturgia como elemento necessário à análise dos atores e suas interações no social, assim como observou as estratégias de personalização utilizadas pelos sujeitos para melhor transitarem.

Do ponto de vista epistemológico existem várias “escolas” de interacionismo simbólico em Chicago. A corrente que indicaremos, em especial, surgiu aproximadamente na década de 1960 sob orientação de Goffman em especial, mas com forte influência de Garfinkel e Cicourel, direcionando o que, para muitos, viria a ser a etnometodologia e fazendo aumentar o interesse em torno dos estudos da agora conhecida “sociologia do cotidiano”.

A principal contribuição do interacionismo simbólico é a de que os significados sociais são produzidos nas circunstâncias interatuantes dos atores. E é nesse momento que o pesquisador deve estar presente, a partir de observações diretas e conhecimento prático.

Dessa forma, a supracitada corrente presta-se de maneira eloquente ao estudo do jornalismo e suas personagens, já que está fortemente ancorada na ideia de performance e interação (jornalista-entrevistado). Ou seja, a concepção do interacionismo simbólico frente à sociologia do cotidiano ancorará o estudo das formas de sociabilidade onde os sujeitos encontram-se constantemente incitados a exercer seus papéis na vida cotidiana noticiada pelos jornais.

Assim, podemos comparar métodos, instrumentos e procedimentos da Antropologia, majoritariamente, aos pontos destacados na confecção do perfil jornalístico através da: boa pauta, entrevista abordando o encontro com o (s) outro (s), e a finalização através deste formato específico que se centra na performance do sujeito.

No prefácio de “A Representação do Eu na Vida Cotidiana”, Goffman afirma que seu trabalho entende os acontecimentos a partir de uma perspectiva sociológica, podendo assim estudar a vida social. Também atenta que a sua visão sobre as personagens está intimamente ligada à representação teatral, ou seja, que o indivíduo - no nosso ver, sujeito, em situações comuns de sua vida, trabalho, escola, etc - regula a impressão que os outros terão acerca dele. Goffman (2005, p. 9) afirma que:

O palco apresenta coisas que são simulações. Presume-se que a vida apresenta coisas reais e, às vezes, bem ensaiadas. Mais importante, talvez, é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens

projetados por outros atores. (GOFFMAN, 2005, p.9)

Na vida cotidiana, a interação e a consequente teatralidade das personagens estará presente desde o primeiro instante. Essa teoria formulada por Goffman (2005) apenas reforça a impressão que temos de que o perfil, mesmo aqueles tomados por pessoas não-públicas, tendem a ser, da perspectiva do perfilado, uma encenação, onde, obviamente, até os momentos ruins de sua vida, podem ser relatados de maneira envolvente e prazerosa.

A vertente goffmaniana baseia-se, sobretudo, nas teorias e pensamentos formulados por Simmel. Por isso temos duas hipóteses sobre seu uso para o nosso estudo do perfil no jornalismo: 1) a primeira suposição é a de que o jornalismo é um espaço que, mesmo que com gêneros que reflitam o singular, não deixa de retratar a vida social como um conjunto de formas interligadas pelas experiências individuais, 2) a segunda teoria é a ideia do perfil como performance. Como já alertamos, mesmo que lide com figuras pouco conhecidas do público, no nosso caso em particular, serão analisados apenas perfis de personalidades de conhecimento do público brasileiro, e que claro, passaram por momentos vistos e percebidos pela sociedade brasileira como um todo.

Fica claro que o perfil é escolhido porque o sujeito é carismático, as pessoas “não-midiáticas” identificam-se com ele. Goffman (2005, p.11) entende que: “A informação a respeito do indivíduo serve para definir a situação. Tornando os outros capazes de conhecer antecipadamente o que ele esperará deles e o que dele podem esperar. Assim informados, saberão qual a melhor maneira de agir para dele obter uma resposta desejada”.

CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DO DISCURSO

A história da Análise do Discurso no Brasil já tem uma trajetória considerável se levada em conta o seu surgimento no cenário mundial, há cerca de 30 anos. Agora estendida aos vários Estados do país, em 2008 houve o início das atividades do Grupo de Trabalho Análise de Discurso na Associação Nacional de Pós-graduação em Letras e Linguística. Fomentando ainda Seminários, Simpósios e grandes encontros destinados a discutir análise do discurso.

Além de cursos de pós-graduação, cujas linhas de pesquisas centralizam a análise do discurso, é importante destacarmos os cursos de Licenciatura e Bacharelado com oferta dessa disciplina.

Uma dificuldade que normalmente se tem com relação a AD é em que área podemos encaixá-la, sendo que a mesma parece ser uma teoria/método de entremeio, pois surge com conceitos e procedimentos de outros campos, como a Linguística, a Psicanálise e a História.

A linha denominada de “francesa”, na verdade, trata-se de uma distorção conceitual que assim chegou ao Brasil. Devemos perceber que na realidade Michel Pêcheux foi o fundador da teoria do discurso, intitulado-a dessa forma em seu começo. Outro Michel, Foucault, com suas teorias não tão centralizadas no discurso quanto Pêcheux, é notadamente utilizado quando falamos em análise do discurso no Brasil. Cabe salientar que ambos teóricos foram alunos de Louis Althusser e em variados momentos puderam comentar e analisar o trabalho do outro.

3.1 O que é o discurso?

A palavra discurso está em voga nas pesquisas que dizem respeito ao jornalismo. Podemos inclusive falar nos discursos jornalísticos e nos discursos das mídias (Charaudeau, 2006). Portanto, discurso é uma palavra notadamente usada na vida diária.

O discurso é objeto de uma disciplina específica, a Análise do Discurso, ou Análise de Discursos, conhecida por AD. Assim, devemos compreendê-la respaldada por apetrechos teóricos e metodológicos convenientes.

Entende Cleudemar Alves Fernandes (2007) discurso não como língua, nem texto, nem fala, mas necessitando de elementos linguísticos para ter uma existência material. O discurso é compreendido como exterior à língua, ele paira no social e ideológico. O autor dá o exemplo de

duas pessoas com opiniões diferentes acerca de um mesmo tema:

As posições em contraste revelam lugares socioideológicos assumidos pelos sujeitos envolvidos, e a linguagem é a forma material de expressão desses lugares. Vemos, portanto, que o discurso não é a língua(gem) em si, mas precisa dela para ter existência material e/ou real. Para exemplificar essas considerações, observemos o emprego dos substantivos *ocupação* e *invasão* em revistas e jornais que circulam em nosso cotidiano. (...) Em torno dos Sem Terra, *ocupação* é empregado pelos próprios Sem-Terra, e por aqueles que os apoiam e os defendem, (...) *Invasão*, referindo-se à mesma ação, é empregado por aqueles que se opõem aos Sem-Terra, contestam-nos, e designa um ato ilegal (FERNANDES, 2007, p. 18-19)

A partir do trecho supracitado podemos compreender a noção de “sentido”, ou “efeitos de sentido” entre os sujeitos que estão em interlocução. Mesmo que as palavras “invasão” e “ocupação” tenham seus significados no dicionário, cada sujeito terá sobre elas um entendimento diferenciado. E essa interpretação irá variar de acordo com como cada qual compreende a vida cotidiana que os cerca.

Os discursos irão sempre se modificar. Não seria errado dizer que os mesmos fluem de acordo com a posição social que o sujeito que o profere ou o interpreta ocupa. O discurso acompanha então a realidade histórica, política, cultural, econômica, etc, de um ambiente em seu cotidiano. Orlandi (1999, p. 15) afirma que: “A palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando”.

Faz-se saber que nos discursos os sentidos das palavras não são fixos e é dever do analista seguir o fluxo e buscar conhecimento em outras fontes que não apenas as atribuídas pelas vozes do texto. Assim, através da percepção da exterioridade para se chegar à interpretação e leitura dos discursos frente as suas margens ideológicas e históricas, a análise do discurso torna-se um campo de emancipação e embate de sujeitos em diversas situações e posições sociais.

3.2 Os três períodos da AD francesa

Tanto Foucault quanto Pêcheux estiveram envolvidos em projetos que faziam emergir o pensamento da análise do discurso. O segundo ficou conhecido como seu fundador de fato. Gregolin (2006) enfatiza que Pêcheux esteve interessado em Freud, Marx e Saussure, enquanto Foucault em Freud, Marx e Nietzsche.

No primeiro momento da AD em Pêcheux há o que os teóricos chamam de “maquinaria discursiva”. Essa noção via os discursos como auto-determinados e encerrados em si, como o caso do discurso político e religioso. Os sujeitos (receptores) foram tratados como assujeitados e o discurso como resultado de condições homogêneas e estáveis.

O segundo momento já nos fornece a ideia de formação discursiva – tomada como base a obra de Foucault, em paralelo – que põe em xeque a maquinaria discursiva e agora já postula que para a formulação de um discurso há a participação do exterior. O sujeito nessa fase ainda permanece estagnado a passividade.

No terceiro momento, a noção inicial de maquinaria discursiva é completamente posta de lado, a maquinaria estrutural é levada até o seu limite. As ideias de homogeneidade e estabilidade são abandonadas, assim a heterogeneidade passa a acender a questão do discurso-outro.

O sujeito chamado de discursivo na AD francesa não é um indivíduo e sua particularidade, mas a posição ideológica que ele ocupa quando na sociedade, tendo como espaço o coletivo. A voz desse sujeito discursivo retratará um lugar social. Alves (2007, p. 36) assinala que: “O sujeito não é homogêneo, seu discurso constitui-se do entrecruzamento de diferentes discursos, de discursos em oposição, que se negam e se contradizem”.

3.3 Discurso das mídias segundo Patrick Charaudeau

Seguindo uma ideia básica para entendermos os processos de comunicação, mas que nos fará compreender conceitos e, conseqüentemente, o que vem a ser o discurso das mídias, sabemos que a mídia produz informação, e esta claramente pode ser considerada um discurso. O discurso, no entanto, não é a língua, embora ela seja necessária para que haja a fabricação do mesmo.

A língua está voltada à uma série de regras que a estruturam enquanto tal, é o caso da sintaxe, da morfologia e da semântica. Ela se presta majoritariamente a descrever formas e padrões das gramáticas e dicionários.

O discurso estará voltado para além da língua. Resultando da combinação dos atores, de suas falas – a identidade daquele que fala e daquele a quem este se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca, e das condições extradiscursivas e subjetividades do intradiscurso. É necessário, assim, um processo de representação social para que a significância tenha lógica e sentido no discurso. Segundo Chareuredeau (2009, p. 41):

O sentido nunca é dado antecipadamente. Ele é construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social. O sentido só é perceptível através das formas. Toda forma remete a sentido, todo sentido remete a forma, numa relação de solidariedade recíproca. O sentido se constrói ao término de um duplo processo de semiotização: de *transformação* e de *transação*.

O processo de transformação – que focaliza a **forma** do discurso - consiste em transformar o “mundo a significar” em “mundo significado”, a partir de algumas categorias, são elas: *nomeação*, *qualificação*, *narração*, *argumentação* e *modalização*. Nesse sentido, o ato de informar, estudado nessa dissertação, inscreve-se nesse processo já que descreve, conta e explica acontecimentos fatos jornalísticos.

O processo de transação – com foco no **conteúdo** - é como dar um sentido social ao seu ato, leva-se em conta: a *identidade* do outro com quem se relaciona, o *efeito* pretendido a se produzir, o tipo de *relação* que se quer instaurar e a *regulação* prevista nessa relação (CHAUREDEAU, 2009).

O ato de informar está presente na transação pois faz circular entre os pólos um “objeto de saber” que a priori um sujeito sabe e o outro não, mas que com a mensagem será descoberto, e por que não dizer, transformado, a partir da interação entre ambos? É necessário entender que um processo não exclui o outro, visto que:

A finalidade do homem, ao falar, não é a de recortar, descrever, estruturar o mundo; ele fala, em princípio, para se colocar em relação com o outro, porque disso depende a própria existência, visto que a consciência de si passa pela tomada de consciência da existência do outro, pela assimilação do outro e o mesmo tempo pela diferenciação com relação ao outro. A linguagem nasce, vive e morre na intersubjetividade (CHARAUDEAU, 2009, p. 41-42)

A linguagem que a mídia impressa nos revela nas revistas que analisaremos é um bom exemplo de como podemos perceber o “discurso da informação”. Longe de padrões objetivos de entendimento, a informação é um fenômeno que necessita amplamente da linguagem em sua execução. Segundo Chareau: “A informação é essencialmente uma questão de linguagem, e a linguagem não é transparente no mundo, ela apresenta sua própria opacidade através da qual se constrói uma visão, um sentido particular do mundo”.

O discurso da informação é, sem dúvida, uma oportunidade de compreendermos como se dão os vínculos, interações e reconhecimento identitário dos sujeitos em meio a sociedade. Com isso, as mídias são espaços interessados na prática social, porém organizadas segundo uma

“máquina midiática”(Charaudeau, 2009).

As empresas de comunicação projetam-se naturalmente em busca de um mercado, e consequentemente, de um público. Assim, utilizam sua linguagem para angariar aqueles que consomem a informação a partir de uma tipologia particular criada de maneira a reportar, comentar e relatar os fatos, e por isso, escolhem determinado veículo.

O perfil é um formato que claramente deixa transparecer as subjetividades dos indivíduos envolvidos no processo de significação da informação a partir dos seus discursos e nos conteúdos existentes no texto. O formato é extremamente autoral, pois se constrói a partir da sedimentação e visão de sujeitos (narrador, perfilado e “testemunhas”) inseridos na sociedade e, no caso de *Veja*, ocupando um lugar de destaque no cenário nacional.

Em *Veja* esse formato não aparece de maneira periódica, mas sim em datas espaçadas, é tanto que analisando os 43 anos de revista e mais de dois mil exemplares publicados semanalmente, além de algumas edições especiais, não verificamos em nenhum momento o perfil tendo uma seção semanal.

Mesmo seguindo a ideologia da revista e a sua lógica discursiva, as temáticas e os discursos variaram, mas a tônica do texto é a centralidade das personalidades conhecidas do público: artistas, atletas e figuras da mídia no geral.

CAPÍTULO 4 - PERFIS EM VEJA

4.1 O jornalismo de revista no Brasil

Desde aproximadamente o século XIX datam as primeiras publicações tidas como revistas no cenário brasileiro, assim evoluíram seguindo a história política e econômica do país. Muitas delas se apropriavam do conceito de ensaio ou mesmo folhetins. Conhecida como a primeira revista brasileira *As Variedades ou Ensaio da Literatura* teve suas primeira e segunda edição publicadas em 1812, em Salvador, Bahia.

A elite brasileira aos poucos começou a se interessar pelas revistas que adotaram uma tiragem semanal ou mensal. O caráter institucional e erudito, a especialização temática em direito, medicina ou literatura foram os temas específicos de muitas delas, como a *Revista da Sociedade Filomática* (1833), *Revista Brasileira* (1857), *Revista Brasileira da Sociedade Ensaio Literários* (1876) e a *Revista da União Acadêmica* (1899).

A partir do século XX, as revistas começaram a ganhar seu lugar específico na disputa editorial que travavam com os jornais. O espaço literário passou a ser destacado onde antes se primava pela rapidez e atualidade, angariando qualidade com gêneros baseados num discurso crítico e estético. Vilas Boas (1996, p. 09) define:

As revistas fazem jornalismo daquilo que ainda está em evidência nos noticiários, somando a estes pesquisa, documentação e riqueza textual. Isso possibilita a elaboração/produção de um texto prazeroso de ler, rompendo as amarras da padronização cotidiana (VILA S BOAS, 1996, p. 09)

No início da primeira metade de 1900 podemos averiguar um grande número de títulos sem vinculação institucional que trazem assuntos específicos. Até pelo nome dos exemplares, pode-se compreender a sua fase mais libertária: *Revista da Semana* (1901), *O Pirralho* (1911) e *Selecta* (1915), entre muitas outras nesses entremeios. Para Sodré (1994, p.30):

É um pouco dessa transformação que decorre a proliferação das revistas ilustradas que ocorre a partir daí. Nelas é que irão se refugiar os homens das letras, acentuando a tendência do jornal para caracterizar-se definitivamente como imprensa; as revistas passarão, pelo menos nessa fase, por um período em que são principalmente literárias, embora também um pouco mundanas e, algumas, críticas.

