

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
NÍVEL MESTRADO**

**LETÍCIA FRANCCIELE ROSSA**

**“BRASIL, MOSTRA A TUA CARA”:  
VALORES IDENTITÁRIOS NA CULTURA POP  
DE *ROLLING STONE***

**São Leopoldo  
2018**

LETÍCIA FRANCCIELE ROSSA

**“BRASIL, MOSTRA A TUA CARA”:  
valores identitários na cultura pop de  
*Rolling Stone***

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo César Henn

São Leopoldo

2018

R827b    Rossa, Letícia Franciele.  
    “Brasil, mostra a tua cara”: valores identitários na cultura  
    pop de *Rolling Stone* / Letícia Franciele Rossa. – 2018.  
    127 f. : il. color. ; 30 cm.

    Dissertação (mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos  
    Sinos, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, São  
    Leopoldo, 2018.

    “Orientador: Prof. Dr. Ronaldo César Henn.”

    1. Cultura pop. 2. Celebridades. 3. Rolling Stone Brasil. 4.  
    Identidade. I. Título.

CDU 659.3(81)



Àqueles que, sem medo, ecoam suas identidades e  
assumem seus “eus”.

## AGRADECIMENTOS

Gratidão é um coração recheado de boas lembranças. Gratidão transforma aquilo que temos em suficiente. Gratidão muda o olhar sobre as construções de nossas vidas. Gratidão é o que ofereço a cada um daqueles e daquelas que emprestaram suas gentilezas, teceram afetos e dividiram, comigo, a sua luz. Muito obrigada – pelos incentivos, pelas restrições, pela coragem e pela compreensão de que esta dissertação representa, abstrata e concretamente, um sonho.

Aos professores, que há mais de duas décadas me orientam e me inspiram. Quero levar adiante, em salas de aula, aquilo que tanto aprendo com vocês.

A Ronaldo César Henn, que me ensina a não esquivar de desafios.

A Thaís Furtado e Adriana Amaral, professoras que integraram minha banca de qualificação em 2017 e a banca final em 2018. Cada tópico articulado é motivo de gratidão. Thaís: tua amizade significa muito para mim – tanto que já nem sei colocar em palavras. Adriana: a admiração que dirijo sobre o teu comprometimento e amor com a pesquisa me inspira a seguir desvendando a cultura pop.

Aos colegas-amigos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos (turma de 2016), obrigada pelas palavras que acolhem e fazem transbordar carinho e empatia. Em especial - Vanessa Furtado, Melina Leite e Christian Gonzatti, vocês foram fundamentais.

Aos jornalistas de Jornal de Gramado e Grupo Sinos, por terem gerado um novo significado sobre o que é coleguismo – entendendo, em 2016 e 2017, o novo processo de vida em que eu me inseria.

A Darci e Irene Rossa, nono e nona, pelos cuidados, pelos carinhos, pela educação desde muito antes de eu nascer. Muito obrigada por abdicarem de suas necessidades básicas para me fornecer o melhor ensino. Sem vocês, estas conquistas não teriam um porquê.

Aos amigos (de vida, de infância, de Unisinos), parceiros, colegas e fontes, obrigada por nunca silenciarem.

Esta pesquisa é o resultado da soma de esforços que, a cada dia, criaram estímulos para que este sonho estivesse materializado. Muito obrigada.

“Sem identidade, somos um objeto da história, um instrumento utilizado pelos outros, um utensílio. **E a identidade é o papel assumido**: é como numa peça de teatro em que cada um recebe um papel para desempenhar”. (KIZERBO, 2006, p. 12, grifo nosso).

## RESUMO

A cultura pop e seus produtos midiáticos provocam sensações e inferências sobre o mundo comum. As celebridades se encaixam neste cenário a partir do momento em que aparecem em performances – e, assim, passam a afetar os sentidos da sociedade. No Brasil, a revista *Rolling Stone* apresenta a cada mês estes artistas da cultura pop e suas produções – por meio de notícias, listas, entrevistas e colunas opinativas. O espaço de maior evidência destas publicações são suas capas, que mensalmente trazem uma celebridade nacional ou estrangeira, em forma de perfil, para incorporar uma temática nas páginas da revista. Para compreender quais são os valores identitários relativos ao Brasil traçados a partir destes perfis, foram selecionados 12 textos com o protagonismo de celebridades brasileiras – todos aqueles que são capa de *Rolling Stone Brasil* entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015. Para viabilizar esta pesquisa, um estudo cartográfico foi desenvolvido a fim de concretizar a investigação. Após a pesquisa teórica e empírica, se averiguou que cada perfil publicado em *Rolling Stone Brasil* contribui para a construção de valores identitários relativos à respectiva celebridade entrevistada: a mulher, a atriz, o esportista, o cantor, o negro, e o homossexual. Ou seja, os valores de identidades publicados no conteúdo da revista repercutem na sociedade a partir do momento em que são veiculados.

**Palavras-chave:** Cultura pop. Celebridades. Valores identitários. *Rolling Stone Brasil*.



## ABSTRACT

The pop culture and the media products cause sensations and inferences about the common world. Celebrities fit into this scenario from the moment they appear in performances - and then begin to affect the senses of the society. In Brazil, *Rolling Stone* presents each month these pop culture artists and their productions - through news, lists, interviews and opinion columns. The most evident space of these publications are their covers, which monthly bring a national or foreign celebrity, in profile format, to incorporate a theme in the pages of the magazine. To understand which are the identity values related to Brazil made from these profiles, 12 texts were selected with the protagonism of Brazilian celebrities - all those who are the cover of *Rolling Stone Brazil* between January 2012 and December 2015. To do this research, a cartographic study was developed in order to materialize this research. After the theoretical and empirical research, it was verified that each profile published in *Rolling Stone Brazil* contributes to the construction of identity values related to the celebrity interviewed: the woman, the actress, the sportsman, the singer, the black man, and the homosexual. In other words, the values of identities published in the content of the magazine have repercussions in society from the moment they are transmitted.

**Key-words:** Pop culture. Celebrities. Identity values. *Rolling Stone Brasil*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO: “IF YOU START ME UP I’LL NEVER STOP”</b> .....	11
<b>1.1 Caminhos a seguir e percursos trilhados</b> .....	13
<b>2 “PAPERBACK WRITER”: PERFIL, JORNALISMO DE REVISTA E <i>ROLLING STONE BRASIL</i></b> .....	15
<b>2.1 Perfil: as histórias sobre sujeitos</b> .....	16
2.1.1 A construção social do personagem .....	19
2.1.2 Jornalismo literário: discurso humanizado e autoral.....	24
<b>2.2 A revista e a configuração do seu jornalismo</b> .....	28
2.2.1 Movimentos de ascensão das revistas: como nasceu a <i>Rolling Stone Brasil</i> ..	31
<b>3 “O POP NÃO POUPA NINGUÉM”: DIMENSÕES DA CULTURA POP EM CELEBRIDADES</b> .....	40
<b>3.1 O pop como produto e experiência do cotidiano</b> .....	42
<b>3.2 Performance: comportamentos, teatralidades e estereótipos</b> .....	46
<b>3.3 Celebridade: figuras que falam por uma geração</b> .....	49
<b>4 VALORES DE IDENTIDADE: QUEM SOU EU?</b> .....	54
<b>4.1 Eu no mundo: sujeito múltiplo e fragmentado</b> .....	55
<b>4.2 “Vida longa, mundo pequeno”: identidades globalizadas</b> .....	58
<b>4.3 A cultura pop na formação identitária</b> .....	64
<b>5 O BRASIL QUE IMPORTA PARA <i>ROLLING STONE</i></b> .....	68
<b>5.1 Carolina Dieckmann: mulher loira, bonita e “mignon”</b> .....	69
<b>5.2 Romário: futebol, exibicionismo e política</b> .....	73
<b>5.3 Anderson Silva: homem honesto, forte e que reina</b> .....	75
<b>5.4 Claudia Raia: pele bonita, talento e mil atribuições</b> .....	79
<b>5.5 Chorão: sem limites, com drogas e sonhos</b> .....	81
<b>5.6 Lobão: em busca daquilo que não é imposto</b> .....	85
<b>5.7 Racionais MC’S: os pretos mais perigosos do Brasil</b> .....	87
<b>5.8 Ney Matogrosso: uma vida sexualizada</b> .....	90
<b>5.9 Alexandre Nero: do politicamente correto ao bom moço</b> .....	93
<b>5.10 Cazuzza: um poeta exagerado que não morreu</b> .....	95
<b>5.11 Wagner Moura: a ficção dá voz ao real</b> .....	98
<b>5.12 Emicida: força negra que tem lugar</b> .....	101
<b>5.13 Segundo movimento: semelhanças entre valores identitários</b> .....	103

<b>5.14</b>	<b>Claudia e Carolina, as únicas mulheres .....</b>	<b>103</b>
<b>5.15</b>	<b>Romário, Anderson e Chorão, da vida difícil às vitórias .....</b>	<b>104</b>
<b>5.16</b>	<b>Ney, Lobão e Cazuza, três vidas em rebeldia .....</b>	<b>106</b>
<b>5.17</b>	<b>Racionais e Emicida, as vozes negras .....</b>	<b>107</b>
<b>5.18</b>	<b>Alexandre e Wagner, as palavras sutis e planejadas.....</b>	<b>108</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS: “AND IN THE END, THE LOVE YOU TAKE IS EQUAL TO THE LOVE YOU MAKE” .....</b>	<b>111</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>115</b>

## 1 INTRODUÇÃO: “IF YOU START ME UP I’LL NEVER STOP”

O ano era 1988. O país, emergente de um período pós-Ditadura Militar, vislumbrava um renascer. A sociedade nacional, balizada pela retomada da autoconfiança, aspirava em todas as esferas o (re)surgimento de sua nação. É envolvido por este cenário que Agenor de Miranda Araújo Neto, o Cazuza, entoava suas ideologias ao recomendar: “Brasil! Mostra tua cara! Quero ver quem paga pra gente ficar assim.”

E o país mostrou. Em sintonia com o Brasil que se desenvolve com a chegada do novo milênio, esta pesquisa se propõe a analisar a contribuição da versão nacional e impressa da revista *Rolling Stone* para as construções referentes aos valores identitários do Brasil a partir de dimensões de cultura pop presentes no jornalismo do veículo.

O processo toma como referência os perfis de *Rolling Stone*. A seleção deste objeto se dá pela essência da revista, firmada na proposta de retratar perfis de personalidades nacionais e estrangeiras em suas capas e, assim, promover discussões sociais a partir do que estes sujeitos públicos personificam. A amostra a ser analisada é de todos os 12 exemplares que trazem personalidades brasileiras em suas capas, no período compreendido entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015.

São elas<sup>1</sup>:

- a) Edição 109 – Outubro 2015 – **Emicida**;
- b) Edição 108 – Setembro 2015 – **Wagner Moura**;
- c) Edição 106 – Junho de 2015 – **Cazuza**;
- d) Edição 97 – Setembro de 2014 - **Alexandre Nero**;
- e) Edição 87 – Dezembro de 2013 – **Ney Matogrosso**;
- f) Edição 86 – Novembro de 2013 – **Racionais MC's**;
- g) Edição 80 – Maio de 2013 – **Lobão**;
- h) Edição 79 – Abril de 2013 – **Chorão**;
- i) Edição 74 – Novembro de 2012 - **Claudia Raia**;
- j) Edição 69 – Junho de 2012 – **Anderson Silva**;

---

<sup>1</sup> Estes são todos os perfis com celebridades brasileiras que estamparam a capa de *Rolling Stone*, entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015.

l) Edição 67 – Abril de 2012 – **Romário**;

m) Edição 64 – Janeiro de 2012 – **Carolina Dieckmann**.

Por meio destes 12 perfis pretende-se compreender, também, como o discurso impresso em *Rolling Stone* problematiza a construção de estereótipos que levam à idealização de questões culturais brasileiras, sobretudo no quesito entretenimento com sua interface social. Logo, esta pesquisa se submete à intenção de desvendar o questionamento: quais os valores identitários são sinalizados em *Rolling Stone Brasil*, a partir destas 12 celebridades da cultura pop?

O estudo partirá, assim, de um movimento que visa a investigação do problema de pesquisa a partir de percursos metodológicos detalhados a seguir. Por meio deste estudo pensa-se que será possível mapear os caminhos das múltiplas identidades culturais nacionais na contemporaneidade, entre os anos de 2012 e 2015, e os significados do entretenimento, esporte, política e sociedade para o Brasil deste período: ou seja, inferir aspectos de “que país é esse”, segundo a ótica de RS, neste intervalo de tempo.

Após busca<sup>2</sup> de temáticas relativas a este tema, conclui-se que há carência na conexão dos conteúdos revista/perfil/cultura pop/valores identitários. Pensa-se, então, no auxílio desta dissertação para o campo jornalístico, uma vez que poderá colaborar em diagnósticos sobre o que é e qual a referência deste jornalismo para a sociedade de um país – seus “erros”, “acertos” e propostas de atuação.

No âmbito pessoal, a motivação do estudo parte de um enredo protagonizado pela personagem Alice, em *Alice no País das Maravilhas*. Em meio às suas aventuras, a menina indaga: “Quem sou eu no mundo? Ah, esse é o grande enigma”. As palavras de Alice foram ao encontro de sensações e imaginários experimentados pela autora desta dissertação no momento em que o estudo se encontrava em fase de construção. Daí surge, então, a curiosidade de se investigar a construção de quem somos por meio das identidades do Brasil. Este processo de reconhecimento de si e do outro permeiam inúmeros elementos que integram as histórias de vida dos sujeitos.

Uma importante parte deste contexto é construída a partir daquilo que retratam os meios de comunicação social, responsáveis por moldar, diariamente, estilos e

---

<sup>2</sup> Durante três semanas do mês de agosto de 2015 foram pesquisados temas semelhantes em endereços eletrônicos aleatórios, com as mesmas palavras-chave que orientam esta dissertação - desde anais de congressos de eventos até bibliotecas eletrônicas. O acervo de conteúdos encontrados soma um total de oito trabalhos que serviram de inspiração a este estudo.

narrativas referentes ao “certo” e ao “errado”. Sob este viés, deve-se analisar os caminhos percorridos pela mídia enquanto produto cultural na edificação dos valores identitários dos indivíduos. A seleção do corpus é uma continuidade de temáticas anteriormente estudadas pela autora em projetos de pesquisa da Graduação (no caso, o jornalismo de revista). A escolha de *Rolling Stone* se justifica na relevância do veículo enquanto agente comunicacional direcionado à cultura pop em todo o mundo. Primordialmente voltada ao público jovem, a versão brasileira da revista trata, em especial, de temáticas relativas à música, ao cinema, à política e à cultura no âmbito geral.

Tem-se, então, como objetivo geral: compreender os valores identitários sinalizados por *Rolling Stone* a partir de 12 celebridades da cultura pop nacional. Esta intenção desenrola-se nos seguintes objetivos específicos: a) Averiguar a colaboração dos perfis de celebridades brasileiras nas construções de definições do país; b) Avaliar a relevância do jornalismo de uma revista nas construções identitárias da sociedade; c) Compreender como os produtos da cultura pop interferem em discussões referentes ao comportamento social.

### **1.1 Caminhos a seguir e percursos trilhados**

A legitimação deste estudo iniciou empiricamente com a seleção dos 12 perfis a serem analisados, seguindo os critérios anteriormente assinalados. A ideia de filtrar estes perfis é de que haja, assim, um entendimento acerca das produções entre 2012 e 2015 de *Rolling Stone*. Percebeu-se, em um primeiro movimento de aproximação, que, enquanto revista especializada e de periodicidade mensal fixa, *Rolling Stone Brasil* firma junto ao leitor, a partir das celebridades retratadas em suas capas, uma relação de pertencimento e envolvimento – muito porque publicações do gênero (SCALZO, 2008) são concebidas enquanto objetos colecionáveis, que instituem afetos com aqueles que as leem. Em outras palavras, observou-se que o discurso do jornalismo de revista vai além na questão leitor-veículo quando comparado com a prática dos periódicos diários, por exemplo.

A partir desta lógica exploramos o acervo digital de *Rolling Stone Brasil* em seu site<sup>3</sup> e, mês a mês, entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015, selecionando todas as edições com personalidades brasileiras em suas capas. No total, portanto,

---

<sup>3</sup> Disponível em: [www.rollingstone.uol.com.br](http://www.rollingstone.uol.com.br).

serão 12 perfis analisados, escritos por oito jornalistas distintos. As narrativas inseridas nestes conteúdos permeiam temáticas relativas a marcadores que envolvem questões de gênero, sexualidade, etnias e várias abordagens ligadas à construção de estereótipos em campos como o lazer e o esporte.

Para que haja uma compreensão desta pesquisa, os debates serão organizados sob o seguinte esquema: no capítulo a seguir traçamos conceitos e noções referentes ao perfil, jornalismo de revista e *Rolling Stone*, buscando perceber como estes se entrelaçam. Em seguida, em um novo capítulo, trazemos pontuações relativas à cultura pop e ao que consideramos enquanto celebridade. Antes de apresentarmos a análise das 12 reportagens, apontamos, em um quarto capítulo, nossas percepções sobre valores identitários. Deste modo, acredita-se que o trabalho será capaz de desenhar uma análise empírica embasada em estudiosos que compartilham das mesmas preocupações comunicacionais que permeiam a autora e o orientador desta dissertação.

## **2 “PAPERBACK WRITER”: PERFIL, JORNALISMO DE REVISTA E *ROLLING STONE BRASIL***

Um dos modos de afirmação do imaginário social e da produção de conhecimento referente aos assuntos que permeiam o mundo se dá por meio da publicação de conteúdos jornalísticos. Com o desenvolvimento das práticas descritivas - seja de sujeitos, acontecimentos ou cenários -, diferentes formatos de escrita tomaram forma e instituíram caracterizações próprias e individuais.

Neste capítulo apresentaremos uma revisão de duas destas ramificações: o perfil e o jornalismo de revista. A compreensão das noções que guiam estes conceitos é fundamental para que haja progresso no entendimento desta dissertação.

As discussões que delineiam as bases conceituais do perfil se dão a partir da concepção de um discurso humanizado e autoral, sob a perspectiva, em especial, de Borges (2013), Maia (2013), Vilas Boas (2002 e 2003), Martinez (2008, 2009a e 2009b) e Pena (2008). A partir destes autores também aparece um crescente interesse de pensar o jornalismo literário (uma vez que parte dos perfis se enquadra neste modelo de escrita). Por meio de novos modos de pensar e agir – através da reportagem e da entrevista em profundidade, por exemplo -, Martinez (2009a) considera que o jornalismo literário desprenhe maior atenção ao modo pelo qual os sujeitos se expressam e se relacionam com determinadas temáticas. De acordo com a autora, em um outro estudo sobre o assunto, o mercado editorial tem contribuído para o crescente interesse pelo jornalismo literário no Brasil, uma vez que as publicações abrem espaço – por vezes, de forma escassa – a conteúdos elaborados com maior complexidade. (MARTINEZ, 2009b).

Em sua configuração, o jornalismo literário tem como norte direcionar um enfoque a personagens e suas histórias de vida, partindo do pressuposto de humanização do conteúdo jornalístico. É neste cenário, conforme mencionamos, que desponta o perfil. Este formato “[...] pode ser utilizado para discutir, através do seu apelo empático ao passado, a identidade do indivíduo envolto e descrito pela linguagem jornalística [...]”. (SILVA, 2010b, p. 1),

O perfil é um dos formatos mais elaborados em publicações de maior periodicidade no mercado devido à demanda de tempo que exige em sua confecção. Daí vem sua popularidade em revistas – que, via de regra, circulam semanal,



quinzenal ou mensalmente. Nestes perfis podem-se observar apropriações da sociedade retratadas a partir do cotidiano, em especial, de celebridades ou personalidades de cunho notório. Este é o caso de *Rolling Stone Brasil*, meio de comunicação instituído no país em 2006 e que propaga, todos os meses, perfis de sujeitos nacionais e estrangeiros – voltados a temáticas relacionadas à cultura pop. Em sua escrita, estes perfis trazem indícios que integralizam as noções de jornalismo de revista, como pode-se ver nas próximas páginas. A compreensão da representatividade de *Rolling Stone Brasil* e de seu discurso no jornalismo de revista se embasam, sobretudo, nos estudos de Tavares e Schwaab (2009), Scalzo (2008), Mira (2001), Mendes (2014) e Scherner (2014).

## 2.1 Perfil: as histórias sobre sujeitos

Consagrado na América do Norte e Europa devido à sua massificação na metade final do século XX (VILAS BOAS, 2002), o perfil jornalístico, segundo as indicações apresentadas a seguir, desempenha uma singular representatividade no imaginário do leitor<sup>4</sup>. Apesar de despontar em revistas e jornais há mais de dois séculos, foi nas últimas cinco décadas que o perfil jornalístico tem encontrado espaço e recebido atenção, em profundidade, nos veículos de todo o mundo. Informativos como *Esquire*, *The New Yorker*, *Vanity Fair*, *Life*, *Harper's*, *People* e *Biography* foram os pioneiros neste processo. No Brasil, perfis de maior expressão aparecem no final dos anos 60, sucedendo trabalhos iniciais divulgados em *O Cruzeiro*, *Realidade*, *Senhor* e *Manchete*. O propósito, desde este período, era humanizar os textos por meio de diálogos e detalhadas conversas. (VILAS BOAS, 2002).

Os primeiros relatos em perfis de jornalismo (VILAS BOAS, 2003) trazem sujeitos e suas trajetórias relacionadas à fama, à arte, à política, ao esporte ou aos negócios. “Ideias e empatias coexistiam em nome de um retrato literário nítido, em nome de captar o passado e o presente do personagem, sem a atual obsessão por aspas, estatísticas e proezas”. (VILAS BOAS, 2002, p. 96).

---

<sup>4</sup> Deste modo, a proposta do capítulo não é discorrer sobre o gênero jornalístico, uma vez que a discussão se ampliaria para um caminho que se distancia do objetivo desta dissertação. Aqui pretende-se revisar as noções que caracterizam o perfil enquanto formato - por isso esta será a nomenclatura utilizada. A proposta é, a partir do que sugere Maia (2013), tratar da dimensão humana do jornalismo.

É possível considerar um caráter subjetivo a este texto, uma vez que depende dos filtros do jornalista e da performance do perfilado – que, por vezes, pode mascarar determinadas questões. Assim, Maia (2013, p. 177) considera o perfil como a “[...] possibilidade de composição do sujeito pela escrita de sua trajetória no espaço e no tempo”, com uma singularização do indivíduo que “[...] requer uma relativa liberdade para quem escreve [...]”. (MAIA, 2013, p. 176).

O personagem retratado deve ser o protagonista da história de sua vida. (SODRÉ; FERRARI, 1986). Assim, por meio de discursos diretos e indiretos, são denotados momentos da biografia do sujeito a partir da aproximação – seja em profundidade ou rasa – do entrevistador. Um perfil jornalístico (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 126) traz um texto com “[...] enfoque na pessoa - seja uma celebridade, seja um tipo popular, mas sempre o focalizado é protagonista de uma história: sua própria vida”.<sup>5</sup>

O formato tende a realçar os atores sociais ao invés do cenário em que estão inseridos – por mais que esta seja uma consequência. No entanto, em muitas ocasiões, a seleção por determinado sujeito se origina de sua conexão a dado fato em destaque na atualidade. (ABREU; ARAUJO; SILVA, 2016). Esta perspectiva vai ao encontro do que infere Vilas Boas (2002, p. 93, grifo do autor):

O perfil jornalístico é um texto biográfico curto (também chamado de *short-term biography*) publicado em veículo impresso ou eletrônico, que narra episódios e circunstâncias marcantes da vida de um indivíduo, famoso ou não. Tais episódios e circunstâncias combinam-se, na medida do possível, com entrevistas de opinião, descrições (de espaço físico, épocas, feições, comportamentos, intimidades etc.) e caracterizações a partir do que o personagem revela (às vezes sem dizer).