Na década de 20, inicia-se o marco encabeçado por *O Cruzeiro*, surgida em 1928 por Carlos Malheiros, que junto com *A Cigarra*, constituía um dos maiores grupos editoriais brasileiros, os Diários Associados, do paraibano e investidor da imprensa Assis Chateaubriand.

Circulando até a década de 70, *O Cruzeiro* inovou na criação de reportagens e apetrechos, gráficos e fotográficos, no jornalismo brasileiro. Outra grande revista foi *Manchete*, cujo fundador foi Adolph Bloch. Ao lado desta, *Realidade*, inaugurada em 1966 e impressa até 1975, consagrou-se como emancipadora de formatos jornalísticos voltados à personagem, como é o caso da entrevista, reportagem e perfil.

A mais duradoura entre tantas publicações nacionais destacadas com seu primeiro exemplar vendido em 1968, circulando até hoje, é a revista *Veja*, da editora Abril. Mesmo com a censura imposta durante a ditadura, conseguiu espaço editorial e têm circulação semanal, com várias edições dando destaque às personalidades brasileiras como personificações do instante atual.

Mas o que há de diferente nas revistas? O que existe de tão especial nelas? São vários motivos, um deles é a sua periodicidade, ela não é diária, traz um incentivo à curiosidade do leitor e possibilita um jornalismo mais aprofundado e menos factual.

Diante dos formatos que fundamentam este tipo de meio, a reportagem destaca-se como a alma que traz vida às histórias humanas, espetáculo e acima de tudo, grandiosidade. Por isso é preciso escrever da mesma forma que o leitor lerá. Vilas Boas destaca que (1996, p. 18): “O texto para uma revista também segue os padrões jornalísticos, mas isso não impede que as palavras, frases e períodos tenham um ‘rebolado’ diferente”.

A narrativa jornalística de revista, através de uma linguagem diferenciada, chamada “estilo magazine”, destaca de forma espaço-temporal, os jornalistas desvendando e dando opinião e angulação àquilo que não ficou esclarecido ao longo da semana. Nela, a palavra de ordem é a apuração, imprescindível à qualquer atividade voltada à personagem.

4.2 A revista *Veja*

A revista *Veja* teve seu primeiro exemplar publicado em 1968. Fundada por Víctor Civita e Mino Carta, é uma revista brasileira semanal da Editora Abril, cuja tiragem média em 2008 foi de pouco mais de um milhão de exemplares, sendo a quarta maior revista semanal do mundo, superada apenas pelas americanas *Time*, *Newsweek* e *U.S. News & World Repor.*

Algumas controvérsias marcaram a história de *Veja*, conhecida pelas suas reportagens sobre o cotidiano político, econômico, cultural e social do Brasil (e do mundo). Entre os fatos está a edição de 25 de abril de 1992, quando o então presidente Fernando Collor de Mello era acusado de desvio de dinheiro público. A publicação ficou conhecida por ser uma das motivadoras do *impeachment* do governante.

No Brasil, além de *Veja*, *Realidade*, quando no seu auge, entre 1966 e 1968, valorizava o jornalismo mais humanizado e chegou a lançar séries especiais de perfis. De *Realidade*, Vilas Boas (2003, p. 24) ressaltava as seguintes características, que também podem ser aplicadas às demais:

Imersão total do repórter no processo de captação; ênfase em detalhes reveladores, não em estatísticas; descrição do cotidiano; valorização dos detalhes físicos e das atitudes do perfilado; repórteres reconheciam e assumiam, em primeira pessoa, as dificuldades de compreensão da às vezes indecifrável, mas sempre fascinante personalidade humana.

Nesse sentido, a revista *Veja* pode ser considerada um veículo especial, pois, além de termos nela as características presentes em quase todas as revistas: melhor tratamento visual (mais cores, boa qualidade do papel em relação ao jornal) e o tratamento textual mais analítico por ter mais tempo para lidar com os fatos diários. Outro ponto interessante em *Veja* foi ter criado novas segmentações como: Artes e Espetáculo, Mulher, Especial, Gente e Memória, esta última onde normalmente vem publicado os perfis.

CAPÍTULO 5 - ANÁLISE DA AMOSTRA

Escolhemos 12 exemplares para serem analisados na nossa dissertação. Essa seleção baseou-se nos critérios do próprio site da revista que divide seu arquivo a partir de temáticas como: Brasil e sociedade, política e economia, religião e história, saúde e sexo, artes e espetáculos, entre outros. A nossa forma de segmentação levou em consideração a sessão denominada “Gente e Memória”. Dentro dela temos: personalidades brasileiras, personalidades estrangeiras e memória - com perfis de pessoas recém-falecidas. Diante disso, por ordem cronológica, estão os 12 perfis trazidos como matérias de capa e que serão analisados discursivamente:

- 1) “Niemeyer: um arquiteto para o mundo”, edição de 14 de dezembro de 1977;
- 2) “Sônia Braga: uma mulher para o Brasil”, edição de 10 de maio de 1978;
- 3) “Cazuza: uma vítima da Aids agoniza em praça pública”, edição de 26 de abril de 1989;
- 4) “Xuxa: a loirinha de 19 milhões de dólares”, edição de 25 de setembro de 1991;
- 5) “Glória Perez: a dor e a ira de uma mãe”, edição de 10 de fevereiro de 1993;
- 6) “Sandra Bréa: mulheres e aids”, edição de 25 de agosto de 1993;
- 7) “Vera Fisher: o furacão loiro aos 40”, edição de 01 de setembro de 1993;
- 8) “Betinho: o grão da cidadania”, edição de 29 de dezembro de 1993;
- 9) “Miguel Falabella: o charme secreto da loira má”, edição de 30 de agosto de 1995;
- 10) “Osmar Santos: a força de Osmar”, edição de 20 de novembro de 1996;
- 11) “Marta Suplicy: mulher do barulho”, edição de 26 de novembro de 1997;
- 12) “Gisele Bündchen: a número 1”, edição de 01 de dezembro de 1999.

Dentro dessa amostra percebemos que os perfis podem ser divididos - não de maneira excessivamente centralizada - em três grandes grupos. O primeiro esteve sedimentando na “exploração” do corpo feminino: Sônia Braga e Vera Fisher o encabeçam. Sem esquecer que Xuxa e Gisele Bündchen são manequins, mas os seus perfis não enfatizam especificamente o corpo, com o das duas supracitadas.

O segundo grupo tem como tônica a questão da saúde, da doença, da cura, da superação e mesmo da memória e do medo do esquecimento. Sobre a Aids são os perfis de Betinho, Cazuza e Sandra Bréa, enfocados de formas distintas. Temos um homossexual que tem como história de vida

a tuberculose e o vírus HIV como doenças pegadas por “fatalidade” em Betinho. Cazuza como indivíduo que sempre conduziu a própria vida como uma aventura, perfilado como alguém “promíscuo”. E Sandra Bréa, mulher cuja liberdade sexual e beleza confundiam os homens e a própria sociedade da época. Além dos três destacam-se na categoria: Osmar Santos, que por tantos anos foi a “voz do Brasil”, mas depois de um acidente grave lamenta pelos danos que comprometem seriamente a sua desenvoltura profissional, e teme o esquecimento do público. E por fim, Glória Perez e a sua luta em prol do julgamento dos acusados pela morte da filha.

A última e terceira categoria têm como tema o sucesso, o dinheiro e a fama na vida dos perfilados: Marta Suplicy, deputada federal e esposa de senador, aparece como uma mulher de sucesso e “do barulho”, como relata a própria revista. Niemeyer é o exemplo de um arquiteto de fama internacional e com um padrinho de força, o presidente Juscelino. Novamente política e ideologia misturam-se no perfil. Miguel Falabella com a sua ostentação da fama e do dinheiro são a tônica do último texto da categoria.

O perfil de Gisele Bündchen retrata o dinheiro e o poder alcançados pela modelo gaúcha e a independência financeira dada pelos pais, apesar dos seus 19 anos. Capa da revista *Vogue*, consagra-se como a manequim da nova geração que mais arrecada. Xuxa é encarada como uma máquina de fazer dinheiro, pois aparece na lista da *Forbes* como uma das quarenta celebridades mais ricas do mundo. Apesar da situação do país, a apresentadora conta com vários braços direitos que parecem querer sempre mais, ao contrário da simplicidade e do conformamento que ela deseja passar.

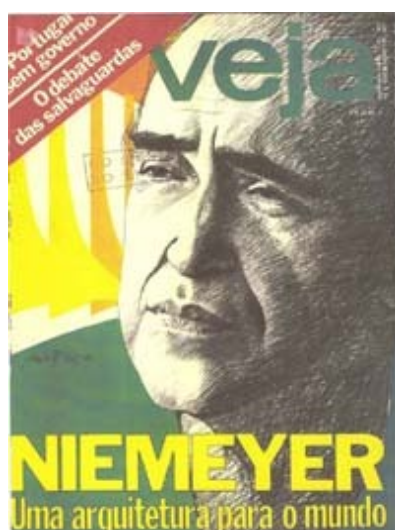


FIGURA 1 - Niemeyer: um arquiteto para o mundo”, edição de 14 de dezembro de 1977



FIGURA 2 - “Sônia Braga: uma mulher para o Brasil”, edição de 10 de maio de 1978

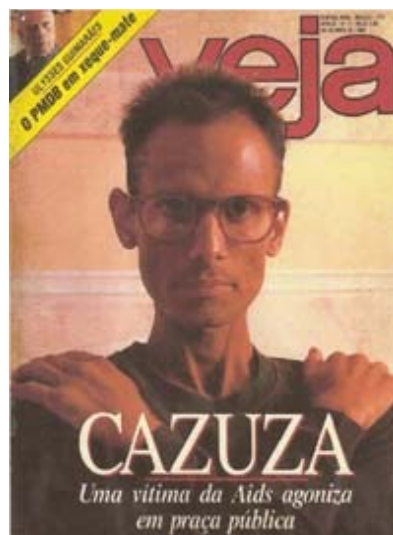


FIGURA 3 - *Veja*, “Cazuza: uma vítima da Aids agoniza em praça pública”, ed. , abri. 1989



FIGURA 4 - “Xuxa: a loirinha de 19 milhões de dólares”, edição de 25 de setembro de 1991



FIGURA 5 - “Glória Perez: a dor e a ira de uma mãe”, edição de 10 de fevereiro de 1993



FIGURA 6 - “Sandra Bréa: mulheres e aids”, edição de 25 de agosto de 1993



FIGURA 7 - “Vera Fisher: o furacão loiro aos 40”, edição de 01 de setembro de 1993



FIGURA 8 - “Betinho: o grão da cidadania”, edição de 29 de dezembro de 1993



FIGURA 9 - “Miguel Falabella: o charme secreto da loira má”, edição de 30 de agosto de 1995



FIGURA 10 - “Osmar Santos: a força de Osmar”, edição de 20 de novembro de 1996



FIGURA 11 - “Marta Suplicy: mulher do barulho”, edição de 26 de novembro de 1997



FIGURA 12 - “Gisele Bündchen: a número 1”, edição de 01 de dezembro de 1999

5.1 As fotos de capa

O conteúdo das revistas, de certa forma, vem estampado em sua capa. Geralmente a reportagem principal a ilustra de maneira a despertar a curiosidade dos leitores. Nesta dissertação escolhemos perfis que vieram como matérias de capa, a importância disso se deu pela escala de prioridade que a revista, seus editores e repórteres, deram ao perfil.

Manchetes, títulos e subtítulos são cuidadosamente escolhidos para chamar a atenção para a a matéria principal. O material imagético, as fotografias, seus ângulos e cores formam um apanhado interessante para que possamos entender um pouco mais do formato, mesmo sabendo que as imagens não são o objetivo final do trabalho.

No perfil do sociólogo Betinho temos o seguinte título: “Betinho: o grão da cidadania”. A foto de capa estampa o rosto do perfilado formado por grãos de diferentes tipos: feijão, arroz, milho, etc. Como se, juntando-os, pudéssemos, enquanto a soma de tanto brasileiros, ter um país melhor. E esta “simbiose” de cidadãos, representada pelo que ficou conhecido como estudioso da fome e da miséria, repete-se em todo o perfil.

Como subtítulo do texto: “Em 1993 Herbert de Souza soube captar a imaginação de um país carente de cidadania”. Além do trecho: “Betinho e a História do Brasil são vasos comunicantes” (VEJA, 1320, p. 70). Nota-se que o cotidiano da *persona* entrelaça-se a história do país.

No exemplar da edição 1301 temos a apresentadora Xuxa Meneghel, no qual observamos o seguinte título: “Xuxa: A loirinha de 19 milhões de dólares”. Seguido por: “A primeira brasileira a entrar na lista dos 40 artistas mais ricos do mundo”. Ou seja, ao contrário dos perfis de Sônia Braga e Vera Fischer, a sua beleza não é explicitamente exaltada, apenas “acarinhada” com o diminutivo “loirinha”. Vale lembrar que o público-alvo de Xuxa eram as crianças.

Na revista de número 484 a capa trouxe o arquiteto Oscar Niemeyer. O seu rosto não é decorre de uma fotografia, normalmente nos perfis, um retrato, mas de um desenho. O rosto está em preto e branco, o que contrasta com o resto da capa que vem colorida com tons fortes como verde, vermelho e amarelo. O título é “Um arquiteto para o mundo”.

O perfil da atriz Vera Fischer destaca a maturidade e beleza logo na capa, visto que a fotografia tem como tom principal o vermelho, conhecido no mundo ocidental como a cor da paixão, do amor e da sedução. As características “provocantes” da loira, vestida toda de preto, estampam o título: “O furacão loiro aos 40”, na edição 1303 da revista.

O “roqueiro-problema” Cazuza aparece extremamente magro na capa de *Veja*, edição 1077. A população brasileira chocou-se com a fotografia. Foi uma revista muito vendida na época, com

grande repercussão dos críticos. O título: “Cazuza: uma vítima de Aids agoniza em praça pública”. Ao contrário de Betinho, a palavra agoniza, e a própria doença, a Aids, é enfatizada como algo a ser temido.

Dinheiro e sucesso são o percurso tomado pelo perfil de Miguel Falabella. Estas temáticas aparecem claramente na capa da edição 1407. Em “O charme secreto da 'Loira Má'” a fotografia enfatiza o rosto do artista encoberto por uma de suas mãos. A 'loira má' é o apelido que recebeu dos amigos mais íntimos. Na época do lançamento da revista a mídia estava preocupada em saber o que havia de tão especial em Miguel para que ele faturasse tanto.

O cotidiano do país foi destaque da capa da revista que traz como conteúdo o perfil da atriz Sandra Bréa (edição 1302), cujo título destacava: “Mulheres e Aids: cresce o número de vítimas femininas da doença”. A foto do rosto da atriz enfatiza sua feminilidade e beleza, ao contrário de Cazuza, magro e com os braços fechados como se estivesse num caixão, e Betinho, cujos grãos que formam o seu rosto lembram a junção possível em busca da cidadania almejada pelos brasileiros. Sandra é a única analisada pela dissertação portadora do vírus HIV do sexo feminino.

A revista *Veja* 1274 teve o título: “A dor e a ira de uma mãe”, com subtítulo: “Glória Perez com o retrato de Daniela, sua filha assassinada”. Inovou, então, ao trazer duas fotografias na capa, a primeira de Glória, com parte do seu rosto sombreado, preto, sem que possamos enxergá-lo, e o rosto (retrato/foto) da sua filha, Daniela Perez, em suas mãos. Assim, compreendemos que o perfil de Glória sem dúvida foi elaborado a partir da morte de sua filha, e conseqüentemente, do sofrimento da novelista.

A edição de número 1626 traz a modelo Gisele Bündchen, então despontando no mundo da moda. O título é “A número 1”, cujo algarismo 1 vem destacado na grafia da palavra “número”, tanto pela cor da letra quanto pela fonte. O subtítulo é: “As aventuras de Gisele Bündchen, a gaúcha de 19 anos que ao topo do mundo da moda”. É importante nesse caso a ênfase dada ao algarismo 1.

Osmar Santos, locutor, foi capa da edição 1471 de *Veja*. O título: “A força de Osmar”, cuja força ainda vem a ser enfatizada no subtítulo: “A luta heróica de Osmar Santos para vencer os limites físicos depois do acidente devastador”. Destacamos, com isso, as palavras “heróica”, “vencer”, “limites” e “devastador”. Na fotografia de capa, apesar de imaginarmos que seria trazida uma expressão de fracasso e tristeza que poderia acometê-lo, vemos um grande sorriso estampado em seu rosto.

Na edição de número 505 a revista trouxe um retrato do rosto da atriz Sônia Braga extremamente destacado na capa. A cor avermelhada enfatiza o “clima quente” também suscitado no perfil de Vera Fischer. O título é: “Sônia Braga: Uma mulher para o Brasil”. Com isso, Sônia Braga foi, sem dúvida, uma personalidade cuja sexualidade foi tratada como seu principal

“atributo”.

Por último um retrato da então deputada Marta Suplicy é manipulado no “estilo” Andy Warhol, como numa pintura. Seus cabelos loiros, olhos azuis e boca num batom vermelho não deixam de acentuar a sua feminilidade, que a revista enfatiza no título: “Mulher do barulho: Sexo, censura e feminismo”. A edição é a 1523 e o perfil destaca os desafetos e alianças da petista.

5.2 O cuidado com o formato perfil e suas formas predominantes

Uma constante nos perfis analisados foi a completa aplicação das teorias do cotidiano sobre as amostras. O *corpus* do estudo deu-se a partir de 12 matérias que tiveram como centro narrativo as passagens de vida das personagens. Elas, com suas histórias, deram amparo para que assuntos que eram discutidos na sociedade da época fossem discutidos sob à luz do pensamento sobre a vida cotidiana.

O perfil, por si só, é um formato que, apesar de ser elaborado a partir de um momento presente, configura-se em algo extraído do íntimo daquele que é entrevistado, por isso, nunca é demais que o repórter estabeleça uma pauta previsível, mas que nem sempre será utilizada na conversa. Passagens do passado e a possibilidades do futuro, que respondam as indagações de um momento atual, podem ser verificados na feitura do formato.

No perfil, o momento do encontro entre o jornalista e seu possível perfilado quase sempre é enfatizado, por isso destacamos a dramaturgia aplicada por Goffman (2005, p. 21) em sua sociologia:

Quando um indivíduo projeta uma definição da situação e com isso pretende, implícita ou explicitamente, ser uma pessoa de determinado tipo, automaticamente exerce uma exigência moral sobre os outros, obrigando-os a valorizá-lo e a tratá-lo de acordo com o que as pessoas de seu tipo tem o direito de esperar. (...) Os outros descobrem, então, que o indivíduo os informou a respeito do que é e do que eles *devem* entender por “é”. (Goffman 2005, p. 21)

Com os perfis escolhidos a partir de ocasiões onde o repórter estava face-a-face com seu futuro perfilado, cabe demonstrarmos o encontro e o desempenho dos envolvidos. Assim, as características que o jornalista adjetiva ao ver o seu entrevistado são de grande valia para que os leitores imaginem como é a *persona* na vida íntima, pois segundo Goffman (2005, p. 27): “Cada um

dá ao indivíduo uma posição que tem suas próprias garantias e defesas, e por isso haverá a tendência, para quem viajou próximo a um desses pólos, de completar a viagem”. Narra o repórter em *Veja*:

É fácil saber quando você está frente a frente com uma celebridade mundial. Ela chega enrolada num xale, de óculos escuros e cabeça baixa, tentando se manter incógnita. No restaurante, embora possa desbancar qualquer freguês da melhor mesa da casa, ela segue direto para um canto mais protegido. Geralmente, quando uma celebridade abre a boca, mesmo que seja apenas para pedir um prosaico filé com fritas, é o garçom quem fica engasgado. (VEJA, n. 1626, p. 166)

A luta vivida pelo locutor de rádio Osmar Santos, após dois anos do acidente de carro que sofreu e que deixou graves sequelas em seu corpo, foi tema do caderno Especial de *Veja*. Nesse perfil, percebemos que logo no início enfatizou-se a recuperação do entrevistado, onde notamos o seu empenho na reabilitação. O momento do encontro com o repórter enfatizou a dificuldade de fala de Oscar :

Durante um almoço num restaurante italiano em São Paulo, há poucos dias, Osmar Santos transfigurou-se por um instante tão fugídio quanto inesquecível. Seus olhos deixaram de passear pelo ambiente para fixar-se no irmão Oscar. A expressão do rosto, habitualmente entre risonha e contemplativa, ganhou firmeza. Alguns segundos de silêncio depois, a frase surgiu espontânea: _ Eu que-ro tra-ba-lhar. (VEJA, 1471, p.118)

A descrição do jornalista faz do perfil um formato especial, principalmente por ele descrever as reações do entrevistado perante as suas perguntas e indagações em momentos de descontração ou em passagens mais críticas da entrevista:

Na tarde de quarta-feira passada, Cazuza recebeu Angela Abreu e Alessandro Porro, da sucursal carioca de VEJA, em seu apartamento no Leblon, para uma entrevista que durou duas horas e meia e fumou um maço inteiro de Lucky Strike. Sem fugir de qualquer assunto, falou sobre tudo e todos em depoimentos pungentes. (VEJA, n. 1077, p. 80)

A descrição da novelista Glória Perez ao ser reconhecida pela repórter de *Veja* traz adjetivos que combinam com a lamúria pela morte da filha:

Essa mulher é uma fortaleza. Inexpugnável como uma máscara de bronze, seu rosto de sulcos profundos não abriga expressões ternas ou angustiadas. Seus olhos enormes se fixam firmes nos do interlocutor e não mostram indignação ou surpresa ante perguntas embaraçosas. Ela fala com enorme segurança, sem parar para buscar palavras. Os raciocínios se sucedem movidos por uma lógica implacável, uma convicção férrea, que não admite dúvidas. (VEJA, 1274, p. 64)

5.2.1 O ambiente, ou, segundo Goffman, o cenário

O ambiente no qual a entrevista transcorrerá revelará bastante acerca do perfil a ser desenvolvido. Goffman intitula cenário, este que dentro de um grupo denominado “fachada pessoal”, e é também constituído pela *aparência* e *maneira*. Segundo o autor (Goffman, 2005, p. 29): “Fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua apresentação. (...) o 'cenário' compreende a mobília, a decoração, a disposição física e outros elementos de pano de fundo que vão constituir o cenário e os suportes do palco para o desenrolar da ação humana diante, durante ou acima dele”. Sobre Cazuza:

Em seu quarto, o ambiente lembra a assepsia de um hospital bem equipado, com tenda de oxigênio, máscara para facilitar a respiração, cadeira de rodas com forro especial no assento para evitar as escaras provocadas pela longa sedentariedade e uma mesa repleta de frascos de remédio (VEJA, 1077, p80)

Ainda sobre o cenário, ele normalmente tende a permanecer fixo, no entanto, em determinadas ocasiões especiais, o cenário acompanhará os atores. Como exemplo, temos um enterro, uma parada cívica ou um casamento real. No caso do jornalismo, entendemos que a entrevista coletiva pode ser tomada como cenário, no perfil de Sandra Bréa isto é bastante evidente:

Ela se insinuou entre sorrisos e gargalhadas forçadas num rosto que uma geração de brasileiros viu brilhar em novelas de televisão, em filmes e musicais. Aos 41 anos, a atriz Sandra Bréa reuniu repórteres em sua casa em Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, para anunciar na quarta-feira que é portadora do vírus HIV. Entre baforadas nervosas de Benson & Hedges mentolados, Sandra tentava manter o controle, como se sua revelação fosse tão corriqueira como o anúncio de um novo papel na novela das 8 (VEJA, 1302, p. 76)

5.2.2 Os perfilados e a legitimação da sua personalidade por meio das vozes externas

Entrevistas com sujeitos do convívio do perfilado acabam dando validade ao perfil esboçado. Podem ser feitas pelo jornalista e nem sempre irão ser vozes uníssonas. No caso de *Veja* temos esses sujeitos externos dentro do perfil de forma, em sua maioria, a elogiar os perfilados:

Ela encarna à perfeição o tipo de beleza do novo milênio", avalia Sally Singer, da *Vogue* americana. "Gisele é deslumbrante justamente porque não é perfeita. Ela tem sardas, um nariz meio engraçado e uma alegria contagiante", completa. (VEJA, n. 1626, p. 166-168)

Geralmente quando os perfis tratam sobre o dinheiro, o sucesso e mesmo o poder do perfilado em determinada área, questões polêmicas, assim como acusações e inimigos declarados costumam normalmente surgir. Diante disso, destoam da opinião dos familiares e amigos do sujeito exposto, é o caso de Gisele Bündchen:

Responsável direto pela mudança de Gisele de Horizontina para Nova York e pela estratégia de marketing que a ajudou a chegar ao topo, Casablancas não esconde sua fúria. "Gisele Bündchen é uma predadora. Ela se vendeu como um Judas para a IMG. É a criatura mais avara e gananciosa que já conheci. É egoísta, fanática por poder e dinheiro. Na caixinha de Natal dos funcionários do ano passado, quando todas as modelos contribuíram com 4 000 dólares, ela deu 500." Casablancas está inconsolável pela perda do talento que ele identificou antes de todo mundo e perdeu quando o retorno seria mais significativo. Quer vingança. "Infelizmente, ela não é a garota saudável e cheia de vida que todo mundo pensa. A Gisele fuma maconha. Precisa de um baseado porque é a única maneira que tem de controlar a ansiedade." (VEJA, 1626, p. 170)

A política é um campo contraditório, por isso mesmo no perfil de Marta Suplicy temos um fenômeno interessante: alguns dos seus parceiros de política são contra os seus projetos, já adversários põem-se a favor. Quem vence, no entanto, a “batalha”, de maneira diplomática, é a própria deputada:

Católico fervoroso, ex-coordenador do Centrão e chefe da tropa de choque de Collor no Congresso, o deputado Roberto Jefferson, do PTB do Rio de Janeiro, cedeu aos encantos de Marta e redigiu o substitutivo da matéria que agora está em tramitação na Câmara. De quebra transformou-se em fã da deputada. A petista é só afagos: “Ele é um deputado nota 10”, diz sem ressalvas. “Ela é um encanto, uma grande mulher: corajosa, lutadora, intelectual”, devolve ele.

A ala católica do PT torce o nariz para Marta e seu trabalho, fala o deputado petista padre Roque Zimmermann, do PT do Paraná: “Ela vai colocar o partido na defensiva com seus projetos. Vamos passar a campanha presidencial tentando nos justificar. Em véspera de eleição, colocar esses pontos como pauta de governo é uma irresponsabilidade, porque não atacam nenhum dos problemas fundamentais do país.

5.2.3 Em busca de uma identidade nacional

O consenso de identidade nacional aparece nos perfis claramente como forma de acentuar o teor de particularidade e intimidade do relato de vida abordado no texto relacionando-o ao cotidiano do país. Porém, o que percebemos é que quase sempre, o que vem a ser o motivo da elaboração do perfil, apesar de parecer ser o destaque da figura perfilada em detrimento dos brasileiros, é alavancado a partir de um parâmetro internacional.

No perfil da apresentadora Xuxa Meneghel, a elaboração foi motivada pela aparição da artista como um dos 100 artistas mais ricos do mundo. A apresentadora desponta na lista confeccionada na semana anterior à publicação de *Veja* feita pela *Forbes*, em 37 lugar, consagrando-se então, como a primeira artista brasileira a embolsar a proclamada quantia.

Na continuação da narrativa, há um contraponto elaborado com o cotidiano vivido pela maioria dos brasileiros, que de certa forma, não opõe a apresentadora aos demais, apenas a põe num patamar de destaque, e que inclusive, todos podem chegar devido o passado humilde da apresentadora:

Num país onde o IBGE informa que quem recebe cinco salários mínimos por mês já pode se considerar um privilegiado, a dinheirama que Xuxa embolsa é tão colossal que mesmo pessoas que sobrevivem bem acima desse patamar não conseguem fazer idéia do que significa. (VEJA, n. 1201, p. 102)

E algo que interliga as duas situações é a fala da apresentadora: “ 'Eu não sou um personagem', desabafa Xuxa diante num show em São Paulo”. “ 'Sinto a situação do país como qualquer outra pessoa e me pergunto: ter esperança em quê, para quê?', perguntou, antes de anunciar que pensa em se mudar para Buenos Aires' ” (VEJA, 1201, p. 102).

Herschmann (*apud* Helal & Soares), por sua vez, chamava a atenção para o fato de que com a globalização estaríamos presenciando dois movimentos, um de afirmação da cultura local e outro

de manifestações culturais que operam a partir de referenciais globais. Muitas vezes, segundo Herschmann, essas expressões da cultura local se reinventam hibridizando com outras globalizadas, desterritorializadas.

Outro perfil que não destoa deste modelo seria o de Gisele Bündchen, que além de colocá-la enquanto Top Model número 1 do mundo, mesmo com apenas 19 anos, pega carona na sua aparição na *Vogue* americana.

O entusiasmo se dá pela gaúcha ter saído na capa da *Vogue* como um dos rostos do milênio ao lado de Cláudia Schiffer, Naomi Campbell e Kate Moss. Novamente, o feito que destaca a perfilada não está na realidade do Brasil, mas fora dela. Gisele abre as portas para uma nova modalidade nas famílias brasileiras que sofrem com a crise nacional: garotas que vão morar fora do país para ajudar os pais:

Com os primeiros cachês, fez uma reforma na espaçosa casa com piscina da família em Horizontina (...). Mas Vânia, que é bancária aposentada, e Valdir, que tem uma agência de empregos, fazem questão de não tocar no dinheiro da filha. "As pessoas pensam que ficamos ricos", diz ele. (VEJA, 1626, p. 170)

A contraposição do perfil é feita quando o narrador destaca que mesmo morando em Nova Iorque e com toda a agenda que atende à compromissos internacionais, o lar de Gisele no Rio Grande do Sul ainda é visto pela estrela como um refúgio, apesar da simplicidade.

Os holofotes de Nova Iorque dão dinheiro, mas não o aconchego da pátria subdesenvolvida do Brasil: "Quando dá, mais ou menos duas vezes por ano, foge para descansar em Horizontina e cavalgar a égua "Paloma", que comprou há dois anos. Mas ultimamente Gisele não tem tempo nem para namorar."

No perfil da atriz Sônia Braga temos o título: "Uma mulher para o Brasil", mas é interessante como a revista a exalta a partir da comparação com ideias de beleza de outros países (VEJA, 505, p. 44): "Por lhe faltarem, precisamente, todos esses requisitos da beleza longilínea e inacessível, Sônia Braga é, hoje, o sonho do brasileiro comum – e aos 27 anos, transformou-se em nossa Brigitte Bardot, em nossa Marilyn Monroe". Em outro momento a revista consagra a atriz por seu sucesso no exterior:

Sônia é atualmente a manequim mais bem paga no país, assinou contrato há um mês para posar na *Playboy* americano, teve fotos suas publicadas na *Vogue* americano de maio e, suprema manifestação de sucesso para uma estrela brasileira, foi sondada para ser – nada menos – a madrinha da seleção de futebol na próxima Copa do Mundo (VEJA, 505, p. 44)

Mas não foi a partir de agora que Sônia começou a despertar paixões fulminantes. Seus dois outros grandes sucessos, a novela “Gabriela” e o filme “Dona Flor e Seus Dois Maridos” - ambos originários de textos de Jorge Amado – tiveram carreiras excepcionais dentro e fora do país.