Devido à sua aproximação ocasional com as características do jornalismo literário, o perfil possibilita ao repórter a construção de um texto que percorre sentidos de escala micro – segundo uma pesquisa prévia da trajetória do perfilado e de uma entrevista programada, mas não estática, acompanhada de uma observação da rotina do sujeito. (KOTSCHO, 1986).

Entretanto, ao contrário do que se observa em biografias literárias, o autor de um perfil não tem a necessidade de especificar em totalidade os detalhes da vida do sujeito. A centralidade da história, independente da extensão do perfil (VILAS BOAS,

---

<sup>5</sup> Silva (2010b) pontua que o perfil também pode ser nomeado como close-up, reportagem narrativo-descritiva de pessoa, retratos de vida e biografia curta.

2003), deve ser o personagem a partir de determinado ângulo, construindo um recorte acerca do sujeito – vida pessoal, carreira, fama, futuro etc.

É necessário que haja, contudo, uma retratação humanizada das percepções do perfilado. Ao contrário do que se sucede no jornalismo diário, em que o personagem é traduzido em números e/ou posições e lugares comuns, no texto em profundidade do perfil a experiência humana é que merece proeminência. Daí a preocupação em se observar o percurso retratado a partir de um todo, embora exista a construção discursiva sob determinado ângulo da vida do entrevistado. Isso porque, conforme Vilas Boas (2003, p. 21), “Muitas vezes, o sujeito apresenta certas características, gestos, atitudes e pensamentos em função da fase que está atravessando. Opera-se, nesse caso, com o acúmulo de indícios, que podem ou não ser contrastados com dados do passado ou projeções para o futuro [...]”.

Segmentando o perfil e suas particularidades, Sodré e Ferrari (1986) descrevem, ainda, duas ramificações deste tipo de texto: o miniperfil, quando a ênfase é o tema e o sujeito aparece a fim de contar sua história de vida a partir deste ângulo; e o multiperfil, que acontece na existência de mais de um narrador abordando um único personagem.

Embora sejam tênues as distinções entre os perfis jornalísticos – uma vez que se trata de um texto autoral em que o repórter emprega seu método de organização e escrita -, dadas características norteiam a construção discursiva do texto (seja para jornais ou revistas). Existe, por exemplo, a possibilidade de se perfilar um sujeito sem entrevistá-lo, apenas colhendo informações com indivíduos que o cercam (VILAS BOAS, 2002) e acumulando observações que possam edificar o comportamento deste personagem<sup>6</sup>.

Ou seja: as maneiras pelas quais é traçado um perfil – por meio de entrevista e/ou observações – constroem as expressões deste ou de tantos outros indivíduos na sociedade. (MAIA, 2013).

Para retratar um sujeito, o jornalista pode simplesmente usar uma lente padrão e obter uma imagem enquadrada pelo olhar mais direto, mas pode, sobretudo, experimentar outras lentes, as quais propiciem ângulos compositores de imagens fortes, fracas, grandes, pequenas, brilhantes, opacas, enfim, imagens recortadas do personagem perfilado. (MAIA, 2013, p. 176).

---

<sup>6</sup> Um exemplo deste formato é o perfil “Frank Sinatra está gripado”, de autoria do jornalista Gay Talese para o veículo *Esquire*. Na ocasião, o texto foi escrito sem o personagem principal ser entrevistado.

Como resultado desta construção, o jornalista pode motivar uma identificação entre leitor e perfilado. A empatia é presente em reportagens que capturam a atenção do público e o insere no ambiente descrito e desenhado, por meio de palavras, pelo repórter. Porém, dificuldades relativas ao espaço e ao tempo na produção dos materiais inviabilizam, por vezes, a elaboração de um conteúdo que esteja à altura do material colhido durante a entrevista. Sob este viés, “Fica a impressão de que veículos tentam se diferenciar apenas para que, no fundo, permaneçam iguais”. (VILAS BOAS, 2003, p. 11). Estas lacunas externadas no texto, ao serem percebidas pelo leitor, podem ocasionar entendimentos múltiplos referentes ao sujeito perfilado. Isso porque, de acordo com a visão de Abreu, Araujo e Silva (2016, p. 63):

A construção do indivíduo neste tipo de matéria é [...] indicial – o que há de verdadeiramente humano no relato, a empatia acima descrita, está em determinados detalhes, não ao cabo do texto. Os perfis atuam como biografias suspensas em processo: sintetizam os dados da vida, focalizando em episódios específicos, congelando somente uma fração do tempo.

Assim, a construção do imaginário e das identidades sociais destes personagens tem a chance de tender a interpretações que migrem para sentimentos/sensações/sentidos que concebem desde a empatia, como mencionado acima, até o preconceito e a aversão ao sujeito.

### 2.1.1 A construção social do personagem

O texto de um perfil, por meio do não-dito e daquilo que está exposto, oferece pistas para o leitor considerar o perfilado de acordo com suas próprias percepções. Cria-se, segundo esta visão, uma inteligência coletiva por ser o indivíduo um integrante de um fenômeno social macro. (VILAS BOAS, 2002).

Por vezes, o que parece ser do próprio sujeito retratado em um perfil consiste, na realidade, na impressão coletiva acerca dele. Esta questão “[...] refere-se ao que é esperado socialmente de um sujeito e à maneira como ele acredita que sua imagem deva parecer publicamente. É uma espécie de 'compromisso' entre o indivíduo e a sociedade”. (VILAS BOAS, 2002, p. 125, grifo do autor).

Este viés vai ao encontro do que Vilas Boas (2003) conceitua, em um momento posterior, ao se referir à estruturação do texto de um perfil descritivo. De

acordo com ele, a escrita é enriquecida em conformidade à contribuição do entrevistado – quando este deixa transparecer as suas características, é ampliada a capacidade de incorporar mais aspectos descritivos ao conteúdo.

Coimbra (1993, p. 117) complementa este raciocínio referente às inferências do leitor acerca do sujeito apresentado em um perfil.

Num texto jornalístico sobre uma pessoa, poderá haver um conjunto formado pelas ações e reações atribuídas a esta pessoa, pelo que ela diz a seu próprio respeito, a respeito de outras pessoas e a respeito dos fatos, em geral, e pelo que as outras pessoas dizem dela. Tal conjunto poderá induzir o leitor a concluir que esta pessoa tem determinado tipo de caráter e de temperamento. Os indícios de certo caráter e de certo temperamento estão espalhados ao longo do texto e vão se acumulando à medida que ele transcorre. Os traços de caráter e de temperamento, definidos pelo acúmulo de indícios, costumam ser contrastados em conjuntos binários como deprimido/eufórico, agitado/calmo, generoso/mesquinho, emotivo/cerebral [...].

Há circunstâncias, no entanto, em que o perfilado sugere, por meio de sua representatividade no momento da entrevista, o cenário e o retrato que pretende tecer para si. Este sujeito não pode ser considerado como um modelo prestes a ser ajustado conforme a pauta do repórter (VILAS BOAS, 2003) – o profissional do jornalismo deve se livrar de amarras que possam resultar em uma construção pré-estabelecida (e, assim, não natural ou espontânea) do entrevistado.

Estes personagens podem ser demarcados segundo a fala, o silêncio, a idade, a profissão, a região geográfica em que estão inseridos e a posição social que ocupam. (COIMBRA, 1993). Estes são indícios que favorecem o desenho de quem é o sujeito que está sendo exposto.

Na verdade, é desejo do jornalismo dar a sensação de realidade às personagens. Notamos que, por esse motivo, a sua caracterização não atenderá apenas aos aspectos psicológicos, mas também aos físicos, contribuindo para a criação de um elo de percepção do leitor. Seja pelas minúcias da altura, peso, expressão facial ou estilo de vestir, cada variação trará consigo parte da história a ser narrada. (SILVA, 2010a, p. 407).

Estes atributos próprios de cada ser humano estabelecem quem é o personagem. Neste contexto, uma história que considera as técnicas do jornalismo literário, como é o caso do perfil jornalístico, prescinde de um sujeito centralizador da narrativa. A moldura na qual ele será enquadrado, no entanto, pode ser distinta, uma vez que traz o caráter autoral do repórter. (SODRÉ; FERRARI, 1986).

À sombra deste enfoque, Vilas Boas (2003, p. 13-14) sublinha que o jornalista traz, nas entrelinhas de seu texto, a “[...] memória, conhecimento, imaginação, sínteses e sentimentos [...]” próprios de sua biografia. Assim, conforme o autor, há um latente e constante envolvimento do comunicador com o entrevistado em um processo de trocas de experiências – tanto a de quem constrói o perfil quanto daquele que será o personagem central.

Entretanto, a partir do que sugere o discurso do jornalismo literário, a narrativa em perfis jornalísticos é passível de ser inacabada, aberta a apropriações e reflexões do leitor. Assim, as partes que dão forma ao personagem “[...] não expressam o retrato pronto e acabado do sujeito, posto que a sociabilidade, como já falado, modifica cotidianamente a condução dos indivíduos na vida em sociedade”. (MAIA, 2013, p. 186).

A partir da edificação de um perfil é possível se obter um retrato social ancorado no presente, mas com considerações significativas sobre o passado e o futuro – uma vez que o formato do perfil dá margem a “[...] reconstruções e releituras sociais, pois há uma mediação constante entre aquele que o vê e aquele que o faz [...]”. (SILVA, 2009, p. 9).

Assim, se percebe que apesar das mutações ocorridas nas recentes décadas no processo de confecção de um conteúdo jornalístico, os sujeitos inseridos em uma cadeia social ainda demonstram o desejo de estar munidos de informações e opiniões. Este trabalho constitui, como mencionado anteriormente, a memória de homens e mulheres que integram uma sociedade. Daí desponta (SILVA, 2009) a demanda de que o jornalismo trace um elo de percepção da realidade perante o seu leitor (mencionamos o leitor, por este se tratar de um estudo de jornalismo impresso, de revista). Isso porque são nas páginas de uma publicação que o sujeito pode encontrar atributos que o façam ter inferências em relação a determinado tema. Deste modo, como “[...] a grande preocupação vem sendo entender as formas sociais na interação dos indivíduos, [...] valorizando as suas histórias pessoais e visões de mundo construídas a partir dos encontros [...]”, o perfil jornalístico aparenta ser o formato “[...] mais adequado para que possamos entender a vida cotidiana”. (SILVA, 2010b, p. 9).

Nesta rotina social, ao cumprir o papel de gerar empatia junto ao público (VILAS BOAS, 2003), o perfil pode viabilizar uma espetacularização da vida do sujeito ao exaltar possíveis “heróis” a que se convencionou nomear de celebridades.

“Afinal, essas celebridades são reais ou apenas uma invenção midiática?”. (PENA, 2008, p. 80).

A complexidade da escrita que conduz um perfil jornalístico está nos percursos que serão seguidos a partir do conteúdo apurado com o sujeito. A possibilidade sugerida neste trabalho é, ao invés de refletir sobre o modo pelo qual se descreve uma história de vida, compreender qual vida é possível ver segundo o que foi descrito. (ABREU; ARAUJO; SILVA, 2016).

Estes questionamentos fazem emergir o raciocínio de que os perfis “[...] também só podem elucidar, indagar, apreciar a vida num dado instante. São mais atraentes quando provocam reflexões sobre aspectos objetivos e subjetivos comuns à existência de todos nós”. (VILAS BOAS, 2003, p. 20). Isso porque o texto consiste em um recorte de determinada fatia biográfica do sujeito perfilado. Seria possível, então, retratar o cotidiano de uma sociedade a partir da ótica deste personagem, segundo a autoria do jornalista? Silva (2010a) considera que sim, ao passo de que, por meio do discurso deste formato jornalístico, compreende-se a identidade de dada sociedade dentro de um considerado fragmento de tempo.

O homem como indivíduo particular e a sua relação com a humanidade enquanto elemento universal permanecem sendo bem delineados através das narrativas. Nelas podemos analisar como foram perpetuados os acontecimentos do passado e como os mesmos encontram-se enraizados na cultura e no presente. (SILVA, 2010a, p. 406).

A espetacularização da vida de “heróis” pontuada por Vilas Boas (2003) é avaliada por Martinez (2008) por meio dos estudos da Jornada do Herói. Sob a articulação do jornalismo literário, a autora desenvolve este conhecimento a partir da mitologia elaborada por Joseph Campbell, no século XX, e da psicologia de Carl Jung<sup>7</sup>. A aplicabilidade deste conteúdo aprimorado por Martinez (2008) se dá em narrativas de histórias de vidas de sujeitos reais, uma vez que “[...] seu caráter mítico remete a narrativas com significado”. (MARTINEZ, 2008, p. 15).

A pesquisa da Jornada do Herói desenvolve, a partir das noções do jornalismo literário mencionadas anteriormente, perfis de sujeitos com técnicas mais sofisticadas para a estruturação dos textos. Entre as finalidades deste estudo, Martinez (2008, p. 22) aponta:

---

<sup>7</sup> A Jornada do Herói consiste, segundo Martinez (2008), em uma pesquisa desenvolvida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

[...] A busca por ferramentas contemporâneas que permitam ao jornalista uma leitura mais sensível e abrangente do ser humano que está retratando; que possibilite a incorporação das habilidades jornalísticas universais, como clareza e precisão, bem como um passeio subjetivo pelas emoções, sentimentos, sonhos e, por que não, pela espiritualidade das pessoas. Em outras palavras: que propicie captar não apenas a casca do entrevistado, o envoltório que resultaria num perfil reducionista e raso, mas também as motivações, os desejos e os temores de um ser humano imerso num mundo complexo e repleto de inter-relações com outros seres humanos e com seu meio ambiente.

Ao invés de se conceber apenas os aspectos científicos e lógicos dos textos – sob uma perspectiva positivista – se consideram, na Jornada do Herói, estes cenários somados de noções filosóficas e de contribuições das artes e das religiões. Não se trata de um percurso fechado, acabado (MARTINEZ, 2008), mas de uma metodologia que possa guiar a produção de uma narrativa com relatos mais envolventes. Isso porque, segundo a pesquisadora, o jornalismo brasileiro não atenta para uma visão mágica do conteúdo, partindo, na maioria das situações, para performances de caráter mais rígido ou estático. É daí que desponta a pobreza dos retratos de seres humanos na mídia, pois “[...] a caracterização dos entrevistados resume-se em geral a nomes, idades, categorias profissionais”. (MARTINEZ, 2008, p. 36).

No entanto, a Jornada do Herói não se sustenta em uma ideia ficcional, que busca construir uma história de seres imaginários sustentada em uma perspectiva mitológica do sujeito. A sugestão é de que o herói seja compreendido como um indivíduo – anônimo ou celebridade – que tenha algo a apresentar sobre a sua história de vida sendo o protagonista, portanto, do perfil ou da biografia gerados a partir da percepção do comunicador.

Nesse cenário, propostas como a Jornada do Herói facilitam a compreensão dos estágios da vida, como a passagem da infância para a maturidade, da vida de solteiro para a de casado, enfim, da mudança dos diversos papéis que levam o indivíduo a assumir novas funções sociais, fornecendo exemplos práticos para que o leitor tire conclusões que o ajudem a refletir sobre sua própria vida. (MARTINEZ, 2008, p. 39).

Assim, a proposta deste material é resgatar a humanização do conteúdo não em um sentido romântico, mas sob a condição de perceber os sujeitos enquanto seres humanos - com suas forças, dramas e cotidianos. São pessoas que se expressam segundo sua identidade e princípios, a partir de sotaques, histórias, interjeições e singularidades que as tornam únicas. “Por isso, a reconstrução desta



personagem real está longe de ser tarefa simples, visto que se trata fundamentalmente da reconstrução de uma identidade”. (MARTINEZ, 2008, p. 45).

A desconstrução da personalidade do entrevistado, que tem como consequência a reconstrução do seu “eu” em um perfil, dá margem à compreensão da atualidade em que está inserido este personagem. “A configuração desse presente, quando afunilada para a produção de *perfis*, evidencia um recorte na camada social a partir da singularidade vivenciada pelo indivíduo em constituição”. (MAIA, 2013, p. 181, grifo do autor).

É por este caminho, de acordo com a autora, que veículos tais quais as revistas de circulação mensal contribuem para que se (re)conheça uma sociedade, sua rotina e suas fragmentações. Neste sentido (MAIA, 2013), é substancial para a autenticação de uma identidade (ou múltiplas identidades) a veiculação de relatos jornalísticos sobre personagens que apresentem, junto à sua história de vida, um recorte acerca da sociedade em que se vive. É o caso de *Rolling Stone Brasil*, revista nacional de cultura pop que será examinada em seguida.

### 2.1.2 Jornalismo literário: discurso humanizado e autoral

Evidenciado no início da segunda metade do século XX por meio do *new journalism*, o jornalismo literário aproxima-se de técnicas utilizadas por contadores de histórias a partir da construção de seu discurso – tecido segundo símbolos, representações do imaginário e metáforas (MARTINEZ, 2009a). Daí sua aproximação com o formato de texto apresentado no perfil<sup>8</sup>.

Nos Estados Unidos, este caminho é percorrido, em especial, por Truman Capote, Gay Talese e Norman Mailer, em uma “[...] época de inovação norte-americana”. (LIMA, 1995, p. 95). Já na primeira metade do século XX, no Brasil, Euclides da Cunha e João do Rio materializaram histórias por meio de suas crônicas e coberturas (MARTINEZ, 2009a) – antecipando procedimentos desse tipo. As reportagens referentes à Guerra de Canudos, empreendidas por Cunha, transformaram-se em um clássico da literatura brasileira, *Os Sertões*, no século XIX. Este livro-reportagem aparece como uma continuidade do conteúdo publicado em

---

<sup>8</sup> Este capítulo detalhará alguns elementos do jornalismo literário porque se considera, neste trabalho, que parte dos perfis analisados em *Rolling Stone Brasil* se enquadram nos itens apresentados. Não é intuito da pesquisa, contudo, compreender se os textos da revista são ou não de jornalismo literário.

jornais, uma vez que o veículo não comporta todo o material coletado por quem redigiu as informações.

Por meio de um discurso que traz, em si, sentidos anteriores, as produções de jornalismo literário integram a criação e a construção de uma realidade social. Trata-se de um texto deslocável, que não se firma sob apenas um viés – ele dança sobre as palavras e resgata o passado a fim de edificar o presente e projetar o futuro. Por esta razão, “[...] tem a capacidade e até a obrigação de dar um passo adiante, promover ousadias, buscar licenças no campo literário para que possa se diferenciar num plano que não seja apenas teórico”. (BORGES, 2013, p. 192).

A estrutura de um texto literário no jornalismo deve percorrer circuitos distintos, em diferentes ritmos, alternando recursos a fim de captar o interesse do leitor. A descrição (LIMA, 2005) funciona, neste caso, como um corte na dinâmica da narração. Contudo, a descrição nem sempre é aquela aparente no texto – porque, como mencionado acima, o jornalismo literário traz em si sentidos e percepções anteriores. “Por trás do texto, escrito, há outro texto, inscrito. Por trás do tema, descrito, existem outros assuntos, transcritos”. (SILVA, 2002, p. 49).

Não se trata de uma alternância entre informação e entretenimento (PENA, 2008) – a narrativa do jornalismo literário traduz em seu texto técnicas e pontuações tanto da comunicação social quanto da literatura. Esta avaliação vai ao encontro do que sugerem Passos e Orlandini (2008) quando estes abordam o jornalismo literário segundo uma lógica coletiva, em que são integradas categorias textuais e formatos distintos – o perfil é um deles<sup>9</sup>. Portanto, este esquema não concebe integralmente um modelo comunicacional, mas tampouco unicamente um padrão literário.

Considerando estas colocações, Pena (2008, p. 13, grifo do autor) explicita que este caráter de escrita segue as seguintes finalidades:

[...] potencializar os recursos do Jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, romper as correntes burocráticas do *lead*, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos.

O roteiro para esta escrita criativa constitui um outro caráter que tem por essência apresentar-se como diferente: ele não quer apenas informar ou entreter,

---

<sup>9</sup> Os autores ainda apontam a existência de crônicas, romances-reportagens, ensaio-reportagem, conto-reportagem e biografia.

uma vez que há espaço para mapear estes dois caminhos. Passos e Orlandini (2008, p. 84) ratificam este raciocínio quando analisam que “[...] o discurso oficial nos tende a jogar para dentro de um texto cuja estrutura já é pré-dada e os sentidos amortizados [...]”, enquanto o “[...] jornalismo literário dá a possibilidade de sermos jogados para fora”.

Portanto, o jornalista não ignora as normas estabelecidas em sua rotina de produção em veículos de circulação diária. O que este profissional faz (PENA, 2008) é desenvolver estas técnicas de apuração, pesquisa e observação a fim de construir novas estratégias de escrita. Não há, neste texto, uma preocupação alarmada da periodicidade e atualidade, uma vez que o dever “[...] é ultrapassar esses limites e proporcionar uma visão ampla da realidade [...]”. (PENA, 2008, p. 14).

Trata-se de um fluxo que permeia ora técnicas do jornalismo e ora instrumentos da literatura, sem se inclinar apenas ao criativo ou ao informacional - uma vez que ambos se misturam. Ao relatar temas complexos, em profundidade, em uma construção discursiva com mais amarras, Borges (2013) assinala que os textos de jornalismo literário podem permitir certa dedução e interpretação desde que façam referência ao relato do acontecimento.

Mais do que uma escrita que flerta com técnicas típicas do labor literário e se propõe a instigar, seduzir, provocar sensações e despertar o interesse do leitor, o chamado jornalismo literário foge de olhares pré-formatados e rende textos – sejam reportagens ou perfis – que surpreendem a partir de uma pauta que rompe com visões óbvias ou hegemônicas sobre a realidade. Os autores, na hora de contar histórias não-ficcionais, principalmente nas páginas de revistas, valem-se de recursos típicos da literatura. Profunda observação, imersão na história a ser contada, fatura de detalhes e descrições, texto com traços autorais, reprodução de diálogos e uso de metáforas, digressões e fluxo de consciência – a gama de recursos é ampla para que a realidade seja expressa de maneira elaborada e sob os mais variados aspectos. (NECCHI, 2009, p. 103).

O jornalismo literário se propõe, a partir destes aspectos, a admitir um discurso inacabado, que pretende informar e também fazer refletir acerca da temática que envolve o eixo central do texto. Assim, não há tentativas de concluir o material a partir de dada lógica – mas sugerir uma observação do assunto trabalhado. É devido a esta estrutura que o jornalismo literário “[...] apoia-se na transmutação constante, na não conclusão eterna, no jogo de paráfrases e polissemias, na formação discursiva ampla e eclética, na alternância do emprego da

metáfora e da descrição fiel, na admissão de que é representacional, icônico, simbólico”. (BORGES, 2013, p. 205).

Devido a esta significação, Pena (2008) considera que, ao selecionar um tema a ser transcrito literariamente no jornalismo, seja por meio de reportagens ou perfis, deve-se atentar aos percursos trilhados a fim de que estes contribuam para a formação de uma cidadania cultural na sociedade. Isso porque se considera o jornalismo literário (e o perfil) como um texto permanente, que se afasta de uma abordagem superficial.

Uma vez concebido a partir de normas mais flexíveis, o jornalismo literário aponta para uma fuga das regras até então rígidas do jornalismo tradicional da grande mídia. No entanto, como mencionado anteriormente, o formato ainda confunde noções jornalísticas e literárias em sua constituição.

O literário está no seu discurso, nas idas e vindas do tempo cronológico, nos fluxos de consciência, na reprodução dos diálogos, na estruturação peculiar do texto, na narrativa sem peias, no elogio à subjetividade. O jornalístico está na presença testemunhal do repórter, na apuração acurada, no compromisso em reconstruir uma realidade - ainda que em determinado nível, já que essa reconstrução completa é impossível. (BORGES, 2013, p. 189-190).

A associação entre literatura e a imprensa (LIMA, 1995) são visíveis, ainda, no início do século XIX, quando veículos noticiosos forneciam páginas para publicações literárias da época. Os jornais inauguraram um novo processo informacional ao publicar, em seu conteúdo, romances subdivididos em capítulos. (PENA, 2008).

O jornalismo absorve assim elementos do fazer literário, mas, camaleão, transforma-os, dá-lhes um aproveitamento direcionado a outro fim. A literatura está, até então, basicamente interessada na escrita. Mesmo quando representa o real, através da ficção, a factualidade concreta, efetiva – de acontecimento, personagens e ambientes perfeitamente existentes e nominados, no espaço social verdadeiro – não é, na maioria dos casos, o item primordial. (LIMA, 1995, p. 138).

Esta concepção vai ao encontro do que recomenda Bahia (1971, p. 49), quando este considera que o jornalismo, por meio de seu discurso, produz uma “[...] literatura sob pressão, mais concretada do que formal, limitada ao tempo e ao espaço de que dispõe o jornalista na sua atividade diária [...]”.

O deslocamento do jornalismo à literatura acontece progressivamente, na medida em que o texto noticioso evolui para grandes reportagens e estas, com a necessidade de aprofundamento, são inspiradas em referências literárias a fim de narrar o real. Trata-se de um processo intuitivo e natural, que não segue rigores em relação ao método de escrita. (LIMA, 1995).

A partir destes apontamentos que indicam as características que configuram o jornalismo literário e também o perfil apresentaremos, a seguir, uma discussão acerca do que se concebe nesta pesquisa como jornalismo de revista. As referências pontuadas nas próximas páginas são substanciais para a compreensão desta dissertação.

## **2.2 A revista e a configuração do seu jornalismo**

A revista, por meio de seu discurso jornalístico, é competente na validação de identidades. Esta constatação é de Scalzo (2008), que admite a capacidade de as publicações instituírem vínculos entre os sujeitos que as leem, uma vez que há “[...] um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, *ajuda a construir identidade*, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo”. (SCALZO, 2008, p. 12, grifo nosso).

Esta capacidade de reafirmação identitária entre sujeitos que compartilham de um mesmo interesse é regida sob a esfera de um tema. Este referente (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 182) figura em pautas de jornalismo como “[...] um elemento que opera sentidos, ou seja, que atua sobre o seu fazer e sobre sua materialidade. Mais que dizer sobre o mundo, participa no como se diz, incidindo sobre práticas, conteúdos e formas”. Assim, no jornalismo de revista que (re)cria valores de identidades, os temas não são configurados como efeito das rotinas produtivas, mas como estruturas sobre as quais se encontram noções culturais de determinada sociedade.

Ao falar para um certo público e com ele criar uma certa “relação”, a revista tenta “esgotar” uma temática e “tratar” a realidade de outra forma. Algo que no contexto do jornalismo traz implicações discursivas e editoriais, e sugere um fazer jornalístico complexo, que possui operações próprias. (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 184).

Assim, os temas determinam o que é descrito nas páginas de revistas porque,

em síntese, são eles que darão significado àquilo que a publicação busca junto ao seu público. Ou seja, é por meio do tema que uma revista se reafirma diante de seu público. Schwaab e Tavares (2009) discursam que esta temática incorporada por um veículo pode subdividir-se em pequenos assuntos a fim de esgotar suas possíveis abordagens e, portanto, produzir tipos variados de conhecimento.

Estas novas roupagens e temas que condicionam o posicionamento social de revistas vão ao encontro do público de interesse da publicação – uma vez que se veicula, via de regra, aquilo que aparece como útil e conveniente a quem consome o material. Esta lógica é justificada (SCALZO, 2008) no fato de que uma revista é definida, usualmente, por quem é o seu leitor.

O tema selecionado para aparecer nas publicações traduz, mesmo que subjetivamente, qual a fatia da população que dado veículo quer atingir. No entanto, nas revistas – em especial naquelas de periodicidade ampliada – a temática é diferente do material jornalístico *hard-news*, comum a meios de comunicação que se caracterizam como informativos diários. Neste caso, o tema se confunde com a pauta do jornalista e se encaixa na temporalidade do cotidiano, de modo que se apresenta, por vezes, de forma espontânea (por exemplo, uma notícia referente a um acontecimento que movimentou uma cidade ou país).

Nas revistas de periodicidade ampliada, os temas manifestam-se geralmente sob duas maneiras: ora como derivados de um perfil editorial – caso das revistas voltadas para certo gênero, classe social ou faixa etária, que chamamos de especializadas –, ora como conformadores de um perfil editorial – caso de revistas voltadas para certos assuntos como qualidade de vida, saúde, esportes etc, as quais chamamos de temáticas. (TAVARES; SCHWAAB, 2009, p. 10).

As revistas consideradas temáticas trazem o tema seu como eixo norteador, a partir do que o próprio nome sugere. É nesta situação (TAVARES; SCHWAAB, 2009) que as publicações não tomam apenas por referência o público – embora os interesses deste acabem refletindo na escolha da temática. Por outro ângulo atuam as revistas especializadas, que partem, de acordo com os autores, de uma escolha editorial sustentada no perfil de um público.

Nesse sentido, os temas encontram-se diversificados naquilo que se considera de interesse desse público, cabendo à produção jornalística responder a certas demandas. O tema, neste aspecto, reflete certas lógicas sociais e culturais e aponta, indiretamente, para determinados tópicos que

permeiam a sociedade e seu ethos numa certa época e local. (TAVARES; SCHWAAB, 2009, p. 10).

Este sentido exposto pelos autores inaugura uma lógica que pensa o jornalismo de revista como um conteúdo capaz de contribuir para a solidificação identitária de uma sociedade, ao passo de que pode retratar (SCALZO, 2008, p. 16, grifo nosso) determinada época e sustentar seus respectivos mitos. “Por isso, *dá para compreender muito da história e da cultura de um país conhecendo suas revistas*. Ali estão os hábitos, as modas, os personagens de cada período, os assuntos que mobilizaram grupos de pessoas.” Todavia, esta construção social de uma revista referente ao nicho em que está inserida é validada, também, na linguagem elaborada em suas páginas. Vilas Boas (1996) defende que a escolha de elementos discursivos é o que caracteriza o estilo de escrita de dado conteúdo. Assim, ao consumir uma revista, o público, na teoria, compreende o que ela quer expressar – no entanto, a mesma narrativa não pode ser empregada em um veículo de tema ou especialização distintos.

Historicamente, a revista consolidou-se como um produto jornalístico cuja identidade foi elaborada não só no diálogo e concorrência com os outros meios, principalmente impressos, mas também no amadurecimento de um patrimônio de processos editoriais ligados a aspectos jornalísticos e também a outros institucionais e sociais. Tanto na abordagem de acontecimentos quanto na “tradução” de temáticas da vida social, a revista segmentou-se e passou a ser desenvolvida por grandes empresas e corporações, trazendo para a sua elaboração editorial um complexo fazer. (TAVARES, 2012, p. 102).

Devido a esta responsabilidade, a fala do comunicador no jornalismo de revista deve ser simples, elegante e criativa, respeitando a liberdade de composição do conteúdo. O modo pelo qual se apresenta a história ao leitor tem a necessidade de ser envolvente, sedutor, por meio de uma narrativa que retrate o elemento humano a fim de provocar uma análise e reflexão na sociedade que a lê. (VILAS BOAS, 1996).

O aprofundamento como caminho para as reportagens em revista, seguindo as diretrizes acima mencionadas, deve extrapolar o usual e investigar maneiras de explorar ângulos distintos – com um foco sempre ajustado ao leitor ou ao tema que se quer atingir. Daí vem a relevância (SCALZO, 2008) de existir um plano editorial firme, mas não rígido, devido à pluralidade de definições e atribuições de uma revista. Este tipo de publicação pode ser “[...] um veículo de comunicação, um

produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”. (SCALZO, 2008, p. 11).

Esta pesquisa concebe as configurações aqui mencionadas a fim de emoldurar o objeto de pesquisa – a publicação *Rolling Stone Brasil*. Para tanto, é necessário pontuar que a noção do jornalismo de revista segue os preceitos antevistos por Benetti (2013, p. 55). Ela engendra que este modelo:

[...] Exige uma marcante identidade visual; permite diferentes estilos de texto; recorre fortemente à sinestesia; estabelece uma relação direta com o leitor; trata de um leque amplo de temáticas e privilegia os temas de longa duração; está subordinado a interesses econômicos, institucionais e editoriais; institui uma ordem hermenêutica do mundo; estabelece o que julga ser contemporâneo e adequado; indica modos de vivenciar o presente; define parâmetros de normalidade e de desvio; contribui para formar a opinião e o gosto; trabalha com uma ontologia de emoções.

A partir destes elementos e das condições de produção do jornalismo de revista, os próximos tópicos iluminam ligeiramente o percurso trilhado pelas publicações do segmento desde o século XIX. Dentro das reinserções de magazines em todo o mundo será pontuada a potencialidade de *Rolling Stone Brasil*, objeto de análise desta dissertação.

### 2.2.1 Movimentos de ascensão das revistas: como nasceu a *Rolling Stone Brasil*

Para compreender os sentidos que integram e constituem *Rolling Stone Brasil*, objeto empírico a ser analisado neste estudo, parece importante traçar um rápido percurso pelo qual ascenderam as revistas – e o seus discursos jornalísticos. Em um levantamento complexo e aprofundado, Mira (2001) relata que são escassas as caracterizações do que foram as revistas antes do século XX. Sabe-se, porém, que a primeira publicação do gênero aparece na Alemanha, em 1663, sob o título (traduzido) de *Edificantes Discussões Mensais*. Assemelhada a um livro e monotemática, inspirou outras dezenas de magazines europeias. No Brasil (SCALZO, 2008), as revistas desembarcaram no início do século XIX junto com a corte portuguesa. A pioneira, lançada em 1812 em Salvador, foi *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura*. Voltada aos intelectuais, trazia temas de variedades e cultura.

Após este rompimento na comunicação social do país, que inaugura um novo modo de se sociabilizar – ainda bem distante do modelo que se conhece hoje -, as revistas passam a acompanhar, de forma progressiva, a evolução nos hábitos de



consumo do público. Percebe-se que, até a primeira metade do século XX (MIRA, 2001), a leitura integrava apenas o cotidiano de uma pequena elite culta, branca e rica do Brasil. São estes os leitores que se relacionavam com as magazines ilustradas popularizadas entre as décadas de 30 e 60, com foco direcionado às famílias. Nos anos 1950, *O Cruzeiro* se firma como o veículo mais importante no nicho de variedades brasileiras.

Este movimento, continua Mira (2001), antecede o processo de segmentação dos títulos que se consolida, em especial, após os anos 50. É neste período que despontam revistas como *Capricho* (1952) e *Veja* (1968) - esta última de circulação semanal passou a dividir espaço, na época, com *Manchete*. A década de 1960 é um marco no jornalismo de revista posto que, a partir deste período, se maximiza o abraileiramento de modelos internacionais de magazines: por exemplo, *Quatro Rodas* (1960) e *Claudia* (1961), direcionados a consumidores de carros e a mulheres da alta sociedade.

Os sistemas de segmentação impactam a mídia, já nos anos 80, de modo macro, chegando às rádios e à televisão. Neste cenário, a faixa etária e o perfil socioeconômico da população, bem como suas possibilidades de acesso a uma, na época, remota tecnologia, são os definidores primários de tematização e especialização de revistas. (MIRA, 2001). Estas alterações aqui apresentadas, mesmo que brevemente, resultaram no modo pelo qual as publicações são concebidas por seus públicos.

[...] as revistas nasceram, por um lado, sob o signo da mais pura diversão – quando traziam gravuras e fotos que serviam para distrair seus leitores e transportá-los a lugares aonde jamais iriam, por exemplo. Por outro, ajudaram na formação e na educação de grandes fatias da população que precisavam de informações específicas, mas que não queriam – ou não podiam – dedicar-se aos livros. (SCALZO, 2008, p. 13-14).

Este diagnóstico ordena, ainda, que as revistas se tornaram íntimas de seus consumidores – não raro são objetos de coleção. Isso se dá por motivos tais quais a periodicidade mais estendida, que causa expectativa no sujeito que a irá adquirir, e em elementos como a capa (SCALZO, 2008), que funciona como vitrine de sedução para o leitor. Este, por sua vez, tende a sentir-se convidado a refletir sobre o desenrolar dos fatos expostos na publicação. A justificativa para este teor subjetivo (VILAS BOAS, 1996) é de que em seu discurso jornalístico as revistas têm por diretriz lançar informações nas entrelinhas, que sujeitam e incentivam a

interpretação do leitor.

Em síntese, se verifica que há uma relação entre estas revistas segmentadas (que provocam reflexões) e a (re)organização de identidades de uma sociedade, dado que os movimentos evolutivos da população caminham para o agrupamento de pessoas que experimentam vidas que se assemelham e, por conseguinte (MIRA, 2001), iniciam uma lógica de consumo dos mesmos produtos – e é neste contexto que se enquadram as revistas segmentadas/especializadas/temáticas. “Mas como identidades são construções históricas, os significados de ser mulher, homem, jovem, criança, negro, homossexual, mulher de terceira idade, homossexual negro etc. se transformam constantemente”. (MIRA, 2001, p. 216). É por este motivo que o entendimento relativo a um público se altera com frequência – ou seja: se os interesses dos consumidores mudam, as publicações também se modificam.

Uma amostra de todos estes entendimentos está nas revistas de cultura pop do Brasil. Parece necessário apresentá-las, uma vez são responsáveis por anteceder *Rolling Stone Brasil* – que chega ao país apenas em 2006.

Com o intuito de mapear estas respectivas revistas, foi realizado um mapeamento de literaturas referentes ao assunto, e também ao acervo pessoal da pesquisadora. Entre 1934 e a 2017, portanto, em um período de 83 anos, foram contabilizadas 18 revistas que se enquadram na problemática desta pesquisa. A pioneira no segmento<sup>10</sup>, *Revista Brasileira de Música*, esteve em circulação de modo impresso de 1934 até meados de 1945 (VOLPE, 2016), em um momento que discutia com pontuações mais largas e menos fixas quais eram os marcadores da música popular brasileira.

Quadro 1 – Revistas de cultura pop do Brasil

<b>Revista</b>	<b>Período em circulação</b>	<b>Periodicidade<sup>11</sup></b>	<b>Temática</b>
<i>Backstage</i>	1994-atual	Não confirmada	Produção musical

<sup>10</sup> Para viabilizar este trabalho, se optou por um percurso metodológico traçado a partir de uma pesquisa aprofundada em conteúdos históricos e contemporâneos. Estes documentos foram analisados a fim de se articular um mapeamento de quais foram as revistas impressas de cultura pop que estiveram ou ainda permanecem em circulação no Brasil. O detalhamento de itens e a escassez de materiais inviabilizam, por exemplo, a precisão na periodicidade e na temática abordada por estes veículos (em determinados casos).

<sup>11</sup> Serão consideradas como “Não confirmadas” as periodicidades em que não há um consenso na literatura revisada. Portanto, para evitar quaisquer ruídos de informação, se optou por não afirmar com que frequência estas revistas eram (ou são) publicadas.

			e áudio
<i>Billboard Brasil</i>	2009-atual	Mensal	Música
<i>Bizz</i>	1985-2007	Mensal	Música e cultura pop
<i>Bravo!</i> <sup>12</sup>	1997-2013	Mensal	Arte, cinema e música
<i>Cavaco</i>	1995-2002	Não confirmada	Samba e pagode
<i>General</i>	1993-1994	Não confirmada	Música e cinema
<i>Metalhead</i>	1994- encerramento não especificado	Não confirmada	Metal
<i>Musical Box</i>	2001-2003	Trimestral	Rock progressivo e hard rock
<i>OutraCoisa</i>	2003-2008	Não confirmada	Rock brasileiro
<i>Poeira Zine</i>	2003-atual	Não confirmada	Classic rock (anos 60 e 70)
<i>Raiz</i>	2005-atual	Não confirmada	Produção cultural brasileira
<i>Revista Brasileira de Música</i>	1934-1945	Não confirmada	Música brasileira
<i>Revista MTV</i>	2001-2007	Mensal	Música, comportamento e compras
<i>Roadie Crew</i>	1997-atual	Mensal	Rock clássico e heavy metal
<i>Rock Brigade</i>	1981-atual	Não confirmada	Heavy metal
<i>Rock Press</i> <sup>13</sup>	1996-2005	Não confirmada	Indie rock e cena independente brasileira
<i>Rolling Stone Brasil</i>	2006-atual	Mensal	Cultura pop
<i>Top rock</i>	Década de 90 (não especificado)	Não confirmada	Rock clássico

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar de a maior parte destas publicações se dirigir a um público específico e bastante segmentado, revistas como *Billboard Brasil*, *Bizz* e *Revista MTV* conseguem perfurar a camada dos leitores e se firmar também em outros segmentos. Quando, estes três veículos, em especial, extrapolam suas relações e chegam, ainda, à televisão, seu conteúdo tende (MIRA, 2001) a servir como um elo que conecta sujeitos e estabelece entre eles um canal de comunicação e de edificação de suas identidades.

<sup>12</sup> Atualmente a revista circula de modo impresso em ocasiões específicas, não obedecendo a uma periodicidade ou ocasião especial.

<sup>13</sup> O veículo ainda existe, mas o conteúdo é publicado apenas de modo digital.

Quando *Rolling Stone Brasil* se instala no país, em 2006, encontra um cenário de despedida de *Revista MTV* e de *Bizz* (ambas encerraram suas atividades impressas em 2007). No entanto, para compreender como *Rolling Stone* chegou ao Brasil, se faz necessário, ainda, entender os princípios de sua matriz norte-americana. O veículo foi criado em 1967 em San Francisco<sup>14</sup>, nos Estados Unidos, pelo jornalista Jann S. Wernner (que até hoje opera a revista) e pelo crítico musical Ralph J. Gleason. Em princípio, o projeto da revista era defendido por uma equipe que atuava por um baixo custo – e, assim, desprendia de certa liberdade para confeccionar e publicar suas reportagens. Entre estes profissionais que registraram seus trabalhos na revista estão nomes como Tom Wolfe e Truman Capote. (SCHERNER, 2014). A diretriz da publicação, conforme explica o autor, consistia, de início, na análise e na cobertura da contracultura hippie que configurava o cenário musical norte-americano. No entanto, com o propósito de diferenciar o conteúdo dos demais meios daquela região, Gleason e Wenner incluíram em seu plano editorial narrativas típicas aos jornais diários – com notícias compostas por um lead e reportagens de cunho informativo e não apenas de entretenimento.

Notoriamente, *Rolling Stone* trazia em suas páginas um discurso relativo à música, mas também se preocupava em apontar noções da cultura pop e do panorama em que este nicho de mercado se enquadrava (política e economia, por exemplo). Este modelo acompanhou os movimentos de meios de comunicação de massa de todo o mundo, mas persistiu – e ainda prossegue – com um plano editorial que se assemelha a este da década de 1960. (SCHERNER, 2014).

Ao longo de sua história, a Revista *Rolling Stone* se firmou como a principal porta-voz das manifestações da cultura jovem nos Estados Unidos e no mundo como um todo. Com sessões sobre música, comportamento, política e cultura pop, a Revista *Rolling Stone* conseguiu angariar um séquito de fãs fiéis que acompanham o seu modus de fazer jornalismo, que era diretamente ligado aos usos e gostos do seu fundador. (MONTEIRO, 2015, p. 30).

A matriz de *Rolling Stone* inaugurou um fluxo informacional (ROCHA JÚNIOR; SILVA; ALVEZ, 2010, p. 4) que, após 40 anos, consagrou-se como uma das principais referências mundiais de cultura pop. “Talvez um ponto crucial desse sucesso seja a sua versatilidade editorial. Mesmo tendo a música como temática predominante, a RS sempre tratou de abarcar outros assuntos do universo pop.”

---

<sup>14</sup> A atual sede está situada em Nova Iorque.

Como resultado desta sequência de êxitos pode-se considerar a presença global de *Rolling Stone* em mais de 30 países, com circulação, todos os meses, apenas nos Estados Unidos, de 1,46 milhão de exemplares. (MONTEIRO, 2015). Entre as nações que recebem RS estão: Alemanha, Argentina, Austrália, Brasil, Chile, China, Colômbia, Espanha, França, Índia, Indonésia, Itália, Japão, México, Turquia e Rússia. Entre estas (MENDES, 2014), a mais antiga é a australiana (1972), enquanto a versão mais recente é a da Índia (2008).

No Brasil, a circulação do primeiro exemplar oficial de *Rolling Stone* data de outubro de 2006<sup>15</sup>, capitaneado pela editora Spring, de São Paulo. A estreia da publicação no mercado editorial brasileiro se deu com a modelo brasileira Gisele Bündchen como perfil de capa.

Figura 1 – Estreia de *Rolling Stone* no Brasil



Fonte: Gisele... (2015).

Em conformidade ao que pontua Rocha Júnior, Silva e Alvez (2010, p. 5), este exemplar foi composto por:

<sup>15</sup> Porém, em 1º de fevereiro de 1972, no Rio de Janeiro, circulou no Brasil uma tentativa de reprodução do veículo norte-americano. Desentendimentos com empresários dos Estados Unidos e a problematizações no setor financeiro da revista motivaram o encerramento das atividades após 36 edições e 14 meses de atuação, em 5 de janeiro de 1973. (SCHERNER, 2014).

[...] Editorial, depoimentos de personalidades da cultura pop sobre a volta da revista, várias pequenas reportagens sobre música, calendário de concertos, uma seção de novidades da nova música brasileira chamada “Acontece”, personalidades da cultura pop fazendo publicidade, fotos de celebridades em uma espécie de colunismo social “cool”, reportagens sobre TV, Internet, uma grande matéria de política intitulada Brasília: um circo sem festa, e finalmente a matéria de capa. Três matérias seguidas de música pop, celebridade, política e guia RS (discos, DVD e livros). No fim, o Top 5, onde o guitarrista do Audioslave, Tom Morello, escolhe seus discos/músicas favoritos.

A narrativa da revista brasileira (SCHERNER, 2014) consiste na tradução de produções da filial norte-americana e na elaboração de conteúdos exclusivos que remetem ao desenvolvimento cultural do país. Ela apresenta-se como “[...] uma publicação que aborda cultura pop, representada tanto por música quanto por artes em geral. Porém, entre matérias sobre cinema e tendências musicais, há espaço para reportagens especiais sobre o Brasil e textos a respeito da política nacional”. (ROCHA JÚNIOR, 2012, p. 7).

Não obstante, *Rolling Stone Brasil* constatou, ainda na década de 2000, a competitividade do mercado de revistas nacional. Daí manifesta-se sua reinvenção discursiva, com um foco ainda mais preciso em um público de menor faixa etária e um conteúdo mais direcionado ao comportamento humano. Este diagnóstico (PAIXÃO, 2013) esclarece, no entanto, que o informativo alia o estilo jovem a uma rotina produtiva tradicional para que também sejam contemplados os antigos (e mais velhos) leitores da revista.