5.2.4 Ascendência e descendência

Fato comum nos perfis e nas biografias é o autor tentar trazer ao longo da narrativa trechos da vida dos ascendentes/descendentes do perfilado, inclusive quando os mesmos tem as profissões ou “dotes” iguais aos da *persona* narrada. Em “Biografismo” afirma VILAS BOAS, (2008, p.43): “Antes de recorrer às linhas de parentesco, o biógrafo deveria se perguntar: a descendência constitui o caráter de uma pessoa, necessariamente? Qual o grau de influência que a família realmente exerce sobre um indivíduo?”. No trecho abaixo um pouco do perfil de Falabella:

Filho de uma professora de francês e de um arquiteto, Miguel Falabella de Souza Aguiar foi criado com três irmãos na Ilha do Governador, subúrbio do Rio de Janeiro, mas foi dentro de casa, sob a batuta da mãe, que começou a cultivar a inteligência. Fala inglês e francês fluentemente, se vira nas conversações em italiano e alemão, está estudando espanhol. Depois de grande aprendeu a reler para entender melhor a incrível biblioteca que lhe passou pelas mãos a partir dos 13 anos. (VEJA, 1407, p. 109)

No perfil do sociólogo Betinho seu filho vêm a público, mas ao contrário do que se esperava, não está envolvido em nenhuma causa humanitária, apesar da mãe também ser socióloga e considerada subversiva na época do seu nascimento:

“Quando eu era menino, tinha pesadelos, uma insegurança terrível por não ter um superpai e, ao mesmo tempo, por não poder protegê-lo. Tinha pânico de ser preso com ele” “(...) Mamãe sempre cuidou para eu ter ao menos um cachorro”. “(...) É terrível constatar isso, mas a relação com meu pai só se aprofundou devido à Aids” (VEJA, 1320, p. 73)

A revista *Veja* tenta no perfil de Cazuza, cujo nome era Agenor de Miranda Neto, recorrer ao passado do seu avô, com o mesmo nome do artista, para explorar a terrível coincidência de suas doenças:

Agenor de Miranda Araújo, o avô de Cazuzza, teve sífilis aos 28 anos, enlouqueceu aos 38 e morreu duas décadas depois sem nunca ter deixado de ser considerado uma espécie de doido alegre pela família. Naqueles tempos a sífilis não tinha cura, era considerada uma doença maldita que, conforme se dizia, se transmitia pecando. “Meu avô morreu dois anos antes de eu nascer, mas para mim ele é uma figura muito importante, uma figura presente” - diz o cantor, que fez uma música, *Nabucodonosor*, em homenagem ao velho Agenor (VEJA, 1077, p. 92)

Tanto a ascendência quanto a descendência da atriz Sandra Bréa coincidem com o momento delicado que ela vive e corroboram para o seu “desmoronamento”, como diz a revista. Os amigos contam que Sandra sofreu dois abalos emocionais: “Um deles, o suicídio da mãe, em 1987. Aurora Santorra foi chefe de aeromoças de uma grande companhia aérea. Vestia-se com apuro. 'Suas roupas eram como as dos passageiros da primeira classe'”. *Veja* então enfatiza o segundo momento dramático na vida da atriz:

Há meses veio outro golpe, a briga com o filho adotivo, Alexandre, de 14 anos, “Xandeco”, que Sandra levava para teatros e gravações quando ainda bebê. “Alexandre acabou preferindo morar com a babá e madrinha dele. Foi um golpe duro para Sandra”, conta o amigo Jorge (VEJA, 1302, p. 81)

Levando em conta que o perfil é um tipo de escrita biográfica, ou seja, grafia sobre a vida, James Hillman critica a obsessão da maioria dos biógrafos em enfatizar a árvore genealógica como geradora de tudo que venha a acontecer com o sujeito narrado. Já os sociólogos Peter Berger e Thomas Luckman acreditam que há sempre uma história antes de nascimento e depois da morte do biografado, e esta interage fortemente com a realidade social, constituindo-se como um episódio dentro da história objetiva da sociedade:

As instituições, como facticidades históricas e objetivas, defrontam-se com o indivíduo na qualidade de fatos inegáveis. As instituições estão *aí*, exteriores a ele, persistentes em sua realidade, quer ele queira, quer não (Berger e Luckman, *apud* VILAS BOAS, 2008, p. 50)

O psicólogo humanista Hillman chama de “falácia parental” a necessidade daqueles que primam pela escrita biográfica, no nosso caso, o perfil, em destacar sempre o papel dos pais na vida

do indivíduo. E a mãe é evidenciada, pois aparece quase sempre como um padrão mitológico que pode representar a “grande mãe” da sociedade.

Supostamente, a descoberta do destino do arquiteto Oscar Niemeyer, apesar de uma infância e adolescência nada excepcional, segundo ele, deu-se a partir da sensibilidade da sua mãe, que, ao observar o garoto com a mania de desenhar e escrever coisas no “espaço”, o questionou: “Que esta fazendo, meu filho?”. Ele: “Desenho”. (VEJA, 484, 1977)

Já no perfil de Vera Fisher, o autor destaca a atriz como dona de um “bom copo”, expressão que dá título ao sub-texto presente na matéria. O jornalista enfatiza: “Beleza não põe mesa, principalmente quando se tem 41 anos”:

'Meu pai me ensinou a comer e bebe bem', conta Vera Fischer. Ela herdou do velho Hemil o gosto por frutas e verduras, mas não resiste às tentações da carne, do macarrão, da pizza e da pipoca. (...) Vera Fischer não é nenhum Hélio Garcia, mas bebe bem, de preferência vodca. 'Sou um bom copo', reconhece. (VEJA, 1303, p. 90)

No perfil de Glória Perez, elaborado a partir da morte de sua filha, Daniela Perez, temos o depoimento de uma psicóloga que nos aponta como a história da mãe e o que ela faz, psicologicamente, pode culpabilizá-la pela morte da filha, o que normalmente não é realidade, no entanto não ressaltamos que a influência seja nula. A especialista Lydia Arantanguy:

'A mãe acha que tem o poder sobre o destino e a felicidade do filho. Se ela se culpa até quando o filho vai mal na escola, imagine quando filho desaparece numa tragédia, e a morte mostra que ela não tinha o menor poder sobre aquela vida. É desesperador entender isso' (VEJA, 1274, p. 66)

5.2.5 A simplicidade como estratégia

Nos perfis que tratam da beleza e da aparência dos perfilados repete-se a negação, por parte dos próprios sujeitos, dos adjetivos que normalmente recebem. Podemos supor que seja uma estratégia tanto do repórter quanto do próprio entrevistado para humanizar o que viria a ser tido como uma característica “extraordinária” que ela possuía. São frases da ex-miss Brasil 1969, Vera Fischer, ao longo do seu perfil (VEJA, 1303, p. 90 - 91): “Que beleza é essa que só os outros vêm em mim?” ou “Tenho espírito independente demais para ser bonita”. O repórter ressalta: “A beleza

que todo mundo vê em Vera, Vera Fischer só vê em Ingrid Bergman, Ana Magnani, Christiane Torloni e Cláudia Abreu”.

A revista *Veja*, edição 505, destaca todos os atributos físicos de Sônia Braga. O título, nada discreto é: “Sônia Braga: uma mulher para o Brasil”. Ao abrir a matéria lemos o seguinte subtítulo: “Bonita e gostosa”. E é com toda essa exuberância que o autor começa a descrevê-la: “Fora das telas, caminhando pelas ruas, Sônia Braga raramente é reconhecida. Com vestido de chita ou agasalho de ginástica, de calças compridas de linho cru, de camisetas largas, nenhuma pintura no rosto” (VEJA, 505, p. 44). Mas segundo a atriz, é cadeiruda e pernuda. Trata-se de uma brasileira. Mas que nem sempre se viu assim: “(...) até os anos 60 eu era uma moça feia, pois o que contava era a beleza da Doris Day” (VEJA, 505, p. 46)

5.2.6 O estar situado no cotidiano social a partir das histórias pessoais

O estudo da vida cotidiana, e conseqüentemente, da nossa dissertação, cujo um dos objetivos foi observar a inserção do cotidiano nas trajetórias dos perfilados, prima pela exibição do corriqueiro no dia-a-dia de indivíduos tidos como “excepcionais” pelo público leitor, ou pela própria imprensa, na voz do sujeito-narrador, o jornalista.

Nesse sentido, podemos verificar que em todos os perfis há claramente uma “chamada” para o atual. A realidade do país ou local que o sujeito perfilado habita dá margem a construção do perfil, mesmo que isso seja discretamente percebido.

No perfil de Oscar Niemeyer, o seu aniversário de 70 anos é posto em destaque para que falemos da sua maior obra, assim dita pela revista: a construção de Brasília. Um dos subtítulos da matéria é “O poeta do concreto completa 70 anos”. Expressões como: “Um homem com sensibilidade para o futuro e para o passado”, “glória de Oscar”, “grande sonho” estão presente no texto. (VEJA, 484, p. 82)

Ter entrado no ranking da revista *Forbes* como 37 atração mais rica do show business mundial é o caminho que percorre o texto sobre Xuxa Meneghel. Mas a apresentadora não se entusiasma ao se dizer descontente com a pobreza do país. Expressões como: “Rainha das brincadeiras dos baixinhos e devaneios dos altinhos”, “bolada”, “fenômeno nacional”, são lidas na narrativa (VEJA, 1201).

O cotidiano da moda é bastante exposto no perfil de Gisele Bündchen. A modelo aparece na capa da *Vogue* americana ao lado de Kate Moss, Naomi Campbell e Linda Evangelista, o que se

considera um triunfo. Expressões como: “assédio”, “padrão de beleza”, “coroar”, “sapecar”, “poder”, “dinheiro” e “vingança” fazem parte da matéria sobre Gisele.

O perfil de Sônia Braga trata da sua participação no filme “A Dama do Lotação”. O cotidiano da atriz nas atividades mais costumeiras, ao lado dos seus irmãos e marido numa cidade praieira onde acabara de comprar um terreno, é narrado. A situação política e econômica do país também é discutida no perfil com a opinião da atriz em destaque.

Vera Fischer ilustra o perfil cuja principal temática é o lançamento de sua peça “Desejo”, na qual vive uma personagem ardente e contraditória.

Cazuza resolve declarar publicamente que é o portador do vírus HIV, a notícia já tinha se espalhado entre os fãs e a imprensa a já especulava fortemente, pois suas atitudes denunciavam. Foi a hora então do cantor oficializar essa notícia a partir de um perfil metodicamente elaborado por *Veja*, onde o dia-a-dia de outros soropositivos é retratado aproximando a preocupação do artista ao cotidiano do público.

Miguel Falabella e o sucesso financeiro na época na qual mais atuava, dirigia e produzia, tem como pauta principal do texto a curiosidade que havia na mídia em como ele conseguia acumular tantas atividades. Já Marta Suplicy e as suas habituais polêmicas - que interessavam muito a revista - em torno dos projetos de lei de sua autoria na Câmara eram o assunto do perfil. Ele trazia à tona o incômodo da sociedade em discutir temas nunca antes evocados como o aborto e a homossexualidade.

Glória Perez e o luto pela morte recente da sua filha, a sua batalha judicial no momento da elaboração do perfil são o assunto principal do texto. Osmar Santos e a recuperação do acidente que tirou-lhe as práticas comuns ao seu dia-a-dia. Sandra Bréa e a entrevista coletiva na qual revelava ser portadora do HIV. Betinho e as campanhas contra a fome. Todas são temáticas que trazem o cotidiano como carro-chefe do perfil.

5.3 CATEGORIZANDO O CONTEÚDO

5.3.1 Corpo, aparência e beleza: explorando os contornos do corpo feminino

O corpo está no palco exteriorizando parte do que o sujeito deseja transmitir na sua performance contínua na vida cotidiana. São muitas as pesquisas que relacionam o corpo à necessidade que os indivíduos contemporâneos têm em aparecerem por meio dele. No entanto, permanece como ponto fundamental a centralidade do nosso envoltório natural, o corpo, como

elemento para compreendermos o consciente e o inconsciente dos acontecimentos que perpassam nossas atitudes ao interagirmos com outrem.

Uma discussão comum quando lidamos com o corpo é o suposto antagonismo entre os estudos que analisam o mesmo enquanto algo naturalista, biológico, e a vertente que o trata segundo os conceitos da sua implicação social e simbólica, como uma construção da sociedade na qual está inserido.

O corpo é apenas uma parte, portanto, não pode simbolizar o conteúdo que iremos encontrar intrinsecamente ligado aos sujeitos, ainda mais aqueles que se propõem a terem partes de suas vidas como substratos dos perfis jornalísticos, ou seja, lançam-se como personagens da informação.

Quando discutimos o corpo, imprescindivelmente estamos construindo a noção de imagem, tanto a criada pelo todo social, assim como a imagem elaborada a partir das vivências e conceitos individuais. Diante disso percebemos que os meios de comunicação e a indústria da beleza operam em prol da modificação do corpo feminino e masculino em busca de um padrão estabelecido, criando uma forma “correta” de ser fisicamente.

O fato é que esse padrão é cíclico, muda frequentemente e, assim, quem acreditar nele estará fadado a insatisfação, pois busca algo que nunca conseguirá plenamente, e é disso que demanda o lucro das empresas que lidam com o conceito de beleza. Le Breton (2006, p. 07) afirma que:

Moldado pelo contexto social e cultural em que o ator se insere, o corpo é vetor semântico pelo qual a evidência da relação com o mundo é construída: atividades perspectivas, mas também expressão dos sentimentos, cerimoniais dos ritos de interação, conjunto de gestos e mímicas, produção de aparência, jogos sutis da sedução, técnicas do corpo, exercícios físicos, relação com a dor, com o sofrimento, etc. Antes de qualquer coisa, a existência é corporal.

Na Antropologia é consenso que Marcel Mauss, em seu “Sociologia e Antropologia”, no capítulo intitulado “As técnicas corporais”, deixa, de certa forma, de lado, a noção de corpo enquanto algo passivo e natural às vontades do espírito. O autor compara diferentes culturas e mostra como elas entendem de forma diversa a natureza do corpo, ou seja, os costumes aprendidos, o jeito de andar, vestir, parir, sentar, etc. Todos esses exemplos variarão segundo a cultura, e imerso a isso, o tempo, o ambiente, entre outros fatores.

Mauss (2005, p. 407) define o corpo como o mais natural instrumento de que dispomos e as técnicas corporais são as maneiras como os homens sabem servir-se de seus corpos. Em Sociologia e Antropologia (2005, p. 403) o autor considera que: “A especificidade é o caráter de todas as técnicas. (...) Toda técnica propriamente tem sua forma. (...) O mesmo vale para toda atitude do corpo. Cada sociedade tem seus hábitos próprios”.

A aparência seria a forma de se apresentar e representar de um sujeito. O estudo da aparência é, de certa forma, compreendido, após elucidarmos as dúvidas pertinentes à noção e entendimento do nosso próprio corpo.

Na sociedade na qual vivemos a aparência constantemente aparece como um dos vetores mais importantes de sociabilidade. Rigidamente demarcada como necessidade indispensável aos postos de trabalho anunciados nos jornais, a exigência da “boa aparência” tornou-se proibida justamente porque a Justiça, inclusive os empresários e comerciantes, compreendiam-na como o que se entende por beleza, esta que na realidade diz respeito a um determinado padrão estabelecido por um grupo social. Maffesoli explana sua hipótese:

Há um hedonismo do cotidiano irreprimível e poderoso que sustenta toda vida em sociedade. Uma estrutura antropológica, de certo modo. Em certas épocas, esse hedonismo será marginalizado e ocupará um papel subalterno; há outras onde, ao contrário, ele será o pivô a partir do qual vai se ordenar, de modo ostensivo, discreto ou secreto, toda a vida social. (...) Em suma, o laço social torna-se emocional. MAFFESOLI (1996, p. 11)

A moda dita muito do que o indivíduo escolhe para ser bem aceito pelos demais. Além disso, sabemos que um componente importante para compreendermos a questão da aparência diz respeito a própria constituição física do ator, altura, peso, aquilo que vem a ser qualidade estética, etc. E na publicidade as agências de modelos investem no que a pesquisadora M. Pagès-Delon (*apud* Le Breton, 2005, p.69) entende como uma espécie de “capital” para os atores sociais, a “Capital-aparência”, onde o principal objetivo é o lucro.

Os estudos do formismo consideram a forma das coisas como componente primordial para compreendê-las. MAFFESOLI (1998) nos apresenta então a superficialidade, mas não na concepção dura da palavra e do conceito, mas da “profundidade na superfície”. Seja no âmbito político, econômico ou religioso, nisso está a importância dada ao cotidiano e ao doméstico. O autor aponta então que (1998, p. 127-128):

“O exterior” ou a superfície tem uma função inegável, mostrando que embora limitando essa experiência que condiciona o desenvolvimento vital, o formismo permite apreender, ao mesmo tempo, o aspecto aleatório e, concomitantemente, a coerência profunda da existência social. Para fazer uma analogia, o que há de mais frágil, de mais cambiante do que a pele de um indivíduo; sensível às variações das estações, às temperaturas, aos diversos avatares exteriores, ela se modifica segundo as idades da vida. E, ao mesmo tempo, não é ela que dá coerência a esse conjunto complexo que se chama corpo?

O corpo, a aparência e a beleza permanecem sendo temas centrais quando o assunto são as

mulheres nas revistas. Os perfis que serão abaixo esmiuçados são de brasileiras que, com seus traços distintos, conquistaram a simpatia dos entusiastas da beleza feminina. Vale salientar que dois foram publicados porque as artistas, Vera Fischer e Sônia Braga, protagonizaram no cinema e no teatro personagens provocantes na época da elaboração dos perfis, configurando a necessidade do formato em abarcar o que ocorre na atualidade destacada.

Na revista que traz a atriz Sônia Braga em sua capa, temos o seguinte título: “Sônia Braga: uma mulher para o Brasil”. A estreia e o alvoroço causado pelo lançamento do filme “A dama do loteamento” a consagra como musa sensual e representante da beleza brasileira. A revista destaca:

Fora das telas, caminhando pelas ruas, Sônia Braga raramente é reconhecida. Com vestido de chita ou agasalho de ginástica, de calças compridas de linho cru, de camisetas largas, nenhuma pintura no rosto, cabelos crespos displicentemente soltos, Sônia não transporta para sua vida particular os padrões globais de charme. Mais: com 1,60 metro de altura, 95 centímetros de quadris, 63 centímetros de cintura e 88 centímetros de busto, ela pouco tem a ver com as vedetes americanas ou européias - é bem mais baixa, é "cadeiruda e pernuda", conforme ela mesma se define, tem seios fartos, cintura fina e boca carnuda. E é morena, claro. Enfim, trata-se de uma brasileirinha - mas é justamente aí que está a sua força. (VEJA, 505, p. 44)

E mais uma vez a legitimidade do comportamento brasileiro em relação ao que se pode aprovar como seu “modelo” de beleza passa pela legitimação do componente exterior ao país. Mauss dá exemplo de diferenças, por exemplo, de marchar dos franceses e dos ingleses, assim como a forma de caminhar das norte-americanas e das inglesas, também como se comportam ingleses e franceses à mesa, é o que o autor chama de técnicas corporais. Com Sônia Braga, apesar da exaltação do seu corpo genuinamente nacional, o posicionamento local/internacional volta à tona:

Sônia é atualmente a manequim mais bem paga no país, assinou contrato há um mês para posar na Playboy americana, teve fotos suas publicadas no Vogue americano de maio e, suprema manifestação de sucesso para uma estrela brasileira, foi sondada para ser - nada menos - a madrinha da seleção de futebol na Copa do Mundo. (VEJA, 505, p. 44)

Assim como ocorre nos perfis de Gisele Bündchen e Xuxa Meneghel, por parte de Sônia, há uma negação do que seria entender-se enquanto celebridade. Nos fins de semana, a artista parece muito a vontade ao lado do parceiro e parte da família numa casa de praia que está sendo construída, assim como acontecia com muitos brasileiros na época do sonho na busca pela casa

própria:

Para chegar até ela, é preciso descer por uma picada, atravessar um riacho por algumas pinguelas e pulando pelas pedras e subir um morro. Não constam, em sua rotina, endereços de restaurantes famosos ou boates. Não costuma fazer compras nas butiques de Ipanema e fica muito em casa. (VEJA, 505, p. 45)

Vera Fisher, assim como Sônia Braga, tem primeiramente seus atributos físicos venerados pelo autor. O perfil é motivado pela estreia, a ocorrer na semana seguinte, em Porto Alegre, da peça intitulada “Desejo”.

Ter sido Miss Brasil 1969, ter engordado 20 kilos ao gerar seu filho mais novo e ter emagrecido quase tudo logo em seguida são destaques do texto. Ele também enfatiza o quanto a atriz aprendeu a comer “bem” com o pai alemão, acentuando assim seus traços europeus, mas que se adaptaram bem ao gosto tupiniquim. Novamente, voltando ao contexto das celebridades destacarem a sua modéstia, Vera Fisher confessa que nunca se achou bonita e que, ao contrário, considerar-se gorda e bochechuda.

Com esses perfis entendemos que “estar bela” levará não só em conta o “ser brasileiro” e naturalmente belo segundo os padrões nacionais, mas principalmente, em como as *personas* são jovens ou parecem ser jovens, são atraentes, são femininas e até mesmo o quanto têm de poder.

5.3.2 Saúde e doença: *personas* fragilizadas pela experiência de morte

A morte se constitui num tema bastante pertinente às Ciências Humanas e Sociais, inclusive ao jornalismo, onde nos cadernos de Cidades, mais precisamente no espaço Policial, é retratada muitas vezes como resultado de um acontecimento abrupto.

Imortalidade, espírito, alma e reencarnação figuram como pontos subjacentes que enfatizam a necessidade da discussão da morte e suas possibilidades. Nessa dissertação, conceberemos a morte segundo a noção de que é preciso vida para que haja a morte, ou seja, a existência da saúde, e consequentemente da doença, para que também exista a morte, numa constante oscilação entre esses dois pontos para a existência plena do ser humano.

As narrativas sobre a morte normalmente trazem consigo adjetivos como o desespero, a angústia, a dor e a culpa, esta última pode ser verificada tanto nos familiares como nos próprios

acusados. Há sempre a esperança de haver podido evitar aquele traumático evento.

Nos perfis jornalísticos não é diferente, inclusive temos um gênero muito confundido com o perfil que trata exclusivamente da personalidade assim que ela morre, é o chamado obituário. A revista *Veja* sobretudo estampou sua capa com personagens que já haviam morrido na sessão “Memória”, que pode ser verificada na internet.

Os perfis que tratam da doença, da morte e da memória dessas *personas* quase sempre vêm recheados de informações sobre a ascendência ou a descendência do perfilado. Afinal, é preciso que se fale e se entenda como a morte é uma prenúncio necessário à existência da vida.

Em 5 dos 12 perfis escolhidos como amostra para o nosso estudo, observamos claramente a preocupação sistemática com o restabelecimento da saúde dos perfilados. Três portadores do vírus HIV: Cazuzza, Sandra Bréa e Betinho, um se recuperando de um acidente de carro, Osmar Santos, e outro lamentando a morte de sua filha, Glória Perez.

Nos perfilados que possuíam o vírus HIV temos 3 vertentes que ilustram de forma bastante pontual o cotidiano de cada época de maneira cronológica. Primeiro Cazuzza, enquanto bissexual e com a “fama” de promíscuo, torna-se assim, um dos primeiros artistas a ter coragem de revelar a portabilidade da Aids.

Num segundo momento temos Betinho, heterossexual, também portador do vírus que antes era vista apenas como da população masculina e homossexual. Portanto, as fronteiras da doença se expandiram-se a um hemofílico, vale salientar que devido a hemofilia, de caráter genético, o seu irmão e cartunista, Henfil, também fora arrebatado pelo HIV. A partir da supracitada reportagem fica claro que a Aids não escolhe os chamados “grupos de risco” que durante certo tempo foram exibidos pela mídia. Inclusive Betinho era um sociólogo que proclamava a favor da saúde do país e da igualdade de renda das populações marginalizadas e em risco.

Analisando discursivamente esses perfis, percebemos que o corpo aparece como o “meio” entre o que indivíduo sente e a forma como ele se faz enxergar para o mundo. De acordo com LE BRETON (2000, p. 07):

Antes de qualquer coisa, a existência é corporal. Procurando entender esse lugar que constitui o âmago da relação do homem com o mundo, a sociologia está diante de um imenso campo de estudo. Aplicada ao corpo, dedica-se ao inventário e à compreensão das lógicas sociais e culturais que envolvem a extensão e os movimentos do homem (LE BRETON, 2000, p. 07)

Do corpo surgem os apontamentos necessários para que o homem se sinta particular, mas parte integrante de um todo. Como ator social é preciso saber que, existir, significa antes de mais

nada, ocupar um espaço e um tempo. O corpo então é emissor e receptor das experiências realizadas a partir da interação social.

Sandra Bréa aparece como capa da revista cujo título é “Mulheres e Aids”, publicada em 25 de agosto de 1993. Nesse perfil temos o relato emocionado da atriz ao se declarar portadora do HIV. Interessante ressaltar que o seu discurso não se vincula à classe artística, mas ao público feminino no geral, numa época em que a Aids era transmitida, principalmente, por parceiros fixos, o que vai na contramão do pensamento tanto da população quanto das campanhas do próprio governo, que muitas vezes citava apenas os chamados “grupos de risco”, prostitutas, homossexuais e profissionais da saúde como propensos a contraírem o vírus. Sobre essa relação indivíduo (Sandra) – coletivo (Brasil em seu cotidiano), entende Maffesoli (1998, p. 172):

Cada vez que o corpo se epifaniza, cada vez que uma sociedade parece privilegiar o corporeísmo, é fácil observar o ressurgimento comunitário (ou tribal). Sem voltar, em detalhes, à distinção indivíduo-pessoa, digamos, numa palavra, que enquanto a primeira noção é de toda interioridade, a segunda é essencialmente exterioridade. A *persona* enquanto arquétipo, vive e repete os instintos criadores coletivos. Enquanto máscara, ela coloca em cena, ou participa da encenação dos tipos gerais.

Com o vírus tendo se expandido de maneira assustadora no país naquela época, faz parte das estratégias de discurso da revista *Veja* focalizar a doença sob a ótica de uma atriz bonita e desejada. O HIV e o risco iminente de morte não são os únicos contratempos na vida de Sandra Bréa, essa ainda é acentuada por outros eventos:

Mortes anteriores a sua são sinais de que a atriz está passando por um período de extremo martírio interior. Os amigos contam que, além da doença, ela sofreu recentemente outros dois fortíssimos abalos emocionais. Um deles, o suicídio da mãe, em 1987. Aurora Santorra foi chefe de aeromoças de uma grande companhia aérea. (...) Há meses veio outro golpe, a briga com o filho adotivo, Alexandre, de 14 anos, "Xandeco", que Sandra levava para teatros e gravações quando ainda bebê. "Alexandre acabou preferindo morar com a babá e madrinha dele. Foi um golpe duro para Sandra", conta o amigo Jorge. (VEJA, 1302, p. 81)

O perfil da novelista Glória Perez traz à tona sua luta em busca da culpabilização dos então supostos assassinos de sua filha. Daniela Perez foi morta brutalmente em 1992, quando, na época, ganhava fama como protagonista de uma novela escrita pela própria mãe. Segundo a autora, a atriz foi assassinada por Guilherme de Pádua, seu par romântico no drama, e ator, tragicamente, escalado

pela novelista.

O ciúme da esposa do ator, Paula Thomaz, com as cenas que diariamente iam ao ar, onde tanto Guilherme como Daniela contracenavam, foi peça-chave, segundo Glória, para o crime que ceifou a vida de sua única filha mulher. A revista dá validade ao que relata a autora quando vai atrás de pistas do passado do ator e sua esposa, inclusive encontrando detalhes íntimos e sórdidos da vida de ambos, o que acaba o apontando como um aproveitador, e ela, psicopata.

Não é incomum que perfis que tratam da morte - ou da possibilidade dela por meio da doença - tragam trechos da infância dos perfilados, inclusive de como fora o nascimento daquelas pessoas. No perfil de Glória Perez temos claramente esses dois pontos interligados quando a autora narra o nascimento e o momento que encontrou o corpo da filha já desfalecido:

Quando vi Dani morta, pensei na hora em que ela nasceu. Eu a abracei como se recolhesse a minha filha para dentro de mim mesma. Abracei o corpo dela para guardá-la, detalhe por detalhe, não na minha mente, mas nas minhas entranhas. Era como se eu quisesse colocá-la dentro de mim de novo. É como a música de Chico Buarque: a saudade é o revés de um parto (VEJA, 1274, p. 64)

No caso de Cazuza, a mãe, Lucinha, torna-se ela mesma uma peça fundamental para entender a rebeldia e a falta de limites do roqueiro. Lucinha tenta se opor e até mascarar a cruel realidade da doença que aos poucos mata seu único filho. A revista publica:

Lucinha, sofrida e corajosa, jamais usaria a palavra Aids, preferindo 'aquela doença'. Presença assidua mas discreta no apartamento do filho, ela lamenta não poder impedir que Cazuza 'faça coisas que não lhe trarão benefícios'. Nervosa e emocionada, ela se culpa pelo estado do filho. 'Casei com meu primeiro namorado, tive o Cazuza e fiquei ali, tratando dele, da coisa mais importante da minha vida, sem prestar atenção nas bobagens que ele fazia' lembra Lucinha. 'Eu não tinha experiência, não sabia de nada, achava que estava fazendo o melhor' (VEJA, 1077, p. 82)

O perfil de Osmar Santos narrou sua superação “heróica”, como mesmo diz o título, e principalmente, o medo que o apresentador tinha de ser esquecido pelo seu antigo público ouvite. Em vários momentos, mesmo estando extremamente debilitado, ele fala, com a dificuldade comum de juntar sílabas nas palavras, que quer voltar a trabalhar.

O autor não poupa elogios e comiseração ao antigo locutor que emocionava o país (VEJA,

1471, p. 119): “Comparando o antigo Osmar, o atual é uma sombra trôpega. (...) O Osmar de dar pena é, na verdade, um prodígio da neurocirurgia, da fisioterapia, da fonoaudiologia. Da força de vontade e da disposição de lutar”.

5.3.3 A lógica do dinheiro: fama, sucesso e poder

Não há como negar que os estudos sobre o dinheiro e a economia podem servir como patamar para se entender a história da humanidade. As etapas vividas pelas civilizações, assim como a circulação dos bens das mesmas, são termômetros de como podemos compreender as relações sociais na vida cotidiana.

O dinheiro faz parte da harmonia necessária ao estabelecimento da sociedade enquanto lugar de trocas, sejam elas materiais ou simbólicas. Notamos que em alguns perfis que as personagens são narradas a partir da lógica do dinheiro e de uma trajetória de vida que sempre deságua nele. Nossa prioridade não será a discussão monetária, mas sobretudo a consciência individual e coletiva do dinheiro e das formas de interação entre pessoas, coisas e necessidades.

Nesse sentido apontamos Simmel como pesquisador de nossa área capaz de correlacionar o dinheiro aos fenômenos da vida cotidiana. Este estudioso foi apontado durante muito tempo por, através de sua escrita ensaísta, buscar entender a representação do real além das formas comuns do rotineiro, mas em manifestações ultra-universalistas e subjetivas, como é o caso das artes, capazes de exteriorizar toda uma gama de sentimentos internos, que, segundo TEDESCO (2006) nos parece cada vez mais precárias e fugazes quando da presença do dinheiro.

Diante disso Simmel não está preocupado em lançar uma teoria monetária, ou mesmo sente necessidade de discutir sua dinâmica simplesmente utilitária, ele vai adiante quando entende que o dinheiro está além da visão de como costumamos observá-los, mas, sobretudo, no que chama de “sentimentos de valor” que tomam forma a partir dele. Tedesco (2006, p. 79) entende que: “A análise caminha mais pela dimensão estética da realidade, ou, então, pela dimensão da fenomenologia das emoções e interações cotidianas do dinheiro”.

O mundo artístico brasileiro não tem sido lugar para o enriquecimento, e pessoas que rompem essa lógica acabam ganhando destaque na mídia. É o caso do artista polivalente Miguel Falabella. Da infância vivida na periferia do Rio de Janeiro, precisamente na Ilha do Governador, sendo loiro e de olhos azuis – o que dá título ao perfil: “O charme discreto da loira má”, o que destoa do resto da população brasileira, destaca-se por ser ator, diretor, produtor, comediante e principalmente, charmoso e rico. A revista e o perfil querem descobrir o que haveria de especial

nele.