A partir do que sugere a editora do volume nacional de RS, em 2011 os leitores do informativo consistiam, na maioria, em homens (60%), jovens (38% entre 20 e 29 anos), e sujeitos de classes A e B (77%), que estão atentos ao contexto político, econômico, tecnológico e cultural do Brasil – e, em casos específicos, do exterior. O conteúdo exposto na maior parte da publicação consiste em música (30%), cultura e interesse geral (20%), mídia e entretenimento (15%), moda e comportamento (15%), eletrônicos e tecnologia (10%) e assuntos internacionais, polícia e ciência (10%). O material de divulgação da editora Spring pontua, ainda, que o leitor de *Rolling Stone Brasil* é dinâmico e determinado, preocupado com seu futuro profissional, consciente e engajado nas causas que acredita, influente, sociável e aproveita a vida, valoriza o visual e sua saúde, e é adepto a novidades culturais<sup>16</sup>. (SPRING EDITORA, 2011).

---

<sup>16</sup> Estes tópicos foram elencados a partir dos assuntos mais acessados e solicitados pelo público.

A *Rolling Stone Brasil*, ainda segundo a editora Spring, tem uma tiragem mensal de 85.000 exemplares. Nestas versões é possível analisar sete pilares que sustentam as narrativas dispostas na publicação: música e cultura, comportamento, tecnologia, moda, consumo e mercado, história e crítica sócio-política. O conteúdo da revista ainda é disponibilizado para o site, tablets e smartphones.

As estratégias da revista (MENDES, 2014) são destinadas a fidelizar este público jovem. Daí desponta o sucesso da publicação, conforme indica o midiakit da editora Spring, que aponta a revista como a maior de entretenimento do mundo.

[...] com linguagens gráfica e editorial inovadoras, rapidamente firmou-se como uma das principais referências nos assuntos do mundo pop. Seja o assunto música, TV, moda, cinema, tecnologia ou política – mais de 268 mil leitores confiam e contam com a *Rolling Stone* a cada mês para mantê-los atualizados nos assuntos com os quais eles mais se importam. Histórias importantes. Grandes entrevistas. Comentários instigantes. Tudo entregue com energia, paixão, irreverência, ousadia e um ponto de vista que define a audiência *Rolling Stone*. *Rolling Stone* vai além de apenas tirar a pulsação da cultura jovem. *Rolling Stone* é o pulso da cultura jovem. (SPRING EDITORA, 2011).

A música direcionada ao público jovem, que norteia a maior parte das discussões da revista, também pode ser observada em conteúdos que, em princípio, não se resumem a cultura pop. As narrativas de todos estes segmentos são encaixadas sob molduras de longos textos, em reportagens e perfis extensos – de duas a até seis páginas em apenas um volume de *Rolling Stone Brasil*.

Apesar de ser cristalina a aparição de assuntos mais bem explorados, persiste uma lacuna no que tange as críticas musicais referentes à arte nacional. (SCHERNER, 2014). “Foram muitos poucos os exemplares publicados que contivessem críticas e reportagens sobre grupos e artistas que pudessem ser enquadrados como representantes do *rock* brasileiro de então”. (SCHERNER, 2014, p. 103, grifo do autor). O propósito destes conteúdos de caráter aprofundado é se afastar da transmissão rasa de significados ao leitor. Esta consideração (MENDES, 2014) define, ainda, que o discurso da revista traz uma projeção analítica e reflexiva não só de acontecimentos jornalísticos, mas de todos os tópicos que apresentam a assinatura de colaboradores da revista. No caso de *Rolling Stone Brasil*, a tentativa mensal é de reproduzir ícones nacionais sustentados em temáticas de cunho político, econômico, sociocultural etc.

Por meio destes sujeitos retratados na publicação, o leitor desenha percepções relativas si e ao contexto que o cerca. A natureza de raciocínio de Benetti (2013) define que esta lógica inaugura inferências correspondentes ao imaginário social, uma vez que o leitor está inclinado a adquirir e se integralizar a determinada revista porque, via de regra, se interessa à temática descrita naquelas respectivas páginas. Ou seja: o fato de um sujeito portar, em mãos, um exemplar de *Rolling Stone Brasil*, diz muito sobre quem é ele diante da sociedade – e assim se enfatiza a noção de pertencimento entre leitor e veículo.

Tal apreensão é realçada quando se dirige um olhar mais aprofundado aos perfis descritos em *Rolling Stone* nacional. Percebe-se, a partir do senso comum, que as personalidades são selecionadas mediante ganchos de questões culturais que configuram a atualidade.

Ao publicarem perfis de celebridades, revistas como a *Rolling Stone* contribuem para atribuir a estas figuras um papel duplo – de humanização e de distanciamento. Mostra, em um primeiro momento, que as personalidades partilham de situações rotineiras e triviais, como ir às compras, cuidar da casa e dos filhos, ir à praia – ações que os humanizam e, em um segundo momento, reitera a realidade das celebridades, distante das pessoas anônimas pelas extravagâncias, holofotes e conquistas, continuando a ser parte do imaginário ou da curiosidade popular. As celebridades configuram um ideal inatingível ao viverem uma realidade, muitas vezes luxuosa, com a qual os que pertencem ao anonimato podem apenas sonhar. (SOUZA, 2016, p. 38).

Esta leitura das personalidades que incorporam a pequena fatia da população nacional contribui para a edificação de valores da identidade (ou identidades?) brasileira contemporânea. Daí desponta a dúvida que guia esta pesquisa e nos faz questionar: quais são estes valores? Como eles aparece nos perfis da revista? Fundamentadas nestes tópicos serão pontuadas, em um capítulo adiante, as noções que consideramos necessárias de valores identitários. Antes disso, contudo, se faz necessária a compreensão de qual cultura pop está se falando e como se concebem as celebridades e suas performances a partir deste contexto.



### 3 “O POP NÃO POUPA NINGUÉM”: DIMENSÕES DA CULTURA POP EM CELEBRIDADES

Nas rádios, celulares e computadores, Lady Gaga cantava, já em 2011, que “[...] was born this way; Don't hide yourself in regret; Just love yourself and you're set.” Em páginas de redes sociais, perfis estimulam a discussão de “minorias sociais”, tais como negros, pobres e comunidade LGBT. No cinema, em meio a este cenário, a saga *Star Wars* inaugura na década de 1970 uma teorização política a partir de uma fantasia de ficção científica. Neste último caso, uma amostra do impacto da representatividade de *Star Wars* enquanto produto midiático está na morte de Carrie Fisher, atriz que interpretava a Princesa Leia na saga. O fato ocorreu na última semana de dezembro de 2016 e foi reverberado por Amaral (2016) em um artigo publicado em Zero Hora, veículo de circulação diária no Rio Grande do Sul. Leia incorpora, em suas performances, uma cadeia de sentidos paralelos à esperança, força e luta.

Uma princesa que não esperava ser salva, ela mesma agindo com sua gangue para salvar seu time. Dizia o que pensava, mandava na missão, desafiava a ordem e comandava e atuava pela Aliança Rebelde. Leia não foi tentada pelo lado negro da Força, mas viu o planeta no qual foi criada ser destruído, com pais e compatriotas mortos. [...] Foi torturada pelo maior vilão do universo, seu próprio pai biológico. Leia segurou a barra do irmão Luke quando seu mentor Obi Wan morreu e salvou o mercenário Han Solo invadindo a fortaleza do criminoso Jabba. Mesmo assim, Leia falava em esperança, não errava um tiro e não deixava de ter sentimentos por Solo, o contrabandista. Era princesa, estrategista e mulher, forte em suas contradições e lutas. (AMARAL, 2016).

A Leia de *Star Wars*, enquanto figura emblemática de uma sociedade, era a personificação de tudo o que uma geração quis ser – as razões e as finalidades pelos quais se deveria lutar. “Assim, ela reconfigurou todo um caminho para as protagonistas da cultura pop atuais [...]” (AMARAL, 2016), uma vez que inaugura um estilo de vida e um modo de interagir e aceitar o seu mundo.

Estas são amostras midiáticas acessíveis à sociedade e, de certa forma, contemporâneas, que fazem emergir um debate sociopolítico em suas narrativas enquanto produtos comunicacionais. As reflexões sobre o eu, o outro, os preconceitos, as lutas e as manifestações culturais de dado povo inauguram discursos de cunho artístico que se justificam em dimensões econômicas, políticas e, em geral, sociais.

É a partir deste viés que serão traçados, neste capítulo, os preceitos que regem a cultura pop – e o modo pelo qual músicas, filmes, novelas, concertos e shows incorporam questões da sociedade, questionam contradições de igualdade e promovem uma despolitização de bens simbólicos. O mapeamento destas noções é rastreado, em especial, a partir de Soares (2013, 2015, 2016a e 2016b), Monteiro (2015), Lana (2013 e 2014) e Leal (2015).

A validação desta etapa da pesquisa se dá a partir do que Gadini (2009) assinala como cultura: um elemento resultante de um processo de produção demarcado por performances e expressividades situadas em um campo de disputa. Assim, os elementos culturais aqui analisados são concebidos sob a ideia de espetáculo, de entretenimento e de lazer.

Compreendida como uma produção social de sentidos possíveis, na medida em que envolve atores – ou sujeitos, pela perspectiva da modernidade -, determinada ação (expressão) cultural também possui uma dimensão de “espetáculo” em sua estrutura de representação e construção. Ao mesmo tempo, essa expressão cultural, que também é discurso, “produto” e representação, possui outros aspectos que tensionam uma visibilidade e potencial de projeção de sentidos no imaginário coletivo de leitores, ouvintes ou telespectadores, ou seja, informação, modos de ser, pensar e viver, lazer e entretenimento constituem, além de uma dimensão pedagógica, um espaço possível ao exercício da cidadania, entre outros aspectos que, em maior ou menor grau, podem estar presentes em determinada expressão cultural. (GADINI, 2009, p. 39).

O propósito do debate entre os autores antes mencionados é fazer despontar inferências no que tange o rompimento de estereótipos, a prática jornalística que reflete na edificação de identidades e as dimensões performativas de sujeitos considerados celebridades pela sociedade.

É sob este viés que Soares (2016b, p. 1, grifo do autor) defende e explicita como se constrói o panorama que será aqui traçado.

**Cultura Pop** é desses termos incontornáveis, atravessado por sentidos e sentires, processos, produtos e sistemas. Diz respeito a estéticas do entretenimento, a noções como lazer, diversão, frivolidade e superficialidade. Trata de formas de produção e consumo que permeiam um senso de pertencimento e partilha, gerando não menos dissenso, exclusão, adequações e domesticções. Compreende as particularidades expressivas de corpos, produtos e performances que encenam modos de viver, habitar, afetar e estar no mundo numa certa retórica transnacional, a partir de ideias de modernidade, cosmopolitismo e deslocamento. **Cultura Pop** é, em outras palavras, a nossa cultura.

Assim, serão descritas tentativas de pertencimento do público e destes ícones da cultura pop e o modo pelo qual se aciona o imaginário enquanto lugar de demarcação de uma identidade.

### **3.1 O pop como produto e experiência do cotidiano**

A cultura pop se ancora em noções de entretenimento, lazer e diversão. Trata-se de um conjunto de práticas de consumo (SOARES, 2013) que geram inferências relativas ao cotidiano por meio de suas falas, por vezes, tomadas como clichês: canções que tocam em emoções, frases de efeito, finais de novela comoventes, filmes com enredos já imagináveis etc. Ou seja: são produções que interessam os sujeitos porque ali estão significados que os habitam.

Atribuimos cultura pop, ao conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento; se ancora, em grande parte, a partir de modos de produção ligados às indústrias da cultura (música, cinema, televisão, editorial, entre outras) e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante. (SOARES, 2013, p. 2).

A ideia de cultura pop será concebida, portanto, neste estudo, como uma lógica que está atrelada a formas de consumo e produção de conteúdos comunicacionais direcionados ao entretenimento. (SOARES, 2013). Sabe-se, contudo, que a noção de pop traz acionamentos distintos: tanto pode ser analisada como um adjetivo desqualificador, de algo descartável; como pode, segundo Janotti Junior (2015), afirmar modos de viver e habitar o mundo sob um viés cosmopolita. Este pop é pensado, portanto, como um produto de alto alcance e, assim, popular midiaticamente.

Parece importante para a compreensão da cultura pop posicioná-la em seu caráter transnacional, uma vez que não se constrói de modo unilateral. Entende-se o pop (SOARES, 2013) segundo a abreviação de “popular”, em seu sentido literal – são produtos populares, voltados ao grande público (como por exemplo, as telenovelas e grupos musicais/cantores que espalham conteúdos que já são preferência do senso comum). A denominação da cultura pop traz, ainda, uma referência ao movimento artístico da “Pop Art”, cuja origem data da década de 1950, no Reino Unido e nos Estados Unidos. Nesta manifestação eram admitidas

demonstrações, por meio de obras, da cultura de massa e de crises que atingiam o século XX.

Contudo:

Estas acepções se diferenciam quando chegamos ao contexto da língua portuguesa, em que também se usa a expressão “pop”, aqui também se referindo à mesma ideia de “popular midiático” original, no entanto, ao nos referirmos ao conceito de “popular”, temos uma ampliação do espectro de atuação das noções semânticas: o “popular”, na língua portuguesa, pode se referir tanto ao “popular midiático” ao que nos referimos anteriormente, mas também – e de maneira mais clara e detida – ao “popular” como aquele ligado à “cultura popular” (ou folclórica) e que na língua inglesa não se chama de “popular”, mas sim de “folk”. (SOARES, 2013, p. 6).

O popular pode ser tomado, ainda, a partir de experiências mais cotidianas e menos elegantes ou da cultura de elite. Porém, Janotti Junior (2015) alerta que esta posição parece não se sustentar na atualidade, uma vez que o popular/de massa oferecido pela cultura pop rompe a fronteira de classes sociais.

É sob este panorama do pop que se submete o entendimento do que é entretenimento na Comunicação Social. Esta noção será reconhecida, aqui, a partir de sua funcionalidade enquanto produtora de sentidos e propositora de negociações entre sujeitos – destaca-se, neste aspecto, o senso de pertencimento edificado entre indivíduos por meio da cultura pop. Conforme os apontamentos de Soares (2013), existe uma forma de consumo que situa os atores sociais a partir de suas cadeias de preferências.

A questão do sujeito dentro do contexto pop aponta para a definição de que o público interpreta, negocia, se apropria de artefatos e textos culturais, compreendendo-os dentro da sua experiência de vida. A questão que se descortina é a de que produtos da cultura pop ajudam a articular normas de diferenciação dentro dos contextos contemporâneos. Distinções de raça, gênero, faixa etária, entre outros, acabam sendo forjados em função das premissas do capitalismo industrial. (SOARES, 2013, p. 8).

A significação identitária de cada sujeito é enriquecida por meio destes produtos culturais, uma vez que há a absorção de temas dispostos nos veículos midiáticos que moldam – ou ajudam a moldar – quem é e quais as preferências dos indivíduos a que a eles têm acesso. Este argumento é defendido por Kellner (2001), que indica a existência de uma cultura divulgada por meios de comunicação que afeta a vida cotidiana de maneira que sejam modeladas opiniões e comportamentos políticos e sociais dos atores – e, assim, contribuem para a estruturação de suas

identidades. “O rádio, a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem os modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente”. (KELLNER, 2001, p. 9).

Daí desponta a relevância de a cultura da mídia propagar conteúdos que ecoem situações reais de dado povo em sua trajetória contemporânea, com suas lutas, preconceitos e conquistas. Essa vivência da cultura pop e o fascínio incorporado pela mídia sobre determinados objetos/situações aparece, ainda, em territorialidades. Este contexto está relacionado ao imaginário (SOARES, 2013) que se designa a dados espaços geográficos: os sentidos que emergem ao se mencionar Nova Iorque, por exemplo, são de centralidade do mundo – uma vez que lugares como a Times Square são frequentemente pontuados pela mídia como a “capital mundial” devido ao fluxo de sujeitos que por ali passam diariamente. Sentidos semelhantes são acionados para outras regiões, como Londres, Rio de Janeiro e Amsterdã. “Desta geografia real e difundida midiaticamente também nasce o anseio por lugares que, de fato, não existem, mas são simulacros deste desejo de pertencimento”. (SOARES, 2013, p. 10). Esta reiteração de significados atribuídos a territórios por meio da cultura pop fazem criar identidades relativas a estes espaços: o centro histórico do Rio de Janeiro, apenas para citar mais um exemplo, se afasta da Zona Sul carioca pela identidade que é ali descortinada e assegurada a partir de elementos de entretenimento concebidos em cada um destes territórios.

As canções também contribuem para a constituições destes cenários, uma vez que se configuram como espaços imaginados e sociais. Uma amostra desta afirmação é a territorialidade atestada por meio de cantores e/ou grupos musicais: “[...] o Brasil de Carmen Miranda, a Liverpool dos Beatles, a Nova York de Beyoncé, o Sertão de Luiz Gonzaga [...]”. (SOARES, 2015, p. 29). Estes elementos criam pertencimentos e atravessam as experiências e as vivências do que são e do que dizem estas músicas. É válido reiterar, nesta fase de discussão deste trabalho, a necessidade de se considerar que os cenários retratados nas canções (e não só, mas também em matérias de revistas e jornais, por exemplo) trabalham na criação de um imaginário de como vive determinada celebridade – e as zonas de fricção em que estão inseridas. “Toma-se o palco de um espetáculo pop como extensão e problematização da biografia dos artistas musicais. A vida é palco, o palco é vida. Estende-se, portanto, para o reconhecimento de que o ordinário é pop”. (SOARES, 2015, p. 30).

Estas territorialidades locais de cada sujeito são palco, também, de manifestações/protestos carregados de vozes políticas típicas à cada região. Atores sociais se apropriam de personagens para, em seus ambientes, traduzir aos seus pares as mensagens repassadas por estas celebridades (como veremos mais adiante). Esta lógica é permeada pelas noções de ativismo de fãs, conforme enaltece Pereira de Sá (2016, p. 58).

Desta maneira, a mesma energia que mobiliza um coletivo de fãs da Lady Gaga ou Harry Potter, por exemplo, a consumir os produtos culturais ligados aos seus ídolos; ou um grupo de haters a deflagrar guerra ao mesmo produto, também pode ser mobilizada para causas sociais. Além disto, fãs e haters são ativos, críticos, têm alta capacidade de mobilização e pressão em torno de suas causas; e produzem e compartilham leituras divergentes das mensagens hegemônicas, a partir de uma ampla comunidade interpretativa empenhada em atividades de criação coletiva na forma de fanzines, fanfics, paródias, memes, etc.<sup>17</sup>

Trazemos este aspecto da cultura pop, mesmo que de forma breve, para inferir sobre o imaginário idealizado em relação a estas celebridades – que serão analisadas, neste estudo, nas páginas de *Rolling Stone*. É certo pensar que nem todo fã é ativista e irá absorver os ideais e as defesas de seu artista preferido, mas é válido considerar que as indicações sociais e as decisões políticas destes sujeitos famosos interferem de modo direto na formação do indivíduo popular. Conforme o que sugere Pereira de Sá (2016), sob um viés é possível observar que fãs são ativistas em prol de determinada causa – mas por outro, se percebe que a construção de laços entre estas pessoas se dá porque elas desejam, também, ser vistas para dar voz às suas fraquezas e ao modo pelo qual são afetadas por se inserirem, ainda, em uma minoria social.

Daí a importância de se discutir e conceber a cultura pop como fomentadora de uma política de manifestos que interfere no fazer e no agir dos cidadãos – sejam ativistas ou não. Esta rede de percepções que é inaugurada por meio de produtos oriundos do “pop” se configuram, como mencionado anteriormente, em um caráter cosmopolita – para Janotti Júnior (2015, p. 48), estas informações relativas a celebridades que circulam e despertam a atenção de fãs estabelecem fluxos de “[...] aproximações e diferenças que são reunidos em torno do modo como os produtos

---

<sup>17</sup> A autora explica, ainda, que a intensidade desta mobilização se dá graças aos sites de redes sociais, que se tornaram um ambiente central de comunicação. O Brasil, segundo ela, é o segundo país no mundo, apenas atrás dos Estados Unidos, em número de perfis no Facebook. Os brasileiros também estão em quarto lugar no mundo no uso da internet. (PEREIRA DE SÁ, 2016).

culturais contemporâneos projetam um [...] um espaço midiático –, ao mesmo tempo em que servem como formas diferenciadas de fazer circular esses produtos”.

É válido prescrever, sob este panorama, que se encaixam no quadro da cultura pop não apenas discos de música, filmes, telenovelas etc. Podem-se assinalar, neste nicho, shows musicais, videocliques, a performance íntima dos fãs em seus quartos, e (SOARES, 2015) até em vídeos de celulares – é aí que inicia um estilo de vida alicerçado sob um esquema do pop. “Performances ao vivo, cliques e shows fornecem material simbólico para que indivíduos forjem identidades e modelem comportamentos sociais extensivos aos propostos pelas instâncias da indústria musical”. (SOARES, 2015, p. 28).

Em outras palavras: seja por meio da cultura reafirmada em territórios de todo o mundo, de gestos e reações que discutam a posição social e as defesas de uma fatia populacional e/ou dos sentidos de pertencimento criados entre consumidores de dado produto da cultura pop, é observável, até o momento, que existe uma possível análise de que performances moldam – ou contribuem para moldar – os valores de identidades dos sujeitos. São estes os aspectos pontuados na próxima etapa deste estudo, que se completará com as discussões, mais adiante, relacionadas às identidades culturais dos indivíduos.

### **3.2 Performance: comportamentos, teatralidades e estereótipos**

Para compreender a forma pela qual os sujeitos promovem afetos na sociedade<sup>18</sup>, parece relevante pontuar aspectos relativos à performance – compreendida, aqui, como um objeto ou processo de incontáveis ordens que correspondem a comportamentos apropriados e ensaiados para dada ocasião: desde um show artístico até celebrações religiosas, por exemplo. (SOARES, 2016a).

Por meio da performance social, Taylor (2013) parece indicar que é possível reconhecer as teatralidades e culturas de dado nicho populacional. Entre estes elementos performatizados diariamente na esfera pública estão a “Obediência cívica, resistência, cidadania, gênero, etnicidade e identidade sexual [...]” (TAYLOR, 2013, p. 27), que atuam como mediação do corpo destes sujeitos.

Por meio de gestos performáticos, padronizados e que seguem um ritual, Soares (2016a) indica que se estabelece uma estrutura de respectivos ambientes e

---

<sup>18</sup> No caso deste estudo, os indivíduos são de notoriedade pública.

de situações que nele se inscrevem – como é o caso de concertos musicais, funerais, casamentos etc. Pode-se raciocinar, a partir daí, um esquema de roteiro proposto por Taylor (2013), em que são latentes as negociações anteriores à performance propriamente dita. Soares (2016a, p. 177) traduz esta lógica ao explicar que é possível pensar que esta ideia de roteiro “[...] nos fornece subsídios para reconhecer os clichês das encenações: os fantasmas, as imagens, os estereótipos”. O guia (SOARES, 2016a) visa fazer entender que estes movimentos performáticos dão margem a uma percepção micro dos tons, das atitudes, dos gestos, das vibrações, das montagens, das ativações e dos dramas imersos em dada performance.

Sob este aspecto, centralizam-se três quadros que constituem o roteiro sugerido por Taylor (2013): o espaço físico em que se dá a performance; a corporeidade dos sujeitos ali participantes; e a montagem das ações estruturadas. Juntos, em paralelo, estes três nichos, analisados metodologicamente, podem sinalizar indícios do que tal performance pretende – consciente ou não – explicitar. Daí a relevância em se analisar não só a fala do ator social, mas a sua posição enquanto sujeito e o cenário em que este se coloca, pois é ali que estão encaixadas as memórias, as intenções e as negociações sociais destes indivíduos. As performances, porém (TAYLOR, 2013, p. 32), “[...] não podem nos dar acesso à outra cultura, permitindo vê-la em profundidade, mas elas certamente nos dizem muito sobre nosso desejo desse acesso e refletem a política de nossas interpretações”.