As dinâmicas do dinheiro, poder, e principalmente, consumo, não são lugares onde haja espaço para a modéstia comum aos perfis analisados sob a ótica do corpo, da exploração da beleza das mulheres. Miguel Falabella em seu discurso ao longo do perfil é exemplo fácil disso em vários momentos: “Não tenho noção de quanto dinheiro eu tenho”, afirma. (VEJA, 1405, p.106).

Nesse sentido, os estudos conceituam o consumo, normalmente, sob o ponto de vista dos padrões ocidentais, como “supérfluo” e “ostentatório”. Ser consumista, aperece, ao contrário do que se poderia conceber numa perspectiva do trabalho - como fruto, sendo algo isento de culpa, e sim como uma conquista, o que aponta-nos a uma concepção contraditória acerca do dinheiro, por este pode ser adquirido segundo duas vias:

Nas sociedades contemporâneas, contudo, o valor do trabalho é moralmente superior ao atribuído ao consumo. O consumo é considerado fonte de criatividade, auto-expressão e identidade. O consumo, por outro lado, é visto como alienação, falta ou perda de autenticidade e um processo individualista e desagregador. Ninguém sente culpa pelo trabalho que realiza, só pelo que deixou de fazer, mas o consumo, especialmente daquilo que se considera bens supérfluos, é passível de culpa. Não trabalhar é um estigma, enquanto não consumir é uma qualidade, moralmente superior ao seu inverso. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006 p. 21)

A genialidade de Miguel não é enfatizada apenas pelo próprio quando diz: “Não tenho que provar a ninguém que sou inteligente: eu sou inteligente”. A classe artística além de elogiá-lo, focaliza na quantia embolsada por Falabella e em quanto podem lucrar com isso. As atrizes não poupam a hora de listar as virtudes do artista:

“Com uma peça dele, tive público, crítica, prêmios e dinheiro”, contabiliza a atriz Arlete Salles, que espera repetir a dose em *Todo Mundo Sabe que Todo Mundo Sabe*. “Além de prestígio, consegui comprar meu apartamento depois que subi aos palcos pelas mãos de Falabella” revela a atriz Cláudia Jimenez. “Minha vida se divide entre antes e depois de Miguel Falabella”, suspirou ao repórter Marcelo Camacho, de Veja, a atriz Suzana Vieira, que jogava dinheiro para o alto na época de *A Partinha*. (VEJA, 1405, p. 106)

Mulheres atingindo postos de destaque no que diz respeito ao dinheiro e ao poder revelam os dois perfis escritos sobre Marta Suplicy e Xuxa. A popularidade das duas é destacada, obviamente, mas não quanto o poder que ambas adquiriram ao tornarem-se empresárias de suas próprias fortunas. A mesma quantia é de cerca de milhões de dólares e fazem-as destacarem-se em seus espaços de trabalho.

O perfil de Marta enfatiza primordialmente a sua árvore genealógica para expor que a política, em contraposição ao padrão ideológico do partido, não vem da classe operária, mas é um exemplo clássico dos redutos da classe alta. A política, então, é um espaço onde a perfilada, ao lado do marido, pode exercer o que ela mesma chama de “feminismo”. Segundo Marta esse sentimento surgiu na família quando notara a diferença de tratamento dada pelo pai aos irmãos e às irmãs. Sobre a ascendência o autor destaca:

É bisneta de conde, neta de barão e tem três filhos loiros, rebeldes e colunáveis. O marido é senador da República e suas melhores amigas reúnem nomes e sobrenomes famosos, como Cosette Alves (ex-dona da Mappin) ou Betty Midllin (filha de José Midllin, ex-todo-poderoso da Metal Leve. Educada no Colégio Des Oiseaux, onde as aulas eram dadas em francês, Marta Teresa Smith de Vasconcellos Suplicy, ou só Marta Suplicy, foi, segundo ela mesma, criada para ser uma “idiota” (VEJA, 1523, p. 97)

E o narrador responde: “De idiota Marta Suplicy não tem nada”. O discurso do perfil adquire um formato bem próximo ao que o autor deixa transparecer nessa assertiva. Surge montado segundo paradoxos, afinal:

Marta é rica e bem-nascida, mas é do PT. É militante da causa gay e absolutamente feminina. Adora carregar bandeiras contra preconceitos de qualquer tipo, mas em sua vida pessoal não é apenas conservadora, mas convencional até na escolha das roupas e na definição de penteado. Sexóloga, fala em masturbação, coito anal, prazer e homossexualismo, embora tenha tido um único namoro sério, que terminou em casamento com seu primeiro e único marido, o senador Eduardo Suplicy. Tantos vetores opostos já produziram aos menos um milagre político. (VEJA, 1523, p. 97)

O que percebemos é que o conteúdo do perfil influi muito na forma em como ele é executado enquanto narrativa por aquele que o escreve. No perfil de Marta notamos o quanto os sujeitos externos, adversários políticos, parentes, amigos, tem posições diferentes e divergentes a respeito da perfilada, inclusive com parceiros políticos sendo contra as suas posições, contudo adversários a elogiando melosamente.

A política, apesar de ser um tema que deveria ser coadjuvante, torna-se elemento principal no perfil do arquiteto Oscar Niemeyer. Com uma revista que comemora os seus 70 anos, a sua fama de comunista, assim como as amizades com políticos, até então desconhecidos, como JK, posteriormente presidente da República, o torna arquiteto não só para a construção de uma capital de um país, mas para o mundo, como diz o título do próprio.

GENTE

Bonita e gostosa

Morena e baixinha, "cadeiruda e pernuda", Sônia Braga faz sucesso de novo com a "Dama do Lotação" e vira um mito brasileiro

Fora das telas, caminhando pelas ruas, Sônia Braga raramente é reconhecida. Com vestido de chita ou agasalho de ginástica, de calças compridas de linho cru, de camisetas largas, nenhuma pintura no rosto, cabelos crespos displicentemente soltos, Sônia não transporta para sua vida particular os padrões globais de charme. Mais: com 1,60 metro de altura, 95 centímetros de quadris, 63 centímetros de cintura e 88 centímetros de busto, ela pouco tem a ver com as vedetes americanas ou européias — é bem mais baixa, é "cadeiruda e pernuda", conforme ela mesma se define, tem seios fartos, cintura fina e boca carnuda. E é morena, claro. Enfim, trata-se de uma brasileira — mas é justamente aí que está a

sua força. Por lhe faltarem, precisamente, todos esses requisitos da beleza longilínea e inacessível, Sônia Braga é, hoje, o sonho do brasileiro comum — e, aos 27 anos, transformou-se em nossa Brigitte Bardot, em nossa Marilyn Monroe e talvez só em Martha Rocha e Leila Diniz encontre rival entre as mulheres que o país já amou. Para horror de feministas mais radicais, Sônia Braga é a mulher que, no fundo, o homem brasileiro gosta de segurar, nenhum osso à vista. Um sucesso absoluto.

Paixões fulminantes — O último sinal dessa escalada é "A Dama do Lotação". A opinião dos críticos a respeito do filme variou entre "mediocre", "alongado demais", "a pornografia pela pornografia". Mas quem se importa? Do dia 17 de abril até o fim da semana

passada a "Dama" já havia arrecadado 34 milhões de cruzeiros — dos quais Sônia tem 2%. No dia de estréia, o filme rendeu mais que toda a primeira semana de "Lúcio Flávio, o Passageiro da Agonia", outro estrondoso êxito de bilheteria. E as filas continuam as mesmas — só para ver Sônia Braga, é claro. E, se a "Dama" constitui no momento sua façanha mais visível, ela pode apresentar uma lista de outras, igualmente respeitáveis. Sônia é atualmente a manequim mais bem paga no país, assinou contrato há um mês para posar no *Playboy* americano, teve fotos suas publicadas no *Vogue* americano de maio e, suprema manifestação de sucesso para uma estrela brasileira, foi sondada para ser — nada menos — a madrinha da seleção de futebol na próxima Copa do Mundo.



A base espalhada pelo rosto ...



... cílios levantados com cuidado ...



... e o realce final nos lábios

44

VEJA, 10 DE MAIO, 1978

FIGURA 14 – Título usado expressamente para chamar a atenção



Sônia pronta: o encontro do país com seu tipo de beleza

Mas não foi a partir de agora que Sônia começou a despertar paixões fulminantes. Seus dois outros grandes sucessos, a novela "Gabriela" e o filme "Dona Flor e Seus Dois Maridos" — ambos originários de textos de Jorge Amado — tiveram carreiras excepcionais dentro e fora do país. "Gabriela" transformou-se na maior atração da televisão em Portugal durante todo o ano passado e, em dezembro, Sônia percorreu o país em carro aberto, com batidores e guarda-costas para evitar os excessos de multidões entusiasmadas. Nos Estados Unidos, ainda que "Dona Flor" esteja sendo exibido em apenas duas salas — o Paris Theatre, da 5.^a Avenida e o da Rua 58 —, mereceu atenção e as críticas que recebeu dos principais jornais nova-iorquinos foram transbordantes. Há três semanas atrás também a revista *Time* falou de "Dona Flor"; o principal jornal de *show business* americano, *Variety*, colocou "Dona Flor" entre os cinquenta filmes mais

rentáveis do ano. E sobram elogios para Sônia. "Uma mistura de inocência e paixão", para Harry Haun do *New York Daily News*; "Sônia Braga é uma delícia de se ver... ela é absolutamente irresistível", escreveu Judith Crist, do *New York Post*; "Sônia Braga é uma nova glória", sustentou Leo Lerman do *Vogue Magazine*.

Vestibular de negócios — Ainda assim, Sônia não se porta como uma superestrela, não mora como superestrela, não tem um *manager* para cuidar de sua imagem e, embora seus filmes tenham sido promovidos com maior vigor que a maioria dos filmes nacionais e seja contratada da poderosa Rede Globo, não existe uma máquina profissional por trás dela. "Eu tenho de cuidar de tudo", diz ela; "estou fazendo praticamente um vestibular para aprender como se deve negociar um contrato ou resguardar meus direitos." Talvez por tudo isso, Sônia até agora conse-

guiu defender sua vida particular. Ela e o marido, o fotógrafo Antônio Guerreiro, moram num bom apartamento de Ipanema — sala grande, um quarto —, sem luxo. Não é uma cobertura nem fica na orla. Os fins de semana são passados quase todos em Parati — no Estado do Rio de Janeiro, entre um quase barracão alugado fora da supervalorizada zona dos casarões coloniais e um sítio no meio do mato que fica a 10 quilômetros da cidade. Lá Guerreiro, Sônia e um dos irmãos dela, Hêlio, estão levantando aos poucos uma casinha rústica. Para chegar até ela, é preciso descer por uma picada, atravessar um riacho por algumas pinguelas e pulando pelas pedras e subir um morro. Não constam, em sua rotina, endereços de restaurantes famosos ou boates. Não costuma fazer compras nas boutiques de Ipanema e fica muito em casa.

Por que este desapego pela ostentação? Sônia encontra as respostas nos altos e baixos de sua família. Nascida em Maringá, no Paraná, foi morar em Curitiba com 1 ano de idade. Seu pai, corretor de terras, aproveitou o período de ocupação do norte do Estado para fazer bons negócios. Mas ficou doente e perdeu tudo. Recomeçou a vida em Campinas e as coisas logo correram bem, o suficiente para levar a família a uma boa casa em São Paulo, no bairro classe média alta de Alto de Pinheiros. Quando Sônia tinha 8 anos, o pai morreu. A mãe, com sete filhos para criar, mudou-se para o modesto Belenzinho. Abriu uma padaria, não deu certo. A família acabou voltando para perto do Alto de Pinheiros, mas num bairro mais simples, o Butantã. Sônia trocou então o colégio misto estadual do Belenzinho pelo mesmo colégio feminino de freiras onde estudara antes — só que agora precisou conseguir uma bolsa de estudos.

Tudo isso embaralhou a menina Sônia. "Ainda mais que eu fiquei sem transferir para ninguém a relação de filha. Sem pai e com a mãe trabalhando o tempo inteiro ficou tudo muito confuso", conta ela em sua casinha de Parati.

Previsivelmente esse convívio caótico com as categorias sociais deixou marcas. "Eu nunca me dei mal com a pobreza", sustenta ela, "mas o que me revoltava era sentir que haviam roubado a minha chance; era sentir que eu nunca teria uma passagem para viver melhor do que estava vivendo."

E aí foi a brasileira Sônia procurando sua brecha para ser alguém na vida. Mas as coisas andavam devagar para a menina que em casa assistia aos programas do bailarino Lennie Dale,

FOTOS: PIERO MARTELLI

FIGURA 15 – Foto sensual e sucesso internacional

tentava decorar a coreografia — e, no dia seguinte, no "Vale a Pena Ver de Novo" da televisão, repetia com Lennie os passos da véspera. Trabalhou em bufê, datilografando orçamentos para festas, foi funcionária da Cagesp (Companhia de Armazéns Gerais do Estado de São Paulo), recepcionista de escritório de arquitetura. Enfim, foram surgindo algumas oportunidades de aparecer em programas infantis. Criou coragem e conseguiu um teste para manequim fotográfico no estúdio da Editora Abril. Foi reprovada. Depois fez um curta-metragem nunca exibido. Tentou de novo o Estúdio Abril, teve mais sorte. E mereceu uma foto ao lado de Ronnie Von, publicada na revista Intervalo e que lhe valeu o rótulo de "a nova namoradinha de Ronnie Von". Eram os tempos da Jovem Guarda e Sônia começou a representar o papel de jovem guarda. Foi trabalhar com Ronnie em "O Mundo Encantado do Pequeno Príncipe", "Assim como eu representei bem o papel de secretária, de recepcionista, naquela época eu fazia o papel de representante da juventude. O meu lado infantil acreditava nisso. Antes eu sabia de cor o diálogo da vida de escritório; depois eu recitei o diálogo da vida jovem."

Foi uma experiência importante. Aprendeu a conviver com o sucesso, mesmo que alheio, e pisou no palco pela primeira vez, experiência que repetiu participando de representações de teatro amador em Santo André. Sem trabalho, morando em casa de amigos, um deles a aconselhou a fazer um teste para "Hair". "Como é mesmo o nome?", perguntou então a brasileira. "Hair, cabelo", respondeu o amigo. "Eu não deveria ser aprovada porque não sabia cantar nem falar; o Paulo Herculano que fazia o teste de canto me pedia: 'Será que você podia cantar no tom?'; o Ademar Guerra, que fazia teste dos atores, também achou que não dava, mas a minha sorte foi que a Marika Gidali, que selecionava os bailarinos, quis que eu ficasse. O Paulo tinha cantores, o Ademar tinha atores mas a Marika não tinha bailarinos."

Sônia foi dando um jeito de ficar, foi se insinuando. Primeiro, ela seria substituta; depois, foi criando algumas mar-

cações para ela e, durante os ensaios, Ademar Guerra acabou esquecendo que aquela moça era substituta. Assim, Sônia começou sua carreira verdadeiramente profissional.

Fez "A Moreninha" no cinema; "Irmãos Coragem" e "Vila Sésamo" na televisão. O resto foi questão de tempo e de aproveitar as suas chances. Da época de "Hair" guardou o ensinamento de Marika Gidali e Marilene Santos, "a disciplina das bailarinas"; da infância, guardou a vontade de crescer. Intuitiva,



Em Parati: fora dos padrões globais do charme

sem fazer planos ou cursos, foi descobrindo cada truque. Já famosa, num dia de gravação da novela "Espelho Mágico", por exemplo, aprendeu com Lima Duarte um expediente de vedete. Ao final da escadaria, quando está mais próxima do público e vai levantar os braços para mostrar-se na pose mais sexy, ela deve dizer com o nariz franzido e puxando pelo z: azzeite. O recurso foi incorporado e nos closes de Sônia que se vêem nas revistas ela poderá estar dizendo giz, biscoito, azeite, cochicho ou outras palavras menos publicáveis.

Mesmo que Sônia não tenha subido repentinamente — há um espaço de dez anos entre "Hair" e "Dama do Lota-

ção" —, foi nos últimos dois anos que ela se tornou uma figura de projeção nacional. Pelo pouco tempo de estrelato que tem, pela ausência de uma máquina que pensasse em sua imagem, pela falta de um parâmetro nacional de símbolo sexual moreno, Sônia não decorou pronunciamentos de mito. Quando ela fala do nu — e já aparecia nua com todo o elenco de "Hair", antes de dominar solitária e gloriosamente as páginas coloridas das revistas masculinas — não parece estar fazendo gênero: "Quando eu digo que gosto do nu total é porque tudo o que se faz num país tropical é melhor; eu não sei nadar direito mas nadar nu é melhor que nadar de biquíni; tomar banho de sol sem roupa é melhor que vestido ou de biquíni. Roupa dá mau cheiro, você acaba usando desodorante".

Se este fosse um discurso preparado, Sônia iria fatalmente cultivar a imagem de que anda sempre nua, que dorme nua ou algo parecido. Mas ela não é como sua colega de fascínio, a americana Monroe. Dorme de camisola e não usa o Chanel n.º 5.

"Quando eu falo que me ligo em índio, que gostaria de me pintar com urucum, não estou procurando corresponder à imagem que se criou a meu respeito. Agora, é claro que eu também gosto de cetim porque o brasileiro nunca terá uma cultura exclusivamente nacional. Afinal de contas, até os anos 60 eu era uma moça feia, pois o que contava era a beleza da Doris Day. Se eu não tivesse sido bombardeada pela influência de outras culturas, eu não estaria aqui. Estaria dançando no meio do mato."

Sobre sexo, o maior símbolo sexual do Brasil fala de forma mais cuidadosa. "Cada pessoa deve encontrar o seu caminho da melhor forma e com absoluta liberdade. Se eu contar algo a meu respeito, isso pode virar um exemplo. Eu não quero ser bom nem mau exemplo. Mesmo que eu influencie uma só pessoa

Sônia nas ruas de Parati: numa pedra ao lado do seu riacho; as palavras para as poses sexy; no estúdio do marido no Rio de Janeiro; e cozinhando em seu quase-barracão

VEJA, 10 DE MAIO, 1978

FIGURA 16 – Sônia Braga brincando com o cachorro e o seu dia-a-dia

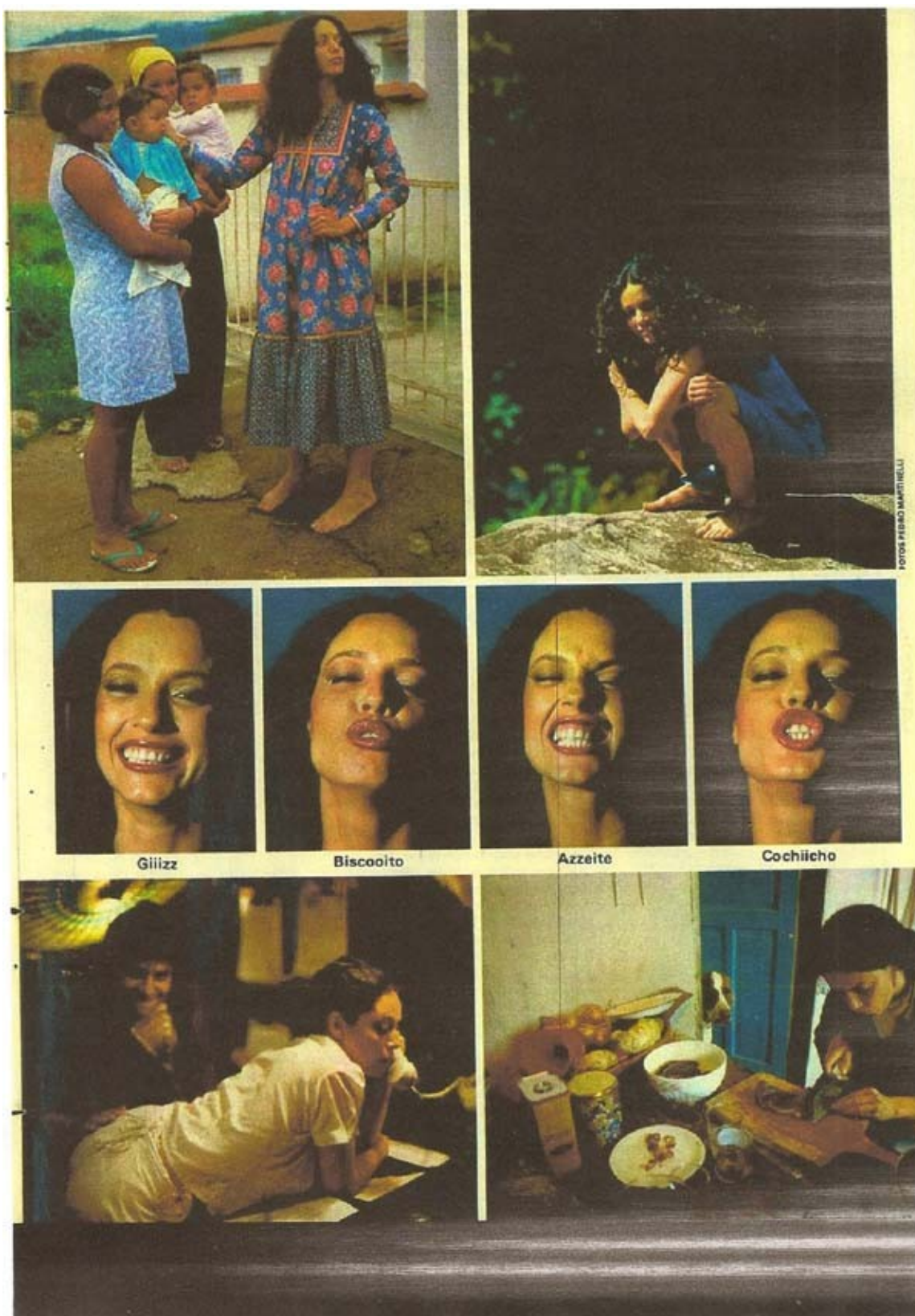


FIGURA 17 – Fotografias de suas atuações

estarei castrando sua imaginação. Uma vez, uma repórter queria que eu contasse como foi a minha primeira vez. Eu não falei de mim. Falei da beleza, falei do encanto, falei do momento. No dia seguinte, ela me telefonou dizendo que sua editora queria saber onde tinha sido, com quem e de que maneira. Eu respondi que não iria satisfazer à curiosidade de ninguém. Afinal, nem eu, nem ninguém é especialista nesse assunto. A primeira vez é a primeira vez de cada um. E as possibilidades são tantas que seria até ridículo falar como aconteceu comigo. Acho que nestes casos a gente precisa ter muita consciência da influência que vai exercer."

Sônia não aceita, também, a insinuação de que seu relacionamento com a profissão seja marcado apenas pelo dinheiro. Afinal, trabalha em novela na Globo, participa de filmes populares, posa nua para revistas masculinas, faz comerciais mas não faz teatro. "Antes de tudo sou uma profissional e vivo de minha profissão. E não vejo vergonha nisso. Fiz um comercial para a Fiat e ganhei um carro. Fiz um comercial de margarina e, com o dinheiro, comprei um sítio, e com o salário da Globo es-

tou fazendo a casa. Agora, eu não estou fazendo teatro por falta de tempo. Como tenho feito muito cinema e televisão, eu precisaria de um tempo para me readaptar. Mais dia menos dia isso vai acontecer, quando eu tiver o meu projeto próprio."

Sem dados — Estes são assuntos que Sônia domina. Tais questões já apareceram em sua frente muitas vezes e, por isso, suas respostas são firmes, sem vacilações. Mas, se a pergunta for sobre política, sindicalismo, feminismo, sua segurança se abala. Política? "Eu não estou apta a guiar a cabeça das pessoas. Eu tenho minhas convicções mas não são tão fortes que possa falar publicamente e não é exatamente a minha matéria." Omissão? "Não, não é questão de omissão; é que eu não tenho os dados." Regulamentação da profissão? "Eu sei que o sindicato levou um projeto para Brasília." Mas o presidente da República enviou uma mensagem ao Congresso há poucas semanas. Você achou boa? "Eu não tenho os dados que deveria ter para responder a esta pergunta; eu não li." Feminismo? "Nunca houve um movimento feminis-



Gabriela: os caminhos abertos



Leila: o atrevimento em pessoa

As namoradas do país

Em épocas que já vão longe, o Brasil só tinha namoradas estrangeiras. Uma que ficou célebre, no início do século, foi a atriz de teatro Sarah Bernhardt. Quando ela veio ao Brasil, os estudantes tiraram os cavalos de sua carruagem e a empurraram nas ruas das cidades. Depois vieram as grandes musas do cinema, quase todas americanas. E o Brasil namorava, por exemplo, Rita Hayworth, a Gilda do filme do mesmo nome, que tirava lentamente uma luva de cano longo, pouco a pouco exibindo seu braço bem torneado, numa cena clássica. Parece que a primeira namorada brasileira do Brasil foi Cármen Miranda, que aliás era portuguesa. Mas ela foi embora, para os Estados Unidos, e o namoro se tornou mais difícil. Hoje, por exemplo, é fácil namorar Sônia Braga.

Como foi fácil namorar Martha Rocha. Apesar de ela ser loura, de olhos azuis — ou talvez por isso mesmo —, o país inteiro se apaixonou por ela à primeira vista. Era o tempo dos concursos de miss, que mereciam a primeira página dos jornais e a capa das revistas

e eram uma das poucas oportunidades de as moças de família estarem de pernas à mostra — pois nos concursos de miss só podiam entrar moças de família que tivessem lido "O Pequeno Príncipe", do escritor francês Saint-Exupéry. No primeiro concurso de miss de repercussão nacional, em 1954, venceu Martha Rocha, Miss Bahia, de olhos e dentes perfeltos. O júri que a escolheu era, aliás, dos mais representativos: o poeta Manuel Bandeira, o cronista Paulo Mendes Campos, o escritor Fernando Sabino, o pintor e ilustrador Santa Rosa, a escritora Helena Silveira e o jornalista Pompeu de Souza. A verdade, porém, era que, apesar de loura e dos olhos azuis, Martha Rocha era brasileiraíssima de corpo, tanto que tinha os quadris largos.

Esses quadris largos, aliás, foram a causa de sua derrota no concurso de Miss Universo: ela chegou em segundo lugar, por causa de um "defeito": tinha 95 centímetros de quadris, 2 polegadas a mais que os padrões clássicos de beleza indicavam para seu corpo. Essas 2 polegadas a mais eram no entanto o

FIGURA 18 — Sônia Braga e outras musas da beleza brasileira



"Dama do Lotação": os críticos não gostaram. Quem se importa?

ta forte no Brasil; o que aconteceu foi mais espontâneo. As mulheres foram tentando resolver os problemas à medida que apareceram. A mulher operária já resolveu muitos de seus problemas porque ela sempre teve de trabalhar. Agora, o que eu não concordo é que às vezes há um desvio muito grande da mulher contra o homem ou querendo tomar a posição do homem."

Posar nua significa ser um objeto de prazer? "Não sei. Mas o que eu queria dizer é que eu acho que a mulher deve mostrar que pode fazer o que quiser. Pode posar nua, trabalhar, morar onde quiser. Minha mãe, por exemplo, viveu a vida trabalhando. Pouco tempo atrás foi ser costureira dos Dzi Croquettes e viajou com eles até Paris. Gostou e ficou lá trabalhando de costureira até ho-

je." Uma semana depois deste diálogo, Sônia preocupou-se. Principalmente com relação a suas respostas sobre política e sua profissão. "Realmente o que eu percebi é que não estou preparada para responder a este tipo de pergunta. As coisas foram acontecendo na minha vida e eu me preparei para elas. Mas nunca me perguntaram nada sobre isso. Então eu não tive as respostas. Até agora as perguntas que me fazem são sobre a cor que mais gosto; qual a personagem que mais gostei de fazer; qual o time que torço (*a propósito, ela torce pelo Vasco da Gama*). Quando me perguntam sobre a minha profissão é uma surpresa. Eu sempre achei que era boa profissional, que cumpria minhas obrigações e que minhas exigências pessoais refletiriam para os meus colegas. Mas eu preciso pensar mais. Eu preciso saber o que eu acho de verdade das coisas."

Desabafada, a brasileira-mito sentiu-se mais à vontade. Elaborou uma rápida teoria sobre o seu individualismo e estava pronta para outra. "Eu não sei, eu sou meio bicho, eu sou muito instinto, eu não sei pisar onde não tenho terreno firme."

tempero adequado para torná-la apetecível a olhos brasileiros — que, a julgar pelo êxito da cadeirada Sônia Braga, não mudaram em nada desde então.

Martha Rocha, para ser a namorada do Brasil, não precisava fazer nada além de aparecer em público e sorrir. Sua beleza é admirada até hoje e ela continua bela como sempre. Mas na década de 50 ela era mais festejada, sempre procurada para ser madrinha de cadetes e coisas assim. Ela aparecia em público e sorria, com sua pele dourada de sol. Ela casou, enviuvou e casou outra vez, tem dois filhos e uma filha — mas ainda chama a atenção na rua, com seu sorriso de dentes brancos à brasileira.

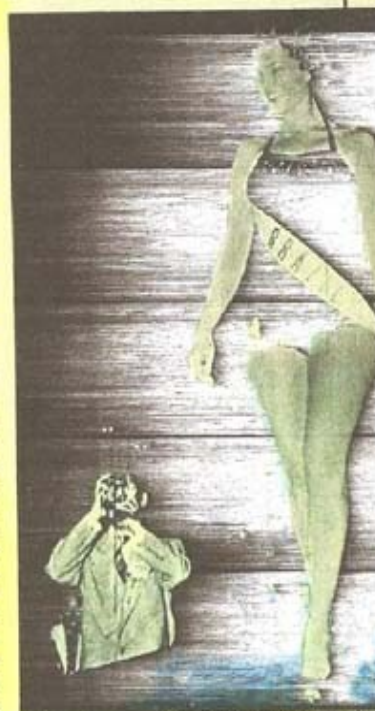
A namorada que o Brasil teve a seguir precisou fazer muito mais coisas que aparecer em público e sorrir. Foi Leila Diniz, atriz de teatro, televisão e rebolado, desbocada e atrevida. Ela se tornou notável em fins da década de 60 não propriamente por sua beleza mas por sua postura diante da vida. Numa época em que ainda era considerado feio falar palavrão, ela ficou famosa por uma entrevista ao *Pasquim* em 1969, cheia de asteriscos facilmente traduzíveis nos palavrões originais. Ela causou escândalo, também, quando

apareceu na praia grávida de biquíni. As mulheres grávidas que hoje vão à praia de biquíni devem esse conforto ao pioneirismo de Leila Diniz. Antes, grávida nem ia à praia.

Leila Diniz, antes de ser atriz, tinha sido professora, mas em sua aula abolia a mesa da professora e ficava no meio dos alunos, tomando Coca-Cola e trocando seu lanche com eles.

Ela queria ser livre, como aprendeu com o pai bancário de idéias progressistas. Aos 17 anos, foi morar com o diretor de teatro e cinema Domingos de Oliveira — que, em 1966, já ex-marido, dirigiu o principal filme de Leila, "Todas as Mulheres do Mundo". Antes disso, Leila posava para anúncios e assim chegou à TV, onde ficou famosa como atriz de telenovelas. Mas ficou ainda mais famosa por suas atitudes e dizia: "Vai ser sempre necessário que surjam novas Leilas por aí, para derrubar a máscara da hipocrisia que se esconde por trás de todo esse moralismo". Quando ficou grávida, abriu uma butique e lá recebia mais mulheres interessadas em dar conselhos que freguesas.

Quando Leila morreu, de desastre de avião na Índia, em 1972, Ipanema ficou de luto e o Brasil enviuvou — até que surgisse Sônia Braga.