As materialidades de sentido que emergem de signos firmados nas performances são resultantes de codificações. Explico, com o embasamento de Janotti Junior e Soares (2008): seguindo as problemáticas dos autores, a dança, por exemplo, é um modo de processar a música – com seus gestos que funcionam como estímulos e/ou respostas às mensagens das canções. É esta uma forma de codificar um atributo da cultura pop (a música) e ressignificá-lo em uma performance.

Ainda:

A performance musical é um ato de comunicação que pressupõe uma relação entre intérprete e ouvinte. Nesse sentido, a performance aponta para uma espiral que vai das codificações de gênero às especificidades da canção. Mesmo que, de maneira virtual, a performance esteja ligada a um processo comunicacional que pressupõe uma audiência e um determinado



ambiente musical. Assim, a performance define um processo de produção de sentido e, conseqüentemente, de comunicação, que pressupõe regras formais e ritualizações partilhadas por produtores, músicos e audiência, direcionando certas experiências diante dos diversos gêneros musicais da cultura contemporânea. (JANOTTI JÚNIOR; SOARES, 2008, p. 102).

As percepções de Vargas (2010, p. 13) vão ao encontro do que postulam os autores acima mencionados.

Para a performance, são vários os movimentos do cantor plenos de sentidos e que trabalham novas formas de significação em cada peça musical. Por exemplo: o posicionamento estático à frente do palco olhando fixamente a plateia a ovacioná-lo, os movimentos de quadril que mesclavam padrões de sensualidade, virilidade e feminilidade, a boca com movimentos exagerados, braços e pernas a produzirem gestos de dança conforme os gêneros musicais em questão e seu próprio corpo quase sem roupas. Some-se a essas disposições polêmicas e dessacralizadoras do corpo, os adereços (penas, colares, miçangas etc.) e uma maquiagem pesada a lhe esconder a feição.

Estes movimentos performáticos possibilitam que os sujeitos se legitimem a partir da cultura pop. E esta legitimação, partindo da performance, pode acontecer segundo dois enfoques. (VARGAS, 2010, p. 11-12). O primeiro deles provém das artes plásticas (e *body art*), e vincula os gestos de uma performance ao condicionamento social que enrijece o corpo, por meio de “[...] seu uso cotidiano, suas energias diariamente contidas, seus obstáculos morais e sexuais, os gestos repetitivos e previsíveis, sua natureza constantemente negada por depilações, perfurações e modelagens socialmente aceitas”. Assim, a performance quer retirar este corpo do automático para que ele siga ordens mais espontâneas de convivência.

O segundo entendimento desmistificado por Vargas (2010) é mais complexo e analítico, pois está relacionado aos significados pelos quais o objeto (seja uma música, um filme etc) passa quando o corpo deixa de ser apenas receptor para tornar-se mensageiro de determinado sentido. Assim, existe aqui o entendimento da “[...] performance como ato complexo, social, coletivo, em local e tempo definidos e, acima de tudo, com claras funções comunicativas e simbólicas [...]” que apontam para “[...] sua capacidade de construir sentidos por si só, como linguagem autônoma, ou a partir das relações construídas com outras linguagens [...]”. (VARGAS, 2010, p. 12).

Se concebemos, neste cenário, a performance enquanto uma teatralidade, há de se considerar a performatividade no contexto da repetição. Ou seja: é a

reafirmação de uma performance que configura dada performatividade. Na ordem do que pensam Amaral, Monteiro e Soares (2016, p. 17), trata-se de um “[...] processo contínuo de reiteração daquilo que forma a eficácia da performance – o arsenal cultural que nos move por outros corpos, outros gestos, fantasmagorias, por aquilo que julgamos ser uma forma bem-sucedida de performatizar”.

Como se observa a seguir, uma amostra destes gestos performáticos de sujeitos pode ser encontrada na representatividade de celebridades, que trazem, consigo, expressões corporificadas a partir de seus posicionamentos sociais.

### **3.3 Celebridade: figuras que falam por uma geração**

As indústrias culturais nomeiam, usualmente, novos personagens para representar os ideais de uma geração (ou parcela de uma geração). É sabido, no entanto, que estas figuras emblemáticas provavelmente gerem sentidos apenas para seus contemporâneos, aqueles que compartilham do “[...] mesmo espaço temporal, medos, angústias e desejos refletidos em gestos, filmes, livros ou letras de músicas”. (MONTEIRO; SOARES, 2013, p. 1). Como desafio para manter-se à frente do mercado de produção cultural, estes personagens têm a necessidade de imperar uma atração contínua, que carregue significados inúmeros e que seja agenciada por meio daquilo que produz – música, filme, televisão.

Daí a relevância de se considerar esta inferência para a continuidade deste estudo: conforme a sugestão de Monteiro e Soares (2013, p. 2), quando uma geração se reconhece em uma produção cultural,

[...] não só a usa como artefato identitário, mas também a assume como “bandeira”, ou seja, emblema de uma geração e época. Isso se mostra quando, a cada década, uma “nova Madonna” é apontada por críticos e pela indústria da música. Ser chamada assim é quase um atestado de eficiência e um “selo de qualidade” do próprio trabalho apresentado.

Os meios de comunicação, independentemente de seu formato, são difusores destas representações sociais e potentes incentivadores do imaginário no que tangem estes personagens públicos. (MAIA; AZEVEDO; PEREIRA, 2014). Deste modo, emergem construções coletivas reforçadas por estes grupos de interesse. Isso porque, segundo as autoras (2014, p. 3), “[...] a mídia acelera as mudanças que as representações devem sofrer para penetrar a vida cotidiana e se tornar parte da

realidade comum. Ao mesmo tempo em que colabora para a propagação de uma representação, a mídia também reforça e legitima tal representação”.

É assim, por meio destas reiteraões de figuras emblemáticas que falam e agem em nome de uma geração, que se constituiu o que hoje chamamos de celebridade. O termo (LANA, 2014) tem origem em 1962, por meio do historiador Daniel Boorstin, que definiu o conceito a partir da lógica de que uma celebridade é um sujeito conhecido justamente por ser bastante conhecido.

Esta lógica de afasta daquela promulgada referente aos heróis do passado: durante um período (PRIMO, 2009), os sujeitos eram instados a idolatrar grandes homens e mulheres segundo suas conquistas, atos de coragem e perseverança, sempre aliados às ideias de martírio e dor. “Enquanto o herói era reconhecido por seus bravos feitos, a celebridade é lembrada por sua imagem ou marca. Logo, [...] o herói criou a si mesmo, a celebridade é um a criação da mídia. Enquanto o primeiro era um grande homem, o último é um grande nome”. (PRIMO, 2009, p. 2).

Este parecer pontua, ainda, que enquanto o herói resiste ao tempo e seus feitos são atravessados por gerações, a celebridade é contemporânea e, usualmente, tem um caráter mais frágil – por isso que (PRIMO, 2009) um é reconhecido pelo caráter, ao passo de que o outro (a celebridade) é lembrado por sua personalidade. A mesma concepção é tomada por Lana (2014, p. 2) no momento em que esta concebe a narrativa exemplar dos heróis sendo “[...] substituída, gradativamente, pela ausência de qualidades e pelo vazio dos modelos de conduta das celebridades. O declínio do herói e a ascensão da celebridade seriam sintomas de uma sociedade ávida por ilusões”.

É possível perceber, ainda, que historicamente (LANA, 2014) coube aos homens o papel de heroísmo íntegro e viril. A mulher aparece em posições secundárias, jamais ocupando espaços de liderança política, religiosa, artística e científica. O poder feminino é observado de lampejo a partir do estatuto da fama, em um movimento de ascensão de celebridades a partir de seus rostos e corpos moldados para uma visibilidade fabricada da mídia – e para atender aos interesses masculinos, uma vez que “Os produtos e as práticas de embelezamento, presentes nos anúncios de publicações em que são protagonistas, fazem das estrelas femininas os arquétipos da beleza moderna”. (LANA, 2014, p. 4).

Uma linha de pesquisa instituída na década de 1980 investiga esta natureza de posições entre celebridades: é o *Celebrity Studies*, que sugere a mídia como o

canal vital para a manutenção destes sujeitos famosos em todo o mundo. Lana (2014) explica que o estudo se desenvolveu, em especial, na Inglaterra, Estados Unidos da América, Austrália e Nova Zelândia. Uma das consequências deste material é o atestado de que celebridades possuem um capital de visibilidade:

[...] um tipo de bem durável que pode ser usado para a sobrevivência a partir da avaliação mensurável daquilo que pode ser exposto. O alto capital de visibilidade situa as celebridades como protagonistas da mídia. O capital de visibilidade, contudo, não é um bem neutro; nem sempre possuir visibilidade corresponde a um valor positivo, como no caso de escândalos. A axiologia da celebridade, quando analisada pelo valor da visibilidade, é controversa, o que sugere certa ambiguidade do sucesso retratado pelas imagens da mídia. Ser celebridade não é necessariamente bom; a celebridade oscila permanentemente entre valor e antivalor. (LANA, 2014, p. 3).<sup>19</sup>

Este capital de visibilidade mencionado até então pode ser conectado à dimensão acontecimental de uma celebridade. Explico, com o auxílio de Simões (2014): na mesma proporção com que se reafirma enquanto famoso, determinado sujeito reitera sua visibilidade e sua posição social de celebridade. No entanto, para chegar a este nível de reconhecimento, um fato anterior motivou a repercussão de seu nome – ou seja, um acontecimento. A noção do que é um acontecimento é concebida a partir da lógica da existência de um passado que se direciona para um futuro, considerando a temporalidade. O acontecimento instaura novos sentidos e demanda explicações: ou seja, por que tal indivíduo agiu de dado modo e o que ele significa para a sociedade? Em outras palavras, quando entendidas como acontecimentos, “[...] as celebridades também são vistas como fonte de sentido para a compreensão do mundo” (SIMÕES, 2014, p. 47), permitindo-nos compreender valores do contexto em que elas se inserem e da sociedade que elas ajudaram a edificar. Isso porque, segundo Simões (2014, p. 46), “[...] é preciso pensar que um ídolo se inscreve em determinado contexto, ao mesmo tempo que participa de sua constituição”.

Assim, ao criar identificações com os atores sociais afetados por seus atos, as celebridades podem ser tomadas como pseudoacontecimentos humanos, uma vez que são eventos não espontâneos criados e compartilhados nos meios de

---

<sup>19</sup> É válido pontuar, neste momento, a internet enquanto um espaço fomentador para compreender a ascensão das celebridades na atualidade. Conforme Lana (2014), os meios digitais dão margem para que estes sujeitos busquem sua fama a partir de uma divulgação própria. Este quesito não será aprofundado devido a este estudo não se tratar de uma análise de conteúdos digitais de celebridades.

comunicação social. Sua configuração seria a de um elemento produzido para ser observado constantemente e que tem na mídia a sua fortaleza e a sua redenção. Sem a reprodução em massa, nada seriam. (LANA, 2014).

O jornalismo é um dos principais agentes neste processo de instituição de celebridades. E um dos esquemas que roteiriza a produção jornalística é a divulgação de acontecimentos que, em princípio, são de interesse do público (STORCH; REGINATO, 2015): em uma revista, por exemplo, devem estar refletidas as preferências destes leitores. As celebridades se inserem neste contexto no papel de fontes, ocupando a posição de personagens a serem retratados e entrevistados para, em seguida, estamparem as páginas das publicações. Ou seja, “[...] quando uma revista escolhe promover determinada fonte à função de personagem, ela está reconhecendo certa relação entre o seu perfil editorial e as representações sociais comumente associadas a essa figura”. (STORCH; REGINATO, 2015, p. 166).

Portanto, pode-se refletir que o universo reportado à sociedade é aquele destes personagens, relatado a partir das percepções e das absorções do jornalista que assume a posição de narrador. Para Storch e Reginato (2015), esta figura emblemática de representatividade social auxilia na “recriação” ou reprodução de dado acontecimento – ou, ainda, na discussão sobre determinado tema, servindo como exemplificação de um caso ou personificando, ela própria, sua história de vida. Este discurso referente ao personagem, por vezes configurado como um perfil jornalístico, traz elementos subjetivos, conforme visto no capítulo anterior. Assim, o enredo deixa marcas passíveis de serem analisadas pelo próprio leitor a partir de suas concepções.

Segundo seu discurso, o jornalismo assume a responsabilidade de organizar – e pautar – aquilo que, em princípio, é relevante e digno de noticiabilidade. Uma vez que estes posicionamentos são alinhados diariamente, sofrendo mutações temporais (STORCH; REGINATO, 2015) que variam conforme o cotidiano se altera, é possível compreender que as celebridades também atuam de modo contemporâneo. Em outras palavras, a partir do que foi explicitado anteriormente, o sujeito famoso inserido na indústria da cultura pop demarca uma geração e deve ser mais noticiado em determinado período do que em outro. “No contemporâneo, as celebridades funcionam como recursos de projeção ou transferência da sociedade, não sendo frutos apenas de uma construção unilateral feita por produtos midiáticos”. (STORCH; REGINATO, 2015, p. 172).

Estes entendimentos referentes às celebridades nos produtos da cultura pop auxiliam na compreensão, inclusive, dos perfis transcritos em um jornalismo de revista. Assim, se pode considerar que a visibilidade e a performance do entrevistado (sendo ele famoso) interfere no discurso e nos valores identitários que serão refletidos na sociedade. É esta questão que será detalhada no capítulo a seguir.

#### 4 VALORES DE IDENTIDADE: QUEM SOU EU?

Qual a minha essência – e o que ela representa? Esta inquietação motiva os sujeitos a rastrearem possíveis definições em suas trajetórias. O mesmo movimento é percebido em grupos que se valem do gênero, da linguagem, da posição social, dos gostos e de suas performances, para se segmentarem a partir de similaridades. Em outras palavras, tomam como referência determinados **valores** que condicionarão suas decisões, sua fala, sua posição enquanto sujeitos diante do mundo.

É a partir deste entendimento que se pretende conduzir as próximas páginas, uma vez que se considera fundamental para esta pesquisa compreender as lógicas de sentido que configuram as identidades<sup>20</sup> culturais dos sujeitos. Para tanto, serão tomadas como referências as ideias expostas por Hall (2005), Martino (2010), Ortiz (1985) e Castells (2003) – pois, assim, se poderá mapear o que entendemos sobre os valores identitários dos indivíduos.

Este processo de reconhecimento de si e do outro permeia inúmeros elementos que integram as histórias de vida dos sujeitos. Uma importante parte deste contexto é construída a partir daquilo que oferecem os meios de comunicação social, responsáveis por constituir modelações de condutas e discursos referentes àquilo que performam, todos os dias, sujeitos anônimos – usualmente espelhados em personalidades famosas, as celebridades.

É assim que se pretendem somar as pontuações deste capítulo às ideias (anteriormente trabalhadas) de perfil, jornalismo de revista e cultura pop. Estas teses servirão como articulações-chave para a análise que se apresentará na próxima etapa da dissertação. A partir de considerações teóricas, se constituirá a avaliação empírica para que se possa assinalar quais valores identitários integram os 12 perfis selecionados de *Rolling Stone Brasil* – entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015.

---

<sup>20</sup> O conceito de identidade é complexo e não se arriscará, neste trabalho, a tomar estas considerações como estáticas. As noções apontadas neste capítulo são agrupamentos daquilo que se considera viável para este trabalho, neste momento. Não há informações conclusivas e nem se tem este propósito de conceituação. Também não se quer definir o sujeito moderno porque esta reflexão pode fugir da problemática desta pesquisa e tornar ruidoso o entendimento da análise. Contudo, se compreende que há a concepção de identidades: essencialista (que não muda com o tempo), construtivista (bastante mutável, baseada no discurso), e histórico-estrutural (como uma construção social). (FELIPPI, 2006). Embora haja o reconhecimento e a aceitação destas categorias, não se busca enquadrar as identidades aqui trabalhadas em apenas uma destas, pois este movimento se afastaria do problema central da pesquisa.

#### 4.1 Eu no mundo: sujeito múltiplo e fragmentado

“Quem sou eu no mundo? Ah, esse é o grande enigma”. As palavras de Alice em suas aventuras de *Alice no País das Maravilhas* vão ao encontro de interrogações próprias do ser humano – o que me constitui? Quem sou eu diante dos que me cercam? E, assim, qual a minha identidade?

Mais importante do que entender esta articulação é assimilar a ideia de que um sujeito não é unificado a partir de um viés, mas de identidades múltiplas e contraditórias (HALL, 2005) que se inserem em um movimento inacabado, submetido a constantes adaptações. Charles Taylor (1989) percebe a construção da identidade pessoal numa relação com práxis sociais, através de frames, que são contemporaneamente fluidos ou voláteis e que são acionados para as pessoas darem sentidos a si próprias e às coisas. Há especificidades individuais que se articulam a especificidades socioculturais. Esse comportamento implica na possibilidade de uma multiplicidade de manifestações do *self*. A identidade como multiplicidade é não só uma forma de auto expressão e experimentação do *self*, que se desdobra em um complexo de máscaras virtuais, como também de aprendizagem e vivência de novos tipos de experiências.

Estas perspectivas que configuram a constituição do indivíduo não estão apenas relacionadas a ele, mas a um cenário exterior que abarca todas as relações sociais, pessoais, profissionais (e tantas outras) que dão forma ao espaço em que ele se insere. (ORTIZ, 1985). Em outras palavras, as identidades são as responsáveis por indicar “[...] nosso pertencimento a culturas étnicas, raciais, lingüísticas, religiosas e nacionais, em especial. São nossa identificação com determinados conjuntos de significações compartilhadas por um coletivo”. (FELIPPI, 2006, p. 12). Deste modo, apesar de se configurarem de maneiras diferentes, os sujeitos sentem-se como um ser unificado a partir do momento em que dividem suas matrizes culturais.

Assim, entende-se que a identidade pode ser tomada como um processo construtivo elaborado a partir do discurso e da linguagem, cujas sustentações são “[...] definidas com base em critérios culturais, históricos e institucionais”. (TILIO, 2009, p. 112). Desta forma, inúmeros elementos agregam referências aos indivíduos: o lugar que nasceu, o idioma, a cor, o gênero, a orientação sexual etc. Ora, deste modo, quando questionado sobre quem é, o sujeito dá início à uma teia



de inferências que buscam, por meio de seu discurso, definir a sua essência (MARTINO, 2010) – seja por falas verbais ou não-verbais, uma vez que os silêncios expressam tanto quanto a voz.

Partindo deste pressuposto, se pode assegurar que as identidades não são herdadas biologicamente (TILIO, 2009), uma vez que estão ligadas à noção de estar (e não de ser): são elas que representam como o ser humano se vê e como ele enxerga aqueles que o cercam. No entanto, justamente por ser resultado de um processo construído socialmente, a identidade se mostra como um elemento mutável, deslocado e até fragmentado. (HALL, 2005).

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao mesmo temporariamente. (HALL, 2005, p. 13).

A noção de que os processos identitários se afastam de um modelo estático, no entanto, é resultado de mudanças registradas, cronologicamente, ao longo da história do ser humano. (MOREIRA, 2014). O iluminismo, por exemplo, pregava a ideia de uma identidade imóvel, concreta, com um ser humano unificado, enquanto em um período posterior, a sociedade tomava o sujeito a partir de vieses sociológicos e não autônomos. A culminância desta evolução se dá na atualidade, com o sujeito pós-moderno, considerado inacabado do ponto de vista identitário, e aberto a adaptações. (HALL, 2005).

[...] as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada de “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2005, p. 7).

Estas mudanças que se apresentam na história das sociedades acabam por ocasionar alterações na performance dos próprios sujeitos (OLIVEIRA, 2011), que, incentivados a acompanhar o desenvolvimento, modificam as maneiras pelas quais sentem, agem, pensam, atuam. Em vista disso, o movimento de fragmentação em que estão imersos os indivíduos aparece como um espaço de reconhecimento

(MOREIRA, 2014), no qual as identidades são entendidas como “[...] fonte de significado e experiência de um povo”. (CASTELLS, 2003, p. 2). Nesse sentido, identidade tem relação com unidade, continuidade e coerência. (NOACK, 2006).

As mudanças de estrutura nas sociedades do século XX (HALL, 2005) têm contribuído para a emergência de novos sentidos entre estes povos. As diferenças entre os grupos sociais, no entanto, são os elementos que conferem ainda mais valores identitários aos sujeitos, uma vez que “Só é possível estabelecer relações de identidade a partir de um jogo formal entre o igual e o diferente”. (MARTINO, 2010, p. 36). Isto é, pode-se conceber os discursos de identidade enquanto falas de diferença – visto que muitas comunidades ou cidadãos em sua individualidade se legitimam a partir do momento em que se distinguem, quando comparado a seus pares. A semelhança entre os sujeitos, por outro lado, serve como suporte para união de grupos.

Os agrupamentos humanos, as comunidades e mesmo os indivíduos parecem se definir em um movimento constante entre identidade e diferença: os aspectos iguais, compartilhados pelas pessoas de uma comunidade, criam laços, estabelecem a identidade do conjunto nos interesses, gostos, ideias, características biológicas ou culturais presentes em todos os indivíduos – os iguais, nesse aspecto. (MARTINO, 2010, p. 36).

Tomar estes apontamentos como relevantes parece pertinente para esta etapa da pesquisa, pois há a finalidade de provocar uma reflexão acerca da complexidade das identidades dos seres humanos. Quer dizer, os indivíduos não devem ser determinados apenas a partir de uma única perspectiva – porque são inúmeros os itens que configuram suas essências. (MARTINO, 2010). Um sujeito brasileiro pode ser de esquerda e torcedor do Corinthians, enquanto outro pode ser palmeirense e de direita, e todos estes itens moldam quem ele é. As preferências, assim, não são anuladas em relação aos outros interesses destes indivíduos. (CORACINI, 2003).

Apesar de as pessoas se definirem em relação a elas mesmas, em um movimento de autorreflexão não é possível negar uma interferência de seus pares (MARTINO, 2010), dos coletivos em que estão imersas e até os cenários culturais e econômicos que vivenciam. Daí a necessidade de se tomar a identidade não só “[...] pelo que você é, ou por como se está, mas com 'você sendo’” (MARTINO, 2010, p.

37), de modo a estabelecer laços contínuos e relacionais entre o “eu” e a sociedade que me cerca.

#### 4.2 “Vida longa, mundo pequeno”: identidades globalizadas

Ao assumir que há um vínculo interacional entre o sujeito e os grupos sociais que o acompanham, parece indispensável pensar na configuração das identidades a partir dos efeitos gerados pela globalização. Isto é, um processo natural da pós-modernidade (OLIVEIRA, 2011) que interfere no cotidiano das pessoas. As transformações coletivas do pensar e do agir dos sujeitos registradas, principalmente, a partir do século XX, também têm provocado afetos nas identidades pessoais<sup>21</sup>.

Entender as identidades a partir do enquadre da globalização, então, deveria ser o ponto de partida [...] de estudos das construções identitárias; porém, devemos ter em conta que além dessa realidade macro (os contextos social, histórico, cultural e político) existe uma realidade de ordem micro que não cabe ser negligenciada. Estou me referindo aqui a interação, ao cenário interacional no qual identidades são projetadas, assumidas, sustentadas, ratificadas ou recusadas. (OLIVEIRA, 2011, p. 71).

As novas caracterizações temporais e espaciais (HALL, 2005) se mostram como elementos da globalização que mais intercedem nas identidades dos cidadãos – muito em função da dinâmica vivenciada pelas sociedades, que mudam e se adaptam de modo rápido às novas realidades. Este aspecto diferencia os sujeitos pós-modernos citados por Hall (2005) daqueles tradicionais, que se vislumbravam em um meio unificado e com limites já desenhados (sem a possibilidade de uma descentralização e/ou fragmentação). E mais: esta “facilidade” de adaptação diante de novas realidades pode oportunizar a projeção de outras identidades dos indivíduos. Explico. Uma pessoa que desenha novos valores identitários para si está suscetível à aceitação e ao reconhecimento dos que a cercam. (OLIVEIRA, 2011). “Baseadas nas respostas sociais, as identidades podem ser alteradas/desconstruídas. Assim, a negociação da identidade é contínua e sua natureza, intrinsecamente baseada na interação, a torna dialógica”. (OLIVEIRA,

---

<sup>21</sup> No entanto, esta interação entre os coletivos inicia no século XV, quando a globalização abre espaço para a aproximação de culturas por meio da internacionalização do comércio. A informatização popularizada a partir dos anos 1900, por sua vez, auxiliou neste movimento da globalização (OLIVEIRA, 2011).

2011, p. 72). A inconstância destas identidades, que se formatam conforme a aceitação dos sujeitos consigo mesmos e também da sociedade, resultam em uma realidade líquida “[...] em que as diversas relações estabelecidas entre as pessoas demonstram a presença da insegurança e da flexibilidade/fragilidade. O líquido sempre toma a forma do ambiente que o abriga, sendo sua forma, portanto, ao contrário de fixa, flexível, logo, transitória”. (OLIVEIRA, 2011, p. 72). Ou seja: a identidade, a partir da globalização, aparece como um elemento novo, que cresce de modo inconcluso, a partir do zero.

As transformações estruturais na sociedade ocorridas no final do século XX estão mudando também as identidades pessoais, mexendo com a idéia de que somos sujeitos integrados, unos. A globalização tem causado rupturas nos panoramas culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que davam às pessoas sensação de imanência em termos de localizações como indivíduos sociais. Falar em identidade hoje não remete automaticamente a território, tradição, memória simbólica densa e de longa duração. É o deslocamento ou descentramento do sujeito, e esse duplo deslocamento — do indivíduo de seu lugar no mundo social e cultural e de si mesmo —, que gera a crise de identidade. (FELIPPI, 2006, p. 54).

Esta crise de identidades se intensifica em decorrência do hibridismo das culturas da pós-modernidade (MARTINO, 2010), uma vez que a globalização questiona “[...] a 'origem', elemento fundamental para a afirmação de quem se é. Em um mundo globalizado, a origem se torna difusa, híbrida, desterritorializada”. (MARTINO, 2010, p. 45). Ou seja, o hibridismo identitário, que se apresenta como uma consequência do hibridismo cultural da contemporaneidade, possibilita a produção de novas identidades (OLIVEIRA, 2011) dentro de povos e, também, dentro de um único indivíduo.

Como efeito deste fluxo, a identidade de um cidadão não se anuncia como unificada, mas como um elemento fragmentado que se expande em incontáveis segmentos – o que possibilita uma mesma identidade assumir muitos papéis dentro de um mesmo coletivo. (OLIVEIRA, 2011). Em outras palavras:

A globalização tem produzido diferentes resultados em termos de identidade. De um lado tem-se uma cultura global proliferando-se, com padronização de produtos, gostos, formas de pensar, gerando uma identidade global. De outro, um *revival* das culturas locais — e até nacionais em muitos países —, como movimentos fortes pela defesa do direito de se representar. (FELIPPI, 2006, p. 53, grifo do autor).

Logo, a síntese destas manobras na pós-modernidade aponta para uma descentralização e um deslocamento das identidades (HALL, 2005) - e acaba por conceber o ser humano como sujeito de múltiplas identidades que, por sua vez, não se mostram de forma orgânica ou, ainda, articuladas a partir de matrizes fixas ou permanentes. Daí que a definição identitária vai além das fronteiras geográficas e das práticas das comunidades em que se insere dado indivíduo, pois “[...] trata-se de uma identidade global, na qual elementos de várias origens diferentes se aglutinam, se influenciam mutuamente, se definem e redefinem conforme o uso; na globalização, a cultura é desterritorializada na sua produção e recepção [...]”. (MARTINO, 2010, p. 45).

Ora, sendo o território um item importante nas inferências sobre identidade (conforme vimos no capítulo anterior), parece conveniente indicar aspectos relacionados àquilo que se convencionou chamar de identidade nacional. Esta ideia será trazida, ainda, no próximo capítulo, quando serão expostas as análises referentes aos valores identitários de perfis de celebridades brasileiras em *Rolling Stone Brasil* – até porque a noção de identidade nacional pode ser vinculada, ainda, aos elementos da cultura pop de cada país. (ORTIZ, 1985). As afirmações referentes ao “ser brasileiro”, por exemplo, são construções históricas que se transformam sob um viés de representação, uma vez que não se trata de uma determinação biológica. O mesmo acontece com outros povos e nações, quando os conjuntos de significados (HALL, 2005) de dado grupo (os ingleses, os norte-americanos, os argentinos etc) configuram o modo pelo qual ele se representa diante do mundo. Daí aparecem elementos comuns, como o “jeitinho brasileiro”, a pontualidade britânica, o perfeccionismo dos orientais etc. Em outras palavras, a multiculturalidade e estas marcas de diferenças se engendram em um processo que deságua na minimização do discurso de uma única cultura nacional. (HALL, 2005).

A identidade nacional é construída a partir de símbolos e instituições e também de um discurso, que unifica a diferença, busca manter a coesão da nação, muitas vezes feita pela força. Essas comunidades imaginadas sintetizam elementos que pertencem a várias culturas locais/regionais, e que, agora, ganham espaço para serem manifestados. Há uma perda da hegemonia da cultura nacional. E as identidades locais se fortalecem seja através da formação de comunidades de minorias (marcadas pela etnia ou pela região de origem) em grandes centros urbanos (latinos nos Estados Unidos, por exemplo) ou em regiões de conflito (curdos no Iraque) ou ainda dentro dos Estados-nação (gaúchos no Brasil), resistindo, posicionando-se, reelaborando suas identidades cada vez mais híbridas. (FELIPPI, 2006, p. 52).

Estas novas identidades híbridas, portanto, ocupam a posição até então preenchida pelas “antigas” e consistentes identidades nacionais. Este é um reflexo, conforme citado anteriormente, das múltiplas culturas de uma mesma nação – que fazem emergir sentidos com os quais os cidadãos passam a se identificar. (HALL, 2005). “Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas”. (HALL, 2005, p. 51). É a partir desta circunstância que se manifestam em maior ênfase as memórias coletivas dos sujeitos: elas contribuem para a edificação de mitos, de rituais e de estereótipos sobre dado povo porque se justificam em acontecimentos e histórias passadas e projetam, assim, as performances do futuro. (ORTIZ, 1985).

A característica atemporal destes discursos sobre uma nação, contudo, permeiam décadas e, por vezes, “[...] dá significado e importância à nossa monótona existência, conectando nossas vidas cotidianas com um destino nacional que preexiste a nós e continua existindo após nossa morte”. (HALL, 2005, p. 52). Ou seja, esta pluralização de sentidos identitários, que aparece como resultado de interações mais expressivas entre os indivíduos, se conecta à busca de reconhecimento e de identidade(s) destes mesmos sujeitos. (LUCENA, 2015).

A problemática que cerca a identidade nacional (e também a cultura pop) pode ser associada a movimentos políticos registrados em todo o mundo nas décadas de 1950 e de 1960 (ORTIZ, 1985), até porque não se pode negar que as identidades de um povo também são “[...] formadas a partir de instituições dominantes [...]”, como os poderes e os processos políticos. (CASTELLS, 2003, p. 3). Historicamente, as definições de um povo passavam por ações do próprio Estado diante de seus cidadãos, com o propósito de legitimar e de moldar aqueles sujeitos tal qual os interesses de seus líderes. (LUCENA, 2015).

Assim, o Estado busca homogeneizar a população e seus costumes e dialetos, impondo línguas oficiais e a unificação de sistemas, criando uma delimitação espacial e uma unidade na definição de etnicidade e na construção de uma memória. É isso o que nos permite classificarmo-nos como brasileiro, alemão, italiano etc. (LUCENA, 2015, p. 2).

No Brasil, a ordem não se desenvolveu de modo muito distinto. A democracia racial, a brasilidade e a homogeneidade cultural se mostraram como três aspectos

bastante importantes para a construção da identidade nacional brasileira (COSTA, 2017), pois ainda estão “[...] presentes e fortemente marcados no imaginário social do país [...]”. (COSTA, 2017, p. 65). Os ideais de patriotismo foram/são estimulados, também, por meio das práticas esportivas, especialmente o futebol, que desde o século XX tem se mostrado como um marcador de unificação destes povos. (SOUZA, 2008).

Estas complexas articulações que apontam para as identidades nacionais de um país se apresentam como movimentos de uma sociedade (COSTA, 2002) que emerge nos espaços atravessados pela globalização. As culturas, assim, também se posicionam e são construídas a partir de signos que se materializam em ideias, em sentimentos, em performances sociais. Daí a necessidade de se pontuar, a seguir, as conexões relativas aos valores identitários dos sujeitos – porque é esta a forma pela qual os indivíduos se representam individual e coletivamente em sua sociedade.

Apesar de esta dissertação se sustentar em noções de valores identitários (que serão comentados no próximo subcapítulo), parece importante, para fins de contextualização, pontuar as ideias relativas ao que tomamos como identidade nacional, identidade social e identidade cultural. Após detalhar conceitos vinculados às identificações construídas em uma nação, o propósito das próximas páginas é articular pensamentos que emergem as questões sociais e culturais das identidades dos sujeitos.

Socialmente construídas, estas identidades sociais se formatam de modo múltiplo (COSTA, 2002), relacionadas a um algo anterior e a uma memória simbólica dos seres humanos, que pode estar vinculada a recordações da infância, a lembranças de relacionamentos, àquilo que a cultura pop ajudou a impregnar em dada sociedade etc. Em outras palavras, são relacionais por serem “[...] produzidas em relação social [...] e simbólicas, porque envolvem sempre categorizações culturais e porque significam sempre o destaque simbólico seletivo de algum ou alguns atributos sociais”. (COSTA, 2002, p. 26-27). Se entende, portanto, que valores de identidade social (sustentados em elementos de identificações nacionais, conforme falado anteriormente) se legitimam porque estão inseridos, obviamente, em uma sociedade. Logo, se concebem estas representações sociais como sinônimos da forma pela qual os sujeitos se percebem dentro dos grupos em que

estão inseridos – e também como os próprios consideram a si mesmos. (LITIO, 2009).

É oportuno desfazer, também, a concepção não-construcionista das identidades sociais (LITIO, 2009), que concebe estas representações a partir de uma definição biológica e não-mutável. Esta afirmação pode ser analisada nos próprios padrões das identidades sociais, que se editam a partir das diferenças de gênero, de sexualidade, de raça, de economia etc. Assim, as práticas sociais e discursivas que envolvem os sujeitos acabam criando sentidos de pertencimento entre os coletivos – embora na pós-modernidade seja possível perceber cada uma destas filiações sob um caráter variável e subjetivo, sem as amarras fixas e permanentes apresentadas até então nas identidades. (LITIO, 2009). A sua formação se dá de modo fluido, uma vez que se submete a construções e reconstruções da sociedade.

Portanto, a identidade social determina as características de um grupo – e não apenas cada sujeito individualmente. Ela funciona como uma espécie de “grande guarda-chuva” que abarca, abaixo de si, inúmeros outros componentes. Um deles é a identidade cultural (LITIO, 2009), categoria que distingue os sujeitos conforme as suas diferenças de costumes e de culturas<sup>22</sup>.

As reflexões e reconhecimentos surgem, neste contexto, de modo não-essencialista, a fim de afastar a ideia de identidade de uma concepção fixa, imutável e permanente.

Sendo as identidades culturais socialmente construídas, e, portanto, múltiplas e contingentes, mutáveis e contextuais, por que as concepções hoje mais difundidas e socialmente atuantes demonstram uma forte propensão para entendê-las como essências, sejam essas “sociais”, “meta-sociais”, sejam mesmo “metafísicas”? Por que se tende a conceber as identidades culturais como rígidas e estanques, projetando-as, com esta configuração de sentido, na própria dinâmica social?. (COSTA, 2002, p. 16, grifo do autor).

---

<sup>22</sup> Costa (2002) ainda segmenta três tipologias de identidade: as experimentadas, as designadas e as tematizadas. As experimentadas “[...] têm a ver com as representações cognitivas e os sentimentos de pertença, reportados a coletivos de qualquer espécie [...] emergentes das suas experiências de vida e situações de existência social”. (COSTA, 2002, p. 27). As identidades designadas são as “[...] construções discursivas ou icônicas de entidades coletivas, com as quais aqueles que as produzem não têm relação subjetiva de pertença”. (COSTA, 2002, p. 27). Por fim, as identidades tematizadas são “[...] estratégias deliberadas e reflexivas de colocação pública de uma situação social qualquer sob a égide explícita da problemática identitária”. (COSTA, 2002, p. 27).



Contraposta à visão essencialista está uma análise histórico-estrutural das culturas e também das identidades, que apesar de estarem simbolicamente unidas não têm o mesmo significado. Enquanto a cultura “[...] é uma estrutura de significados compartilhados incorporados em formas simbólicas — a linguagem — por meio das quais os indivíduos se comunicam”, a identidade “[...] é um discurso sobre si mesmo ou sobre o grupo na interação com os outros, que só é possível por meio de uma estrutura de significados comuns e da linguagem”. (FELIPPI, 2006, p. 50).

Neste sentido, identidade individual e cultural ou coletiva estão relacionadas. As identidades individuais são formadas através das coletivas (categorias sociais compartilhadas), e essas sofrem influências das identidades individuais, uma vez que a sociedade se reproduz e muda por meio de ações individuais. Mas há diferenças: as identidades individuais têm conteúdos psicológicos (caráter, estrutura psíquica) e um só relato identitário mais ou menos integrado, mesmo que a unicidade do sujeito seja ilusória. As identidades coletivas têm traços culturais que as caracterizam, mas são várias à disposição de cada sujeito, que pode ser interpelado — e se posicionar — por inúmeras identidades coletivas. (FELIPPI, 2006, p. 50).

Em síntese, as múltiplas identidades culturais de distintas culturas podem ser absorvidas por um indivíduo (TILIO, 2009) e, assim, passam a fazer parte de suas identidades sociais. Por uma ser parte da outra, é inegável que ambas se construam sob formatos fragmentados e versáteis, sem estarem imobilizadas a uma única essência. (TILIO, 2009).

### **4.3 A cultura pop na formação identitária**

Parece importante refletir, sob este viés, a forma pela qual se articulam estas noções identitárias com os elementos midiáticos – especialmente aqueles que trazem elementos da cultura pop de um país. Estas conexões podem ajudar a pensar a análise que se desdobrará a seguir, no próximo capítulo, quando justamente serão mapeadas as questões valorativas de identidades em perfis de celebridades de *Rolling Stone*. Isto é, se pretende pensar nestas potencialidades identitárias apresentadas em textos que citam itens e produtos da cultura pop, uma vez que os meios de comunicação de posicionam – e também são posicionados – como caminhos que auxiliam na constituição orgânica de uma sociedade (COSTA, 2002) e em sua configuração cultural.

A globalização, conforme já apontado, deu margem a negociações identitárias mais complexas, seja a nível individual ou em um contexto coletivo. O mesmo panorama aparece nas articulações da mídia, que assume e incorpora discussões do senso comum (COSTA, 2002) de modo a interferir naquilo que os indivíduos tomam como seus valores identitários. Ou seja, são causados movimentos que rompem, por vezes, com o que até então era pontuado como norma, ou com os processos que apareciam de forma naturalizada no meio social. Questões de gênero, de raça e de estereótipos envolvendo o corpo podem servir como exemplo: por meio da mídia e suas plataformas (impressa, digital, televisiva, radiofônica) pode ser legitimado um único padrão ou, então, podem ser desconstruídas as visões essencialistas relacionadas a estes e tantos outros temas que envolvem as comunidades e seus sujeitos. (MARTINO, 2010).

A mídia, nesse sentido, não é apenas o *instrumento* de imposição legitimada de um padrão, mas também a *arena* das disputas de espaço pela construção de práticas significativas dentro de uma cultura em luta. O poder atrai o poder, e multiplica-se na proporção em que for associado [...]. (MARTINO, 2010, p. 147, grifo do autor)<sup>23</sup>.

Se estes espaços midiáticos ajudam a moldar quem as pessoas são, se pode reconhecer que a identidade que chamamos de “nossa” é, na verdade, construída a partir de escolhas – muitas vezes apontadas naquilo que lemos, vemos ou ouvimos nos meios de comunicação. Isso porque, “Em uma sociedade articulada com a mídia, a construção da identidade passa pela relação entre as pessoas e os meios de comunicação, em diversos graus de articulação entre eles”. (MARTINO, 2010. p. 16). Logo, parece essencial pensar como estas representações de identidade aparecem, por exemplo, em revistas de circulação nacional como *Rolling Stone* – e como são desenhados e elencados os valores inseridos em seus perfis e suas reportagens.

A partir daí se manifesta uma nova questão: a necessidade de atentar às contribuições levadas pela cultura pop a estes produtos midiáticos, uma vez que, conforme as negociações relatadas no capítulo anterior, os elementos relacionados, em especial, às celebridades, costumam despertar sentidos de identificação nos sujeitos. Esta identidade que se apresenta como um reflexo das celebridades (ou de

---

<sup>23</sup> Um exemplo poderá ser visto no próximo capítulo, quando se fala sobre a aparição, em *Rolling Stone*, de mais homens do que mulheres em perfis de capa (entre 2012 e 2015).

supostos heróis) é, ainda, uma forma de construção da própria identidade do indivíduo. (MARTINO, 2010).

Nesse sentido, os discursos fundadores da identidade, especialmente no caso de povos e nações, estão próximos **das lendas e dos mitos**, construídos e **divulgados à exaustão** no sentido de reforçar o vínculo com determinada narrativa da qual se possa **fazer parte** associando suas características às dos outros elementos [...]. (MARTINO, 2010, p. 58, grifo nosso).

Assim, a mídia se coloca como um dos principais meios em que podem se criar (ou se reafirmar) estereótipos e/ou regras sobre o que é certo e errado em performances sociais dos sujeitos – sempre em negociação “[...] com as perspectivas do receptor na construção de uma identidade”. (MARTINO, 2010, p. 146). O bonito e o feio, por exemplo, são legitimados, no caso desta pesquisa, por aquilo que é indicado no discurso do jornalismo em revistas. “Nesse cenário, textos da mídia [...] podem se tornar a origem da maneira como pensamos sobre nós mesmos [...]”. (MARTINO, 2010, p. 59).

Estes indícios assinalam, portanto, que itens da cultura pop fazem parte do processo de estruturação de identidades culturais dos sujeitos por meio da apropriação cognitiva a que estes se submetem – normalmente inspirados nas celebridades que os atraem. (COÊLHO, 2015). É exatamente a partir deste universo simbólico que se articulam, nesta pesquisa, aquilo que chamamos de valores identitários, ou seja, as tradições valorativas percebidas nos elementos da cultura pop. Neste contexto aparem, ainda, performances de gosto e afetos também valorativos (AMARAL; MONTEIRO; SOARES, 2015), que se apresentam por meio de discursos que trazem em si marcas dos próprios sujeitos.

Marcadores como raça, gênero, sexualidade, classe social, limites financeiros e preferências sociais são alguns dos valores que se colocam em elementos da indústria cultural, como músicas, filmes, telenovelas, vídeos etc. No caso de revistas, os ícones apresentados nas páginas (normalmente celebridades) traduzem os próprios valores daquele público que consome o informativo – uma vez que serão entrevistados os ídolos que mais interessam aos leitores. O valor poderia ser visto, assim, “[...] não na sua forma, mas pelo seu uso”. (AMARAL; MONTEIRO; SOARES, 2015, p. 3). Nestes conteúdos se encontram, entre variadas informações, enfrentamentos políticos, resistências sociais, reforço de estereótipos, quebra de

paradigmas, empoderamentos, opiniões de autonomies etc. Em outras palavras, são reverberações valorativas estimuladas pela cultura pop. (AMARAL; MONTEIRO; SOARES, 2015).

A mérito de exemplificação para que se reflita sobre os valores identitários, é interessante citar as ideias de valor, em especial, relacionadas à música pop: valor de uso, relativo à finalidade das canções; de troca, sobre seu posicionamento social e poder econômico; cultural, que fala da identidade; e estético, que está ligado à sensibilidade. (JANOTTI JÚNIOR; SOARES, 2014).

Dadas estas percepções, o próximo capítulo traz a análise empírica de 12 perfis de celebridades, publicados em *Rolling Stone Brasil* entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015. Assim, se buscará mapear os valores identitários que a revista pontua em cada um destes discursos.

## 5 O BRASIL QUE IMPORTA PARA *ROLLING STONE*

A partir das dimensões teóricas assinaladas anteriormente no que se refere aos perfis em *Rolling Stone* e à cultura pop em que estão inseridas as celebridades brasileiras (enquanto atores sociais) trazemos, neste primeiro movimento, a análise de 12 reportagens que integram o corpus desta dissertação. Elas serão discutidas de modo cronológico, partindo do ano de 2012.

A legitimação deste estudo iniciou empiricamente, com a seleção destes 12 perfis. A ideia de filtrar o conteúdo para o período entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015 vai ao encontro do que sugere a problemática desta pesquisa: identificar valores identitários do Brasil a partir de personagens da cultura pop representados em *Rolling Stone*, entre 2012 e 2015.

A intenção é desmembrar estes perfis como forma de compreender os personagens e suas atribuições em relação ao país. Não se pretende definir algo que se possa entender como identidade nacional, mas refletir sobre o que determinados meios de comunicação propagam e constroem, junto à sociedade, no que se refere ao comportamento de sujeitos que compartilham de uma mesma nacionalidade.

Percebeu-se, em um primeiro movimento de aproximação, que, enquanto revista especializada e de periodicidade mensal fixa, *Rolling Stone Brasil* firma junto ao leitor, a partir das celebridades retratadas em suas capas, uma relação de pertencimento e envolvimento – muito porque (SCALZO, 2008) publicações deste gênero são concebidas como objetos colecionáveis, que instituem afetos com aqueles que as leem. Em outras palavras, observou-se que o discurso do jornalismo de revista vai além da questão leitor-veículo se comparada à prática dos periódicos diários, por exemplo.

A partir desta lógica exploramos o acervo digital de *Rolling Stone Brasil* em seu site<sup>24</sup> e, mês a mês, entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015, selecionados todas as edições com personalidades brasileiras em suas capas. No total, portanto, serão 12 perfis analisados, escritos por oito jornalistas distintos. Os discursos inseridos nestes conteúdos permeiam temáticas relativas a questões de gênero, sexualidade, etnias e várias abordagens ligadas à construção de estereótipos em campos como o entretenimento, a indústria cultural e o esporte.

---

<sup>24</sup> Disponível em: [www.rollingstone.uol.com.br](http://www.rollingstone.uol.com.br).

Estes marcadores em específico serão pontuados em um segundo movimento de análise. Explico. Após analisarmos individualmente cada perfil, iremos agrupá-los segundo os valores de identidade que os aproximam – e que, segundo o nosso olhar, mais fazem emergir sentidos. Não se pretende enquadrar estas celebridades em “caixinhas” específicas e únicas, mas apenas situá-las junto às outras personalidades que se assemelham, segundo aquilo que é exposto em *Rolling Stone Brasil*.

Partindo de uma metodologia exploratória própria, os perfis detalhados a seguir foram impressos<sup>25</sup> e fixados em um mural. De início, em uma aproximação inicial com este material, foram assinalados os trechos que mais fizeram emergir sentidos na nossa percepção. Após este período de observação dos materiais empíricos, eles foram “encobertos”, com a finalidade de promover um afastamento entre pesquisadora e conteúdos das reportagens.