Martha: a ela bastava aparecer

FIGURA 19 – Opinando sobre a situação do país

CONCLUSÃO

Ao longo do presente trabalho o perfil se mostrou um formato onde podemos verificar a existência de uma preocupação com o lado humano das histórias das personagens. O formato jornalístico estudado caracteriza-se, como encontrado em *Veja*, como sendo uma narrativa cujo centro, ademais do fato, localiza-se na vida de um pessoa. Quase sempre o mesmo é elaborado a partir de um acontecimento do tempo presente, ou seja, da vida cotidiana, para que seja validada a figura de uma personagem que dele geralmente foi protagonista.

Dentro dos estudos dos gêneros, formatos e estilos jornalísticos (MELO; ASSIS, 2010) constatamos ser o perfil um formato do gênero interpretativo, pois seu princípio narrativo consiste na interpretação do jornalista sobre o personagem. A interação entre ele e o seu entrevistado faz-se bastante presente na lógica descritiva do perfil.

Pesquisar e analisar as formas de escritas no jornalismo não é algo sem validade, ao contrário, mostra-se como uma força capaz de tentar compreender como as formas e os conteúdos presentes nas mídias entrelaçam-se, quais são seus limites e até que ponto se cruzam.

A informação transcrita no jornalismo, apesar de primar por regras e pressupostos que fazem a chamada linguagem ser tomada como jornalística, formatos mais interpretativas e “sensíveis, como o perfil, conseguem superar algumas amarras e conceitos ultrapassados mas que ainda existem no jornalismo atual.

Com essas inferências não estamos pondo em xeque a capacidade que o jornalismo tem de ter tentar transcrever a realidade, só que, a partir do momento no qual o mesmo é elaborado por sujeitos com as suas mais diversas vivências, torna-se impossível a capacidade de nós, analistas do discurso, não encontrarmos evidências e vozes nos textos jornalísticos.

Princípios como veracidade e objetividade continuam a orientar o jornalismo moderno, como pregam os manuais de redação, mas temas como imparcialidade e veracidade são cada dia mais questionados. Nada mais natural que isso aconteça na época na qual vivemos, onde o que se por “realidade” torna-se cada vez mais difusa e mutável.

Dentro dessa temática de contestação da dureza, mas não da total abolição das regras fundamentais ao jornalismo, o perfil é um formato de “combate”, se assim podemos conceituar, visto que não narra somente a história de figuras públicas. Apesar de termos nos atido aos indivíduos que foram até mais de uma vez perfilados por *Veja*, com o perfil a vida cotidiana pode ser construída a partir do olhar de uma personagem.

Mesmo entendendo que há uma atuação do entrevistado perante o jornalista, com o intuito

inconsciente de regular o que será narrado por este, o repórter normalmente é quem conduz e deve dar sentido à entrevista. Assim, quando nomeamos “personagem” ao invés de “persona” ou “personalidade”, entendemos fortemente a lógica do momento da entrevista face-a-face como uma construção do que deve ser entendido sobre os atores.

O perfil, então, é um formato que têm tempo diferenciado da notícia instantânea e da reportagem, normalmente um prolongamento aprofundado da notícia, mas com bases referenciais e especializadas acerca do fato.

Assim, a linguagem das revistas, como diz (VILAS BOAS, 1996), o estilo magazine, facilita a inserção do formato, pois em detrimento dos jornais, pois no caso de *Veja* caracteriza-se pela periodicidade semanal, o que possibilita o jornalista contribuir positivamente para a sua pesquisa em torno do entrevistado. Muito do que é escrito no perfil diz respeito ao que é anteriormente encontrado pelo jornalismo sobre quem vai entrevistar.

O cotidiano parece bem descrito na linguagem da revista, pois o mesmo encontra subsídios nesse tipo de linguagem, que, ao contrário da notícia, prima pelas sutilezas encontradas nas variadas expressões da vida comum. A reconstrução de trechos da trajetória de uma pessoa torna-se uma sessão normalmente desejada nas editoriais de uma revista.

O fenômeno do perfil pode ser encontrado não só em revistas tradicionais, como a por essa pesquisa estudada, mas em publicações mais atuais como: *Brasileiros* e *Piauí*. A revista *TPM* tem uma sessão exclusivamente dedicada ao formato e, normalmente, traz não só perfis de personalidades conhecidas, mas de pessoas comuns, ou de “personagens” secundários dos fatos do país.

O perfil então não se prende apenas aos acontecimentos extraordinários do país, mas costuma trazer elementos rotineiros e do dia a dia das figuras que o ilustram. Por isso, dentro das teorias que tem como objetivo estudar o cotidiano, onde poderíamos nos valer: do marxismo, da fenomenologia, do formismo e por fim, do interacionismo simbólico, as duas últimas escolhidas por nós nas figuras de Georg Simmel, Erving Goffman e Michel Maffesoli.

Goffman explorou de forma positiva as possibilidades de mascaramento do sujeito, ou seja, suas diferentes *personas* quando em interação com pessoas a sua volta em circunstâncias diversas. No nosso caso os estudos por ele desenvolvidos foram válidos por tratarmos de indivíduos em suas mais variadas formas quando do momento de interação com o perfilador, ou seja, o jornalista, e como o mesmo se dava a aparecer e gostaria de ser tratado ou mesmo escrito. Os jogos presentes nessas representações são tratados por Goffman a partir da dramaturgia.

O filósofo alemão Georg Simmel foi um pensador bem acima do seu tempo e no campo das Ciências Sociais produziu ensaios e textos sobre temas até então não tão bem vistos pelos teóricos

tradicionais da época. Moda, dinheiro, amor e suas intervenções nos campos das sociabilidades dos sujeitos foram temáticas que muitos nos ajudaram a compreender os perfis.

Maffesoli, contemporâneo aos dois supracitados, entende o cotidiano não como um conceito, que encarceraria a ideia da vida social, mas como um estilo de estudo e de observação da vida. Pensamentos trabalhados por Simmel e Goffman são retomados por Maffesoli com uma roupagem mais “moderna” nas ideias de tribalização do mundo, mascaramento, vitalismo, efervescência da vida e das imagens dos corpos.

Nos perfis podemos perceber, de forma clara, a necessidade de legitimar aquelas personalidades narradas, assim como os acontecimentos que geralmente motivaram a sua elaboração, como destaques no país. Ou seja, pessoas a serem percebidas como referenciais a serem tomados pelo resto dos leitores, brasileiros.

A análise do discurso, levando em conta a sua qualitatividade nas aparições ao longo da narrativa do perfil, teve a sua efetividade considerada ao longo presente trabalho. A AD lida com a noção da intersubjetividade, que diz respeito às ideias e necessidades dos sujeitos impressas no texto, assim como a interdiscursividade, ou seja, os mecanismos presentes no perfil e que servem como efetivadores do formato, suas características e peculiaridades que o diferem dos demais gêneros do jornalismo constituidamente firmados.

A análise do discurso, assim como outras disciplinas das humanidades tem várias escolas, se assim pudemos considerá-las. A escolhida para esta dissertação tem respaldo nas pesquisas realizadas na França na década de 70 iniciadas por Pêcheux e disseminadas na atualidade por pesquisadores que as voltaram às mídias. Charaudeau e Maingueneau são exemplos de estudiosos que observam a informação como um discurso atual e corriqueiro sobre a vida cotidiana, em sua noção de relação entre a sociedade e os sujeitos.

Sobre o discurso da revista *Veja*, podemos considerar o surgimento da mesma numa ocasião delicada para o país, inclusive recebendo apoio político-ideológico do posicionamento vigente na época. As características dos perfis encontrados na revista variaram segundo a categoria na qual estão inseridos, mas no geral, quando falamos em formato, o mesmo apresenta as seguintes pertinências: três vozes, as quais denominadas: sujeito-perfilado, sujeito-narrador e sujeito-externo. Essas vozes interligam-se com o objetivo de validar ou questionar o que foi escrito prioritariamente por um dos sujeitos.

Na revista, constatamos que normalmente o parâmetro para se avaliar o quanto um personagem consegue ser entendido enquanto “brasileiro de sucesso” é a sua repercussão em outros países, notadamente os Estados Unidos. Nesse sentido, percebemos a tentativa de naturalizar o sujeito brasileiro como detentor de uma cultura e inúmeros trejeitos, principalmente corporais, o que

Mauss chama de técnicas corporais, que em uns perfis isso fica mais evidente, em outros não. Esse molde faz o sujeito ser validado como exemplo a ser seguido como uma identidade genuinamente nacional.

Categorizamos então as 12 revistas escolhidas e seus respectivos perfis em três grupos para a análise do conteúdo retratado nele, ademais da forma de escrita jornalística que o mesmo reflete: uma encabeçada pela temática do corpo e tendo como temáticas a aparência, a beleza e a moda; a segunda constituída pela saúde e doença, mas tendo como sub-temáticas a morte, o medo do esquecimento e a memória, assim como possíveis desdobramentos, e por último, o dinheiro tendo como decorrência o poder, o sucesso e a fama.

Percebemos que essas temáticas são responsáveis por nuances na forma como o perfil é esboçado não só em seu discurso como vetor de sentidos, mas na estruturação do mesmo enquanto formato. As relações entre o sujeito-narrador, o repórter; o sujeito-perfilado, a personagem a ser construída; e os sujeitos-externos, aqueles que falam a respeito da pessoa descrita; acabam dando margem à perspectivas diferenciadas nas narrativas que adquirem velocidades, pontos, silêncios que produzem a singularidade do formato perfil.

REFERÊNCIAS

- ASSIS, Francisco de. **Gêneros e formatos no jornalismo cultural:** vestígios na Revista Bravo! In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Natal, 2008.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, Consumo e Identidade.** São Paulo: FGV Editora, 2006.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria Semiótica do Texto.** São Paulo: Ática, 1994.
- BENJAMIM, Walter. **Textos escolhidos.** São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo:** filosofia e técnica. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** 2 ed. São Paulo: Vozes, 2008.
- BENJAMIM, Walter. **Textos escolhidos.** São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- BOSI, E. **Memória e sociedade:** lembranças de velhos. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- BRAIT, Beth. **A personagem.** São Paulo: Ática, 1987.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à internet. São Paulo: Zahar, 2004.
- CANDIDO, Antonio. **A personagem de ficção.** São Paulo: Perspectiva, 1970.
- CHARADEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARTIER, R. **A visão do historiador modernista.** In: FERREIRA, M. e AMADO, J. (orgs.) **Usos & Abusos da História Oral.** Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- CHIAVENATO, Júlio José. **A morte:** uma abordagem sociocultural. São Paulo: Moderna, 1998.
- COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa.** Um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 2002.
- DENZIM, N.K. **Interpretando as Vidas das Pessoas Comuns:** Sartre, Heidegger e Faulkner. Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro, v.27, n.1, p.29-43, 1984.
- DIAS, Paulo da Rocha et al. **Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da revista “Veja”.** In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 21., 1998, Recife. Anais eletrônicos... São Paulo: Intercom, 1998.
- ECO, Umberto. **Seis passeios com pelos bosques da ficção.** São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- _____. **Viagem pela irreabilidade cotidiana.** Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo:** redação, captação e edição no jornal diário. São Paulo: Ática, 1991.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Discurso:** Reflexões introdutórias. 2 ed. São Carlos: Claraluz, 2007.

GANS, Herbert. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time.** New York: Pantheon Books, 1980.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos e duelos.** São Carlos, Claraluz, 2006.

GRINBERG, Luiz Paulo. **Jung: o homem criativo.** São Paulo: FTD, 1997.

HILLMAN, James. **O código do ser.** Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica da entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Linguagem Jornalística.** São Paulo: Ática, 2002.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo.** Petrópolis: Vozes, 2007.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura.** Campinas (SP): Editora da Unicamp, 2002.

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

LUSTOSA, Elcias. **O texto da notícia.** Brasília: UnB, 1996.

MACHADO, Elias. **O pioneirismo de Robert E. Park na pesquisa em Jornalismo.** Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, Santa Catarina: Volume II, número I, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da razão sensível.** Petrópolis: Vozes, 1998.

_____, Michel. **O instante eterno: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas.** São Paulo: Zouk, 2003.

_____, Michel. **No fundo das aparências.** Petrópolis: Vozes, 1996.

MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco (orgs). **Os gêneros jornalísticos no Brasil.** São Paulo: Metodista, 2010.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia.** São Paulo: Cosac Naify, 2005. Trad. Paulo Neves.

MEDINA, Cremilda; LEANDRO, Paulo Roberto. **A arte de tecer o presente.** Jornalismo interpretativo. São Paulo: Média, 1973.

_____, Cremilda. **Entrevista: um diálogo possível.** São Paulo: Ática, 2002.

MELO, José M. **A opinião do jornalismo brasileiro.** Petrópolis: Vozes, 1994.

MENEZES, Rachel Aisengart. **Em busca da boa morte: antropologia dos cuidados paliativos.** Rio de Janeiro: Garamond: Fiocruz, 2004.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções narrativas em *veja* e *manchete***. São Paulo: AnaBlumme, 2002.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. Sobre os contextos epistemológicos da Análise do Discurso. In: **Escritos**. N. 4, Campinas: Nudec, 1999.

PAIS, José Machado. **Vida cotidiana: enigmas e revelações**. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

PENA, Felipe. **Teoria da biografia sem fim**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

_____. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PEREIRA, Wellington J. O. A comunicação e a cultura no cotidiano. Porto Alegre: **Revista FAMECOS**, 2007, quadrimestral, n. 32, abr. 2007. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3416/2679>. Acesso em: 07 mai. 2010.

_____, Wellington (org.) **Formas do cotidiano**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2007.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia**. Métodos de investigação na imprensa. Petrópolis – RJ: Vozes, 2006.

QUEIROZ, M.I. Relatos orais: do “indizível” ao “dizível” . In: VON SIMSON (org.) **Experimentos com Histórias de Vida: Itália-Brasil**. São Paulo: Vértice, 1988.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SOARES, Rosana de Lima. **Imagens velas: aids, imprensa e linguagem**. São Paulo: AnnaBlume, 2001.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. 5ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

TEDESCO, João Carlos. **Paradigmas do cotidiano: Introdução à constituição de um campo de análise social**. 2 ed. Passo Fundo: UPF, 2003.

_____, João Carlos (org.). **Georg Simmel e as sociabilidades do moderno: uma introdução**. Passo Fundo: UPF, 2006.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 9. ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

VICHIATTI, C. A. **Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social**. São Paulo: Paulus Editora, 2005.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.

_____. **Biografias e biógrafos: jornalismo sobre personagens**. São Paulo: Summus, 2002.

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

_____. **Biografismo: reflexões sobre as escritas sobre a vida**. São Paulo: Editora Unesp, 2008.

Revistas

AZEVEDO, Eliane. Dias de ira e dor. **Veja**. São Paulo, n. 1274, p. 64-71, fev. 1993.

BARROS, Andréa; CAPRIGLIONE, Laura. A deputada é pop. **Veja**. São Paulo, n. 1523, p. 96-101, nov. 1997.

HARAZIM, Dorrit. Cara a cara com o Brasil. **Veja**. São Paulo, n. 1320, p. 66-83, dez. 1993.

PIMENTA, Angela. Pelé, Senna e agora Gisele. **Veja**. São Paulo, n. 1626, p. 163-171, dez. 1999.

RIBEIRO, Alfredo. A sedução madura da loira. **Veja**. São Paulo, n. 1303, p. 90-93, set. 1993.

_____, Alfredo. Rico faz rir à toa. **Veja**. São Paulo, n. 1407, p. 104-109, ago. 1995.

SABINO, Mario. Virando o jogo da vida. **Veja**. São Paulo, n. 1471, p. 118-125, nov. 1996.

Niemeyer: o poeta do concreto armado completa 70 anos. **Veja**, São Paulo, n. 484, p. 77-86, dez. 1977.

Bonita e gostosa. **Veja**. São Paulo, n. 505, p. 44-49, mai. 1978.

A luta em público contra a Aids. **Veja**. São Paulo, n. 1077, p. 80-87, abr. 1989.

Xuxa: a loirinha chegou lá. **Veja**. São Paulo, n. 1201, p. 101-107, set. 1991.

O choque da Aids na vida da estrela. **Veja**. São Paulo, n. 1302, p. 73-83, ago. 1993.