Em seguida acontece o aprofundamento no marco teórico, em especial em tópicos relacionados a jornalismo de revista, perfil, cultura pop e valores de identidade. Só então tornamos a nos aproximar do empírico – assim, novas sequências foram indicadas. Estas marcações serão apresentadas nas próximas páginas a partir do que postulam os movimentos conceituais apresentados nos capítulos anteriores. Há uma inspiração cartográfica nesse processo, no sentido de Benjamin (2006): fragmentos dos textos verbais, gráficos e visuais, coletados pelos percursos do olhar, vão formando constelações de sentidos, também acionados pela rede conceitual mobilizada.

### **5.1 Carolina Dieckmann: mulher loira, bonita e “mignon”**

O primeiro perfil a ser investigado estampa a capa da edição 64 de *Rolling Stone Brasil*, de janeiro de 2012. A personagem retratada é a atriz brasileira Carolina Dieckmann<sup>26</sup>, a partir do olhar do jornalista André Rodrigues. O conteúdo apresenta, ainda, quatro ilustrações (mais a reprodução da capa do exemplar), em modo de galeria de imagens – todas fotografadas por Maurício Nahas.

Serão apresentados a seguir, conforme explicado no início deste capítulo, os trechos do perfil que inauguraram sentidos mais expressivos nas duas aproximações

---

<sup>25</sup> A partir do endereço eletrônico de *Rolling Stone Brasil*, que disponibiliza gratuitamente todas as suas edições anteriores. Disponível [rollingstone.uol.com.br/edicoes](http://rollingstone.uol.com.br/edicoes).

<sup>26</sup> Disponível no link [rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-64/nas-novelas-da-vida](http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-64/nas-novelas-da-vida).

efetuadas diante do empírico. As frases não correspondem, necessariamente, à ordem em que aparecem no texto original.

Figura 2 – Carolina Dieckmann



Fonte: Nas novelas... (2012).

Quadro 2 – Perfil de Carolina Dieckmann

<p>[...] Carolina Dieckmann atinge a maturidade falando o que pensa, escancarando a vida pessoal e batendo - de leve - em quem a critica.</p>	<p>Não estou aqui para agradar a todo mundo. Nem para agradar a alguém. Estou aqui para cuidar da minha vida.</p>
<p>Loira de olhos claros, com um corpo mignon e rosto de estrela de filme de Hitchcock, Carolina já foi uma das queridinhas do Brasil.</p>	<p>Talvez eu seja uma pessoa célebre.</p>
<p>Sentada atrás de uma mesa redonda, Carolina usa um vestido preto e cutuca os restos de uma salada enquanto</p>	<p>Na novela da vida real, a história da personagem Carol começa em uma praia em Búzios, no litoral carioca. A</p>

<p>espera para gravar suas seis cenas daquele dia e anota os afazeres da próxima semana.</p>	<p>cena: ela, aos 12 anos, jogando bola com os irmãos. Um sujeito se aproxima e comenta que a garota é linda e poderia ser modelo. Os moleques tiram sarro da irmã –que se achava horrorosa. Encucada com a proposta, mesmo sem jamais ter pensado na possibilidade, pede à mãe que a leve a uma agência indicada pelo homem da praia. A dona do lugar se encanta com a pré-adolescente [...].</p>
--	--

Fonte: Elaborado pela autora.

Se percebe que, a partir destas sequências apontadas no Quadro 1, há um ensaio do autor da reportagem, André Rodrigues, em dirigir a atenção do leitor a uma performance ativa e propositiva de Carolina Dieckmann. A atriz incorpora, na condição de mulher brasileira, um valor de contra-ataque, fugindo da passividade, ao retornar publicamente as críticas a que lhe são direcionadas. O sentido de maturidade vem acompanhado de uma intimidade pessoal aberta ao público e de um posicionamento demarcado a respeito do que pensa Carolina.

Assim, por meio de substantivos comuns e adjetivos, o material descreve quem é esta personagem e, portanto, quais são os sujeitos que ela representa. A configuração complexa de quem são estas celebridades, a exemplo de Carolina Dieckmann, também resulta, como mencionado anteriormente, na multiplicidade de referenciais identitários de sujeitos anônimos. Ou seja: ao referenciar a performance de Carolina Dieckmann como mulher brasileira, ativa e de intimidade aberta à sociedade, *Rolling Stone Brasil* tece sentidos que refletem e fazem emergir construções das identidades de brasileiros e brasileiras que percebem semelhanças em suas atitudes e nas de Dieckmann. É como se houvesse, por meio deste espetáculo de exibicionismo, a validação de um possível imaginário do brasileiro na condição de cidadão.

Este pertencimento identitário edifica uma sensação de que nós, sujeitos comuns, enquanto brasileiros, fazemos parte de uma coletividade ao repetir as performances de celebridades como Carolina Dieckmann – criando, assim, uma



performance em grupo. Assim, a partir do que se lê e, então, se infere, identidades são desconstruídas e reconstruídas em busca de uma espécie de “eu” autêntico – mas não tão original, visto que é espelhado, por exemplo, neste caso, em Carolina Dieckmann. Na interação com o outro – aqui determinada a partir do perfil de Carolina -, neste jogo social em que se confundem celebridades e pessoas comuns, a identidade é forjada e fixa uma memória. Assim, não é difícil pontuar a mulher brasileira ocupando, segundo o que sugere *Rolling Stone*, uma posição ativa, de contra-ataque a críticas e de ousadia nas escolhas da vida.

Outro aspecto que aparece com bastante ênfase são os detalhes de itens físicos que descrevem Carolina Dieckmann. Este corpo descrito pelo autor do perfil é o protagonista de uma vida “empolgante” e “irresistível”, usualmente tornada pública – seja em redes sociais ou na praia, onde “se deixa fotografar de biquíni”. Os atributos são pontuados em tons de elogio, atestando que, assim como Dieckmann, mulheres loiras de olhos claros e donas de um corpo mignon podem ser consideradas “queridinhas do Brasil”. Parte desta questão vem de um desejo bastante comum nas sociedades humanas de ser reconhecido como belo e imponente.

Nesta era da visibilidade, em que exibir e enxergar é parte de quem são os sujeitos, a mídia desempenha importante papel na conscientização social. Ora, se atributos como “loira”, “de olho azul” e “corpo mignon” são sinônimos de beleza feminina desenhados em páginas de revistas feito *Rolling Stone Brasil*, é preciso atentar para quais sentidos estão sendo estimulados pela revista. Uma vez que a cultura de um corpo *x* é incentivada por veículos de expressão como a *Rolling Stone*, existe a probabilidade de que seja desencadeada uma performance coletiva, em especial de mulheres, que almejam atingir este determinado corpo.

O perfil traz, ainda, elementos descritivos que resgatam um discurso anterior, em que a atriz informa o jornalista retratos de seu passado, de suas memórias. Além da função jornalística de descrever (e informar) por meio desta narrativa, há a criação de identificações entre os sujeitos brasileiros e Dieckmann, uma vez que esta demonstra também ter vivenciado situações de dificuldades. É desempenhada, portanto, uma aproximação entre os vínculos da celebridade e do indivíduo anônimo. As vivências experimentadas por estes atores sociais públicos despertam a atenção dos meios de comunicação motivados a constituir narrativas biográficas que, por sua vez, seduzem o leitor.

## 5.2 Romário: futebol, exibicionismo e política

Ex-jogador de futebol e deputado federal (entre 2010 e 2014), Romário é a capa da edição 67 de *Rolling Stone Brasil*, veiculada em abril de 2012. Elaborado pelo jornalista Cristiano Matos, o conteúdo é apresentado na versão digital<sup>27</sup> paralelo a uma galeria com sete imagens de Murilo Meirelles – além de reproduções de fotografias de acervo próprio de Romário nas posições de atleta e de político.

Quadro 3 – Perfil de Romário

<p>Da Holanda ao longínquo Qatar, nos Emirados Árabes, o nome de Romário – e suas façanhas – correram o mundo. Apelidos não faltaram: “Gênio da Grande Área”, “Reimário”, “Romágico”.</p>	<p>Vestindo o amarelo da seleção, o centroavante – escudado pelo parceiro Bebeto – foi o expoente decisivo da conquista do tetra na Copa dos Estados Unidos, em 1994. Na estante no canto, descansa uma réplica da Taça Fifa que ele levantou em 17 de julho daquele ano.</p>
<p>[...] os assessores o tratam somente pela deferência “senhor”, como se ignorassem que, dentro das quatro linhas, aquele é o homem que fez mais de mil gols e realizou outras mil façanhas (melhor do Brasil, melhor da América, melhor do mundo).</p>	<p>É elegante e vaidoso, mas não se considera metrossexual. E, ainda que carregue marca de furo na orelha, ao menos na vida pública dispensou o clássico brinquinho.</p>
<p>Ligeiramente caídos e avermelhados, os olhos estão sempre atentos, como se vigilantes, e a língua, levemente presa, permanece afiada.</p>	<p>E confessa, exibindo a marra de costume: “Sempre que eu transava antes do jogo, me sentia mais leve”.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Os trechos acima recortados partem de momentos distintos do perfil de Romário. Assim, se percebe um movimento do autor do texto em reafirmar a

<sup>27</sup> Disponível no link: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-67/peixe-vivo>.

performance do atleta como a de um ser distinto, diferenciado em comparação aos demais sujeitos que o cercam. Ou seja, existe uma necessidade de se instituir um valor heroico, que personifique os ideais, as utopias e até as fragilidades de uma geração.

Figura 3 – Romário



Fonte: Peixe... (2012).

Esta noção de uma celebridade que incorpora (e assume) a ordem de um herói é bastante visível, já a partir do senso comum, nos processos e aparições envolvidas no universo esportivo. Ora, este segmento, que é o espaço originário de Romário, se constitui como um terreno fértil para a instituição daquilo que se pode chamar de mito, no sentido de Roland Barthes (2001)<sup>28</sup>: um sujeito que se insere em um estágio elevado em comparação aos demais.

Romário materializa aquilo que acontece com ídolos esportivos que ocupam espaço também na cultura pop, em um processo que sensibiliza o público porque é cercado de lutas, de sofrimento, de garra e de vitórias. Estas idealizações sobre o

<sup>28</sup> Na perspectiva de Barthes (2001), ao integrar um sistema semiológico, o mito pode ser pensado como uma fala, construído mediaticamente e de teor conotativo.

percurso triste que culmina na vitória são alavancadas quando o personagem reconta seu passado a partir do humor – outro valor que aparece na fala de Romário. Ou seja, é reforçada a ideia do malandro que, embora tenha sofrido, hoje ocupa uma cadeira no Senado Nacional.

Os estereótipos acompanham o perfil do atleta e são reforçados pelo texto do jornalista quando este enfatiza sobre a essência do que é ser jogador de futebol: ter infância pobre, ser de periferia, viver rodeado por mulheres, manter uma postura marrenta. Assim, o discurso dá um tom de glamour à malandragem e à irreverência que constituem a identidade de Romário.

### 5.3 Anderson Silva: homem honesto, forte e que reina

O perfil de Anderson Silva conduz a edição número 69, correspondente à edição de junho de 2012 de *Rolling Stone Brasil*<sup>29</sup>. O material, rico em detalhes, é acompanhado de uma galeria com 12 imagens de autoria de Murilo Meirelles. O jornalista que assina a reportagem é Pablo Miyazawa.

Quadro 4 – Perfil de Anderson Silva

O detentor do cinturão dos pesos-médios da liga Ultimate Fighting Championship (UFC), invencível e mais famoso lutador de artes marciais mistas (MMA) da atualidade [...].	O brasileiro, por sua vez, subiu mais degraus rumo ao olimpo destinado a raros esportistas.
Desde então, acumulou mais contratos do que qualquer personalidade nacional, emprestando o rosto bem desenhado e a atuação convincente para marcas multinacionais – lanchonete, fabricantes de eletrônicos, preservativo, material esportivo, cerveja, aparelho de barbear e motocicleta.	Mais do que o atleta-personalidade, a marca-sorriso Anderson Silva é propriedade das mais valiosas no mercado.

<sup>29</sup> Disponível em: [rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-69/danca-solitaria-de-anderson-silva](http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-69/danca-solitaria-de-anderson-silva).

Paralelamente à ascensão de Anderson Silva, um fenômeno notável se deu de 2010 para cá: a mudança do caráter do MMA aos olhos da opinião pública verde-amarela.	E é neste cenário, inimaginável em outras eras, que Anderson Silva reina, sem ameaças para seu trono de patrono do esporte para as multidões.
Não gosta de ficar sozinho, chora por causa de injustiças (“e por erros que a gente comete com as pessoas que mais amam a gente”), é apaixonado por hip-hop, brinquedos, games e histórias em quadrinhos, particularmente as de super-heróis com poderes especiais.	[...] Anderson Silva saiu vitorioso de mais um combate de sua vida – nesse caso, uma animada partida de paintball.

Fonte: Elaborado pela autora.

Por meio de sua fala, o repórter descreve na parte inicial do perfil, aspectos característicos que dão forma a quem é Anderson Silva: sua trajetória pobre na infância, os bloqueios a que se submeteu na adolescência e os triunfos atingidos por meio do esporte. Trata-se de um discurso que se assemelha às demais reportagens sobre personagens que *Rolling Stone Brasil* traz mensalmente, quando aparece um movimento de aproximação do entrevistado junto ao leitor em um processo de humanização do sujeito. Ora, são detalhes que retomam aspectos do “garoto que um dia ele foi”, seguindo as próprias palavras da revista.

Um bloco posterior identifica o passado e o presente do lutador por meio de afirmações (e diversas repetições) que o elevam a um estágio de herói – seguindo a mesma dinâmica que acontece com Romário. Esta construção social parte de um início pobre no estado do Paraná, cercado de condições precárias, que emergem em uma carreira milionária e em uma trajetória pessoal de sucesso, plenitude e felicidade. As conquistas são reiteradas como consequência de um árduo e dedicado trabalho, em que esforços substituíram momentos de lazer e de entretenimento.

Não cabe nesta análise verificar o mérito desta realidade de Anderson Silva – analisam-se, aqui, as construções e os valores do atleta diante do Brasil, por meio de *Rolling Stone*. Ou seja, é perceber as questões que importam para a revista em

relação a personagens brasileiros e o que eles podem representar – ou como refletem – a sociedade brasileira daquele respectivo ano.

Figura 4 – Anderson Silva



Fonte: A dança... (2012).

O texto também aborda fotografias “ensaiadas” e performances já comuns em celebridades esportivas: são poses e expressões que querem sensibilizar devido à força, às marcas corporais, às características e ao porte físico. Em seu perfil, Anderson Silva é desenhado como um homem (o elemento de gênero está bastante demarcado nas palavras do repórter) forte (de músculos) e batalhador. Estas atribuições fazem interferência à Silva enquanto lutador profissional, mas interferem com maior ênfase em seu perfil na posição de celebridade.

Aspectos detalhados (inclusive com adjetivos) da vida de Anderson Silva auxiliam em sua construção imagética como um sujeito comum - para só então o texto apresentar os luxos que fazem parte de sua vida na atualidade. Ou seja, aparece a tentativa de descrever um homem comum, que trabalha honestamente e, por meio de seu esforço, quer dar sustento e equilíbrio para a vida de sua família.

Cria-se, assim, um movimento de identificação do sujeito brasileiro com o ser humano que Anderson Silva está representando: o homem comum e pobre que, devido ao seu trabalho, conquistou fama e dinheiro.

Este estereótipo reafirma a idealização de heróis descrita por Martinez (2008). Anderson Silva ocupa uma realidade que não é amplificada/inventada – o que ele vive, segundo *Rolling Stone*, é real. O papel de ícone da cultura pop encarado por ele (inclusive no ensaio fotográfico da reportagem, com vestuário e expressões que repetem Michael Jackson) se insere neste mesmo contexto de estar diante da população não só como um lutador de MMA.

Considerando o perfil jornalístico, a partir desta lógica, pode-se inferir que a matéria funciona como um agente que forja e dissemina representações sobre acontecimentos e atores sociais, construídos na forma de personagens. Ora, o que o jornalismo indica é uma versão, amparada em discursos múltiplos, a partir de um recorte pré-estabelecido, sobre um caso. Daí a subjetividade de interpretações e as incontáveis identificações que o perfil de um astro pop e esportivo, como Anderson Silva, pode gerar.

Os valores identitários que aparecem no perfil jornalístico em questão são reforçados por meio de estereótipos – partindo da ideia de categorização que faz parte do senso comum. Ora, o homem negro tem *certa* atitude, a mulher branca pensa *assim*, o esportista brasileiro faz *aquilo*. Esta proposta vai ao encontro da posição-sujeito em que dado indivíduo está inserido: enquanto o discurso de um lutador é compreendido de uma forma, o do “pai de família” é interpretado de outro modo. Assim também ocorre na cultura pop, quando sujeitos são etiquetados e idealizados a partir do que aparentam ter (ou ser). Muitos destes modelos estereotipados seguem à risca a figura do herói mitológico apontado por Martinez (2008), que aponta um ser sofrido, que trabalha em busca de aprovação. Ao inaugurar um sentido ou materializar seu sonho, o herói chega à sua consagração.

Anderson Silva faz emergir, ainda, construções sobre um Brasil que toma o esporte como um meio para alcançar uma vida estável. Quando falamos de estabilidade, estamos fazendo referência a dinheiro, fama e um status social considerado ideal pelo senso comum: o de felicidade, saúde e sucesso. A desconstrução deste cenário acontece no momento em que um homem pobre e negro tem estes atributos relacionados ao seu nome – pois, conforme indica *Rolling Stone*, Anderson Silva é referência naquilo que faz.

#### 5.4 Claudia Raia: pele bonita, talento e mil atribuições

A reportagem da atriz Claudia Raia está inserida na edição 74 de *Rolling Stone Brasil*, que corresponde a novembro de 2012. O perfil<sup>30</sup> é de autoria da jornalista Carina Martins e traz uma galeria com nove fotografias de Maurício Nahas (junto a imagens de arquivo pessoal de Claudia).

Quadro 5 – Perfil de Claudia Raia

A dedicação fervorosa de Claudia Raia em relação a tudo que ela faz é fato.	Isso acontece quando ela, para realizar o sonho de viver um personagem, se dispõe ao risco de interpretar canções icônicas ao vivo; ou quando essa mesma personagem pede que ela, aos 45 anos, passe duas horas e meia dançando de calcinha em um palco.
Macacão de linho azul-royal aberto nas costas, rasteirinha dourada, ainda com os cílios postiços de Livia, discutindo questões de patrocinador e passagens de avião em seu iPhone de capa rosa-choque.	O desejo de Claudia, em suma, é poder fazer mais tudo o tempo todo.
“Tem, óbvio, uma parte em mim de fragilidade que é mais emocional, e não profissional. Acredito que seja muito pela falta do meu pai, que perdi com 4 anos”.	Quando enfim está pronta para posar, usando as peças reveladoras da vilã das fotos, o que entretém a todos é um dos maiores clichês a respeito de Claudia Raia: a bunda.
Menos comentada, talvez porque a maquiagem da TV padronize todas, mas igualmente merecedora de	Ela completa que passou pela fase de “ser um mulherão para depois ser reconhecida”, mas acha que nenhuma

<sup>30</sup> Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-74/arte-da-conquista>.



exclamação, é a pele de Cláudia Raia.  
Branca sem interrupção, sem rugas,  
sem manchas, sem linhas, sem pintas.

atriz precisa se submeter a isso hoje.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 5 – Cláudia Raia



Fonte: A arte... (2012).

O conteúdo analisado, em especial os trechos acima recortados, evidenciam os valores de posição de mulher forte, independente e corajosa. Por meio de seu discurso, a revista reforça estereótipos da mulher branca e heterossexual que, com o suporte de um companheiro (seja marido ou namorado), tem motivação para cumprir suas atribuições diárias – que não são poucas. Estas tarefas, contudo, se enquadram em paradigmas que o senso comum pode considerar exclusivo a uma classe social mais elevada: a ocupação de Cláudia Raia se mistura entre atuar na Rede Globo, fotografar campanhas publicitárias, frequentar uma academia de ginástica, praticar dança, viajar entre São Paulo e Rio de Janeiro e cuidar dos filhos – de quem tem guarda compartilhada.

Ou seja, o que aparece é uma construção heterogênea sobre a mulher brasileira. A posição em que ela, enquanto sujeito, está inserida, também interfere em seu local de fala. Ora, as problemáticas de Claudia Raia se afastam, por vezes, daquelas de outros brasileiros e brasileiras justamente por ela ocupar um lugar de atuação bastante singular: suas palavras e atos são carregados de discursos anteriores e até do que não foi dito, mas encenado. É com esta representação que a atriz aparece nas páginas de *Rolling Stone*.

Seja por meio da fala direta de Claudia ou com o suporte do discurso intermediado pela repórter, é registrada uma articulação entre a coragem da atriz e a sua saúde física e mental. Isso porque, conforme a revista, a mulher brasileira contemporânea é aquela que faz tudo ao mesmo tempo, na maior rapidez e com a mais agradável aparência (e, claro, sem reclamar). É dentro deste perfil que Claudia Raia é encaixada: uma mulher interessante, culta, que se torna singular ao ser mãe, empresária, bailarina, atriz, namorada e, ainda, feliz.

O corpo está bastante relacionado a estas questões, uma vez que ele inaugura uma cadeia de sentidos sobre ela ter mil atribuições em seu cotidiano – e ainda sim cuida da boa forma. Os trechos do perfil de Claudia Raia que falam de seu bumbum e da pele (branca) retificam um padrão de beleza a partir de construções históricas, em que a mulher é considerada bela no momento em que se enquadra em determinados modelos.

### **5.5 Chorão: sem limites, com drogas e sonhos**

O perfil que conduz a edição de número 79 de *Rolling Stone Brasil* é o de Chorão, cantor brasileiro falecido em março de 2013. O conteúdo foi divulgado no mês de abril desse mesmo ano. Além da reportagem assinada pelo jornalista Maurício Monteiro Filho, o conteúdo online<sup>31</sup> traz mais 14 imagens de arquivo pessoal e também de autoria de Jerri Rossato Lima.

---

<sup>31</sup> Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-79/do-comeco-ao-fim>.

Quadro 6 – Perfil de Chorão

<p>Comprimidos, bebidas e uma substância branca em pó em abundância pareciam um parque de diversões da mente, elementos que poderiam explicar tudo o que os ávidos por explicações esperavam. Um cenário trágico e decadente, capaz de reduzir 20 anos de carreira, dez álbuns, milhões de cópias vendidas, dois prêmios Grammy Latino, um longa-metragem de ficção, uma legião de fãs e outra, menor, de adversários [...].</p>	<p>Termina com uma torrente que carrega uma infância dura, iniciada em São Paulo e encerrada em Santos, um histórico de comportamento tão explosivo quanto reservado, separações controversas (de integrantes da banda e de duas esposas) e atritos públicos com afetos e desafetos, e afluí para o isolamento.</p>
<p>As pessoas mais próximas ao músico o descrevem como alguém que se importava com o próximo. Fosse por meio de doações ou pela própria entrega e dedicação, Chorão dava um jeito de ajudar quem precisava.</p>	<p>“Ele deu tudo pra todo mundo. E esqueceu um pouco dele”, diz.</p>
<p>Chorão, por sua vez, só pensava que era a hora de mostrar serviço.</p>	<p>“Ele tinha muito carinho pelo trabalho e brigava por cada coisa. Era um cara visionário. Parecia que sempre estava um pouco à frente”, exalta Castanho. Se acreditava em uma ideia, o vocalista teimava com ela até o fim.</p>
<p>Explosivo, humilde e baderneiro como sempre foi, Chorão passou então a dominar as paradas de sucesso nacionais.</p>	<p>Porque ter se tornado justamente a pessoa que sonhava ser quando ganhou o apelido nas pistas de skate, antes mesmo de se tornar um skatista habilidoso e depois um artista bem-sucedido, também não foi o suficiente para que Chorão salvasse a si próprio.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

As articulações de toda a reportagem, na primeira à última linha, fazem referência à overdose de Chorão que culminou em sua morte. Embora o jornalista não tenha estado no apartamento do cantor no dia em que este foi encontrado, há relatos, a partir de fontes próximas, referentes ao cenário que se desenhava sobre Chorão – embasados em sentidos de desolação, comoção, revolta e dor. Ou seja: mais um rótulo somado aos tantos já direcionados a ele.

Figura 6 – Chorão



Fonte: Do começo... (2012).

A exemplo dos perfis analisados anteriormente, cumpre-se a regra muito comum no chamado jornalismo literário, em que celebridades, principalmente as já falecidas, são diagnosticadas enquanto heróis contemporâneos de suas gerações. Assim, em *Rolling Stone* é repassada aos leitores a identidade de um Chorão humilde, com uma trajetória pobre e “uma infância dura”, acrescida, ainda, de rompimentos em relações familiares e comportamento “tão explosivo quanto reservado”. Com a fama, no entanto, heroicamente, Chorão aparece como um ser humano simples e altruísta, representando, novamente, o brasileiro que, por meio de um árduo trabalho, conquista suas metas.

É a partir deste discurso que o consumo de drogas é apontado – sempre de forma sutil e tomado como uma alternativa necessária de Chorão às intensas demandas vivenciadas por ele em suas duas décadas de carreira. As motivações que incentivaram o cantor são explicadas, passo a passo, em uma espécie de descrição do processo autodestrutivo em que ele esteve inserido.

Este é o primeiro perfil póstumo selecionado por *Rolling Stone* (entre os anos de 2012 e de 2015) para chamada principal de capa em sua edição impressa e digital. A publicação posterior ao falecimento do artista dá margem a um tensionamento relativo ao que a revista considera como atraente para publicação: em vida, Chorão renderia menos ibope. A impossibilidade de entrevistar o cantor, embora fosse ele o personagem central da história, motivou o jornalista a obter relatos junto ao delegado que comandava as investigações (Thiago Castanho), à ex-esposa (Graziela Gonçalves) e aos integrantes da banda Charlie Brown Jr., da qual Chorão aparecia como líder (foram ouvidos o guitarrista Marcão, o baixista Champignon e o baterista Bruno Graveto).

Os elementos do senso comum que cercam não só a história de Chorão, mas toda a banda, são reforçados por meio de sequências destacadas pelo autor do perfil. Os detalhes dos feitos, das complexidades e dos prêmios direcionados ao grupo ou apenas ao cantor, por vezes, não vão além do que tantas outras bandas nacionais fizeram – e ainda fazem. Ora, estas questões estão imersas em um contexto anterior ao momento da entrevista. A morte de Chorão ainda era um acontecimento recente, que reverberava na mídia e, em especial, entre os integrantes da banda. Assim sendo, as descrições apontadas pelos ex-colegas e reproduzidas pelo jornalista dão conta de um artista emoldurado por adjetivos que denotam uma imagem positiva. Esta afirmação não quer dizer que, caso estivesse vivo, Chorão seria alvo de crítica dos companheiros de Charlie Brown. Mas a sua morte, por si só, já afasta qualquer ideal negativo que pudesse ser desenhado sobre ele enquanto amigo ou celebridade – daí a resignificação dos relatos altruístas que são repetidamente expostos na reportagem.

Esta exploração da identidade de Chorão após a sua morte traduz os interesses do leitor – que, por ora, são atendidos pelo editorial de *Rolling Stone*. Ou seja: aquele momento de comoção pode ter conduzido desde a escolha dos entrevistados até a escrita criativa do jornalista. Neste cenário, Chorão é reconhecido enquanto produto midiático que incorpora e reforça estereótipos até

então relacionados a ele: o de homem que lutou e, com malandragem e carisma, conquistou um país inteiro. A sua morte aparece com um valor simbólico bastante presente, conduzindo a narrativa do jornalista: uma vez que este é um dos temas que mais causa efeito no cotidiano emocional dos sujeitos.

Chorão materializa, em *Rolling Stone*, aquilo que já havia acontecido, por exemplo, com Michael Jackson. Ora, após o falecimento do ícone do pop, inúmeros veículos detalharam a trajetória do artista o edificando como mito/herói vítima da crueldade social e que recorreu a drogas ilícitas como forma de suprir as dores que o afligiam.

### 5.6 Lobão: em busca daquilo que não é imposto

O cantor Lobão é o protagonista do perfil que estampa a capa de *Rolling Stone* no mês de maio de 2013, correspondente à edição 80 da magazine<sup>32</sup>. O conteúdo editorial é assinado pelo jornalista Tiago Agostini e aparece acompanhado por uma galeria com sete imagens de arquivo pessoal de Lobão, além das fotografias de Rui Mendes.

Quadro 7 – Perfil de Chorão

Em determinado momento do livro <i>Manifesto do Nada na Terra do Nunca</i> , Lobão lista uma série de características pelas quais costuma ser conhecido pela opinião pública: drogado, matricida, roqueiro.	Do Lollapalooza [...] até a presidente Dilma Rousseff [...], passando pela MPB, a tropicália, Gilberto Gil, ninguém escapa ileso ao bombardeio de opiniões de Lobão.
"As polêmicas são causadas pela incapacidade de compreensão das pessoas. Acho meus pensamentos muito claros, muito nítidos e muito honestos", afirma Lobão [...].	"Se as pessoas lerem, já fico satisfeito, mas o pior é que vai ter muita gente que não vai ler e vai criticar", acredita.

Fonte: Elaborado pela autora.

<sup>32</sup> Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-80/lobao-contra-o-mundo-do-fundo-do-coracao-eu-seria-incapaz-de-matar-uma-mosca>.

Movido por polêmicas. É este sentido que emerge a partir do discurso direto e indireto que integra o perfil de Lobão a partir do que postula o veículo. Embora a entrevista tenha sido redigida no formato *ping-pong* (o que restringe, em parte, a interferência do jornalista na redação final), é possível perceber indícios da participação e das intenções de *Rolling Stone* já no momento das perguntas para Lobão.

Figura 7 – Lobão



Fonte: Lobão... (2013).

Ora, se estas informações pré-concebidas referentes à celebridade condicionam a relação repórter-entrevistado, é de se considerar que há um reforço nos estereótipos que permeiam o senso comum. Por meio do perfil, *Rolling Stone* valida a noção de que o cantor, enquanto artista cercado pelos valores do rock'n roll, é um sujeito que transgride as normas habituais da sociedade – e, assim, novamente se associa este valor identitário de transgressão ao rock e seus seguidores. Lobão, por sua vez, também não mascara esta realidade (que aparece como sua única verdade). Ou seja, seu posicionamento vai ao encontro de uma imagem já instituída socialmente em que ele investe em uma postura contrária

àquilo que é considerado tradicional. Em outras palavras, Lobão se posiciona como um brasileiro que não se enquadra naquilo que o é imposto, colocando-se e reverberando em rede, em discos, em livros e sobre o palco aquilo que avalia como plausível de ser tensionado.

Ao tomar a música que produz como bem cultural e político, o artista faz uso de sua posição-sujeito para explanar, em especial, ideologias de esquerda e de direita. Sua fala, silenciosa ou audível, é permeada de argumentações que não compactuam com valores conservadores e/ou retrógrados. Lobão defende a liberdade de ser do sujeito e a indiferença àqueles que não compreendem suas contestações.

Assim, como produto da cultura pop, ele materializa estas questões transgressoras (não apenas relacionadas à música) e se torna referência seja na mídia os junto aos sujeitos anônimos.

### 5.7 Racionais MC'S: os pretos mais perigosos do Brasil

Em novembro de 2013, a edição 86 publica o perfil do grupo Racionais MC's a partir do olhar do jornalista André Camarante, que acompanhou os músicos em um dia de trabalho e lazer. O conteúdo<sup>33</sup> também é enriquecido por 10 fotografias assinadas por Rui Mendes.

Quadro 8 – Perfil de Racionais MC's

“Estou onde quero estar, chapa”.	[...] cantando músicas que protestam contra tudo o que se via ali. Eles, “os quatro pretos mais perigosos do Brasil”, como sempre se autodenominam.
O fato é que o camisa 10 do Racionais MC's defende hoje o trabalho do quarteto como um “produto” – para quase qualquer plateia, em quase qualquer lugar.	Em 25 anos, eles pegaram em armas por ideologia, disseram não a uma indústria pré-estabelecida e deram um nó no modelo de sucesso.

<sup>33</sup> Disponível em: [rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-86/racionais-mcs-quatro-pretos-mais-perigosos-do-brasil](http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-86/racionais-mcs-quatro-pretos-mais-perigosos-do-brasil).



<p>A autodenominada “Família Racionais” não se enquadra. Não tem padrão aparente, não segue a lógica nem os métodos tradicionais do showbiz e abriga pessoas de opiniões opostas em cima do palco. É tudo do jeito deles.</p>	<p>A trajetória do Racionais MC’s foi forjada em uma espécie de realidade paralela ao cenário musical brasileiro. Não “pagou madeira” (no dialeto das quebradas) para tocar em rádio 20 anos atrás, só contratou assessoria de imprensa recentemente (e ainda nega a maioria dos pedidos de entrevista, conta a assessora Ana Paula Alcântara), não tem site oficial (está há sete anos formulando um) e, apesar do sucesso, não formou milionários.</p>
<p>O que eles queriam era chegar à mente de “50 mil manos”, empoderar negros, pobres e favelados. “O rap fez mudar muita coisa – ensinou o cara a não ter vergonha de onde mora, do cabelo, da cor, a poder falar da sua quebrada”, avalia Blue. “Hoje, você vê qualquer moleque falando que mora na favela de peito aberto, mesmo que não more.” E também disse ao negro que é preciso estudar e se cuidar, completa KL Jay. “Racionais é utilidade pública”, diz o DJ, o mais passional e radical da família.</p>	<p>“Levava vida de nego mesmo. Entendi que a gente era apenas uma estatística, por mais que gostasse de se sentir especial. As coisas começaram a fazer sentido. Foi um murro na cara.”</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

O ritmo com que o repórter narra a rotina de Mano Brown, um dos líderes do grupo, acompanha os verbos e adjetivos que integram (segundo o próprio Brown) a favela e a periferia. A negritude é um valor identitário que permeia todo o discurso do perfil, dirigindo as palavras que dão consistência ao texto e, ainda, às falas e os silêncios dos entrevistados.

Figura 8 – Racionais MC's



Fonte: Os quatro... (2013).

O hip hop é apresentado não só como o condutor das canções dos Racionais, mas também como referência de uma performance que extrapola os enredos das músicas e age sobre os palcos, na arte do grafite e às margens das ruas da periferia. A partir de *Rolling Stone Brasil*, o hip hop é concebido enquanto um movimento que, organicamente, dá voz a itens políticos, sociais e culturais da juventude negra. A exclusão deste segmento social – em virtude de argumentos racistas – inspira e incentiva os músicos, segundo o que aponta o perfil, a valorizar as origens africanas e refutar os ideais de violência que chegam aos morros e às favelas.

Ora, o que os integrantes de Racionais MC's apontam é que o hip hop rompe os limites de um gênero musical que dita normas no falar, no vestir e no pensar dos sujeitos: o movimento consiste em um campo de manifestações que agrega, muitas vezes, mulheres e homens discriminados socialmente. Fazer parte das ações massivas do hip hop, segundo o grupo brasileiro, é ressignificar noções de cidadania e questionar os padrões convencionais que guiam o fazer e o agir das populações em todo o mundo – daí as denúncias, as críticas e o posicionamento impositivo de

quem se movimenta neste contexto.

Dentro deste cenário está o rap. Enquanto o hip hop atua de modo mais global, incluindo desde músicas até o grafite, o rap aparece como gênero musical que traz, usualmente, temáticas como a fome, a violência sexual, o tráfico, a miséria, o desemprego, a desigualdade e o preconceito. Daí a intenção dos Racionais MC's em trazer um discurso de caráter coloquial, como forma de educar os sujeitos a pensar enquanto *homem comum*. A partir do que sugere o perfil, estes discursos, considerados simples e agressivos, são negados por camadas elitistas e por gravadoras, que resistem em concordar com estas diferenças na sociedade brasileira.

Em outras palavras, a oralidade, o cotidiano e a exclusão social se apresentam enquanto valores identitários no momento em que as canções do rap, dentro do hip hop, têm um tom de politização. Estes grupos – a exemplo de Racionais MC's – se apropriam de um passado sofrido da população negra e transferem estes bens simbólicos para símbolos contemporâneos de discriminação. Assim, são articuladas referências de identificação entre o sujeito que escreve, o que canta, e aquele que ouve – cada um agindo em seu respectivo local de fala, mas resultando em um discurso coletivizado.

### 5.8 Ney Matogrosso: uma vida sexualizada

Assinado pelo jornalista Marcus Preto, o perfil de Ney Matogrosso é o centro da edição 87 de *Rolling Stone Brasil*, veiculada em dezembro de 2013. Além de imagens de arquivo pessoal, o conteúdo apresenta fotografias assinadas por Daryan Dornelles.<sup>34</sup>

#### Quadro 9 – Perfil de Ney Matogrosso

Sexo é o que movimenta a arte de Ney Matogrosso. Talvez por isso ele pouco envelheça. Completou 72 anos em 1º de agosto, mas esse número não diz	O público é fiel a ele como a um primeiro amante. Ney aproveita a relação para liberar a cabeça das pessoas para transformar o país. E, sim, estamos
--	--

<sup>34</sup> Disponível em: [rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-87/ney-matogrosso-um-homem-sexual](http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-87/ney-matogrosso-um-homem-sexual).

<p>coisa alguma a respeito da aparência física dele: Ney está bonito, elástico e jovem como era há 20 ou 30 anos. A idade também diz menos ainda sobre as ideias que lhe vêm à cabeça, sobre as palavras que saem da boca.</p>	<p>falando de sexo.</p>
<p>E continua comum até a hora de posar para as fotos. Ali, ele se transforma e vira o mesmo bicho que é no palco.</p>	<p>Reprimia tudo. Tinham me ensinado que isso tinha que ser reprimido. Mas era uma coisa que eu via que não dependia da minha vontade. Não dependia do meu querer, do meu pensamento. Era uma coisa inevitável – aquilo me chamava a atenção.</p>
<p>Não, até depois. Muito pouco depois. Só que era assim: homem e mulher junto. Eu tinha um namorado e tinha uma namorada. Ficávamos os três juntos.</p>	<p>As pessoas colocam um tabu em uma coisa que é divertida e é agradável, sabe? Não existia essa questão. A primeira vez que trepei na minha vida foi com mulher.</p>
<p>Da mesma maneira que a gente [homem] é criado pra ser escroto, elas são criadas pra casar. Não conseguem escapar disso. Eu estou falando de mulheres muito liberadas, mulheres loucas, doidonas. Quando se aproximava disso, eu tinha um pavor horróroso, não queria mais.</p>	<p>Eu libero isso. Não é para homem nem para mulher. É para quem queira. Adoro quando me tocam. Quando eles têm coragem de me tocar, dentro de mim eu penso: “Esse conseguiu passar por cima de um preconceito”. E deixo que me toquem. Não acho ruim. Quem quiser botar a mão em mim pode.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Esquematizada sob o formato de *ping-pong*, a entrevista reproduz na íntegra o posicionamento de Ney sobre argumentos políticos, comportamentais e artísticos centralizados em um único tema: o sexo. Maior valor de identificação do artista – que não se considera apenas cantor devido às suas performances corporais e verbais -, a sexualidade é protagonista em todas as falas de Ney. O tema engendra o trabalho de Matogrosso, incentiva sua busca por novos parceiros e parceiras, e motiva a

elaboração de experimentações artísticas que tomam o corpo como centro do universo.

Figura 9 – Ney Matogrosso



Fonte: Logo vi... (2013).

Ney se considera o palco de seus movimentos, que são enriquecidos sobre os palcos por meio de uma maquiagem expressiva e elementos sexualmente ambíguos – fazendo referências ao feminino e ao masculino sem distinções de gênero. A ideia desta performance energética, que é traduzida em suas canções, é causar um estranhamento em relação ao corpo nu e aos ornamentos que questionam o que é ser homem ou mulher na sociedade contemporânea.

Ou seja, o artista materializa-se como um produto cultural pop, consumido em larga escala e por incontáveis públicos sem estar restrito a um gênero (seja ele sexual ou musical) porque, conforme Ney cita na entrevista, “restringir é ser cafona”. Os atos transgressores do artista rompem com referentes culturais do que significa, por exemplo, ser macho no Brasil. Daí o interesse de Ney em enfatizar esta pluralidade de códigos em suas canções e nas indumentárias que transformaram, segundo o perfil, as noções da performance na música popular brasileira. Estes

mesmos códigos são traduzidos sobre os palcos por meio da figura do artista que, de peito nu e cabeça apontada ao céu, abre os olhos e empresta sua voz a incitações que buscam uma reflexão comportamental coletiva. “O que é o certo? E o que é o errado, principalmente no sexo?” são questões que integram as inferências desta cenicidade performática de Ney Matogrosso.

### 5.9 Alexandre Nero: do politicamente correto ao bom moço

Em setembro de 2014, na edição 97 de *Rolling Stone Brasil*, o personagem central foi o ator brasileiro Alexandre Nero. Redigido pelo jornalista André Rodrigues, o conteúdo também apresenta um ensaio com 14 fotografias de Daryan Dornelles<sup>35</sup>.

Quadro 10 – Perfil de Alexandre Nero

Formado como técnico em agropecuária, também já trabalhou como vendedor de telemarketing e caixa de banco. Perdeu os pais quando nem tinha completado 18 anos.	Grandalhão e afável, ele fala sobre tudo e não se preocupa em bancar o bom-moço empetecado. Nero pode ser comparado a uma granada – algo aparentemente inofensivo, mas que pode causar um enorme estrago.
O Aguinaldo [ <i>Silva, autor de Império</i> ] veio com uma história: “Vai ser um novelão”. Ou seja, uma novela tradicional. Ele resgatou uma coisa que a dramaturgia tinha perdido. Por algum motivo que eu não sei, entramos num caminho em que os protagonistas eram sempre bonitos, lindos, perfeitos, maravilhosos e bonzinhos.	Aquela ética do mito grego, de que o homem não erra, não tem problemas. Mas antes não era assim.
Eu não gosto da palavra bonzinho. A palavra bom é bem diferente de bonzinho [ <i>bate na mesa</i> ]. Eu não sou	O público é pé atrás. A gente convive num universo completamente diferente da grande e avassaladora maioria do

<sup>35</sup> Disponível em: [rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-97/alexandre-nero-o-infiltrado](http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-97/alexandre-nero-o-infiltrado).

bonzinho, eu sou bom! O bonzinho parece bobo. Para você combater o mal, você não pode ser bonzinho. Você tem que ser bom. E bom é forte, é porrada, entendeu? Porque para passar a perna no mal, você precisa ser bom.

povo brasileiro. Eu ouço isso diariamente dos motoristas de táxi: “Porra, a Globo só faz novela com viado agora, hein, pô!” Ontem eu parei para comer um cachorro-quente e a mulher falou: “Ei, a Globo tá com muita pornografia, hein”. Onde? Eu não consigo ver um peitinho na Globo! Pra mim, a programação da Globo é altamente familiar.

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 10 – Alexandre Nero



Fonte: Alexandre... (2014).

A interferência direta do jornalista no texto aparece no momento das perguntas, uma vez que a conversa é redigida no formato de *ping-pong*. Entre os sentidos que emergem e constituem um imaginário a partir do perfil pode se apresentar o valor identitário daquilo que é politicamente correto. Em suas

narrações, Alexandre Nero traz substantivos de tom ameno, direcionados a apaziguar polêmicas e desvendar de modo pacífico questões referentes ao pessoal e, sobretudo, ao profissional (Nero é ator filiado à Rede Globo).

A partir desta postura se podem observar comportamentos defensivos do ambiente de trabalho e uma constante tentativa em justamente não figurar como o “bonzinho”. Este ensaio que nega aquilo que o senso comum já postula tenta enfatizar a criação de um anti-herói, que transgride o tradicional. Mas que, ao fim, encerra seu ciclo na posição de bom moço. Este estereótipo é reforçado por produtos culturais – neste caso, as novelas encenadas por Alexandre Nero – e por todos os elementos que constituem a identidade do sujeito: seu vestuário, a linguagem escolhida, o penteado, as aparições na mídia, as mensagens pontuadas em redes sociais etc.

### 5.10 Cazuzza: um poeta exagerado que não morreu

O segundo perfil póstumo analisado nesta dissertação é o de Cazuzza, publicado na edição 106 de *Rolling Stone*. O perfil<sup>36</sup> de autoria de Mauro Ferreira está incluído no exemplar de junho de 2015 da revista. Há, ainda, uma galeria com sete imagens de arquivo que retratam instantes da história do artista.

Quadro 11 – Perfil de Cazuzza

<p>[...] o Cazuzza, um dos mais relevantes cantores e compositores da geração pop projetada no Brasil ao longo dos anos 1980. Em intensos nove anos de carreira, Cazuzza deixou uma obra duradoura, tendo até escapado das fronteiras do país, como atesta o registro em espanhol de “O Tempo Não Para”, feito em 1992 pelo grupo argentino Bersuit Vergarabat.</p>	<p>Morto após uma árdua luta contra os males causados pelo vírus da aids, Cazuzza vive na memória da música brasileira entre lendas sobre seu temperamento passional. Mas o que lhe garante a posteridade é a obra que transcendeu o universo do rock ao se aproximar da MPB com uma poesia sempre cortante no fio da navalha. Uma obra pautada por um desespero</p>
---	--

<sup>36</sup> Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-106/eternamente-exagerado>.



	paradoxalmente esperançoso.
“Renato Russo que me perdoe, mas Cazuzza é o artista mais importante da geração dele. Renato era genial, como Cazuzza, mas era geneticamente triste. Cazuzza era geneticamente alegre”, compara.	“Como poeta, o Cazuzza construiu um universo de rebeldia, transgressão. Ele misturou informações brasileiras e internacionais com estilo particular, único. Nossa afinidade se constituiu de forma meteórica. Essas coisas são carmáticas. Em nove anos, construí com ele uma amizade que eu tinha somente com meus melhores amigos de infância.”
O que não mudou foi a forma impulsiva com que Cazuzza levou sua louca e breve vida.	Goffi sempre soube que, por trás de qualquer loucura de Cazuzza, havia amor em profusão. “O amor sempre foi o carro-chefe dele. Ele amava a todos e era amado por todos nos lugares por onde andava. Era um príncipe de Ipanema, do Posto 9, com sua turma, sempre em bandos espalhados pela areia. Cazuzza era gay e bem resolvido com a sua sexualidade. Era ariano e, às vezes, um pouco careta, como todo ariano é na essência: bem louco e bem careta”, caracteriza Goffi.
“João e Cazuzza tinham uma relação de pai e filho mesmo. Já comigo, era a falta de respeito total. Cazuzza me mandava à merda, mas não tinha a audácia de xingar o João. Diante do João, ele botava o rabo entre as pernas.”	Pelo talento precoce, Cazuzza já merecia uma medalha somente por ter composto a letra e a música de “Down em Mim”, aos 18 anos, em 1976, quando ainda nem pensava em ser cantor profissional.
Entre rebeldias e contradições de um adolescente posto em colégio de padres quando a família descobriu um cigarro de maconha nos seus pertences,	De uma forma ou de outra, o poeta está vivo.

pairava o gosto pela leitura e pela poesia.	
---	--

Fonte: Elaborado pela autora.

A impossibilidade de entrevistar o personagem central do perfil motivou o repórter a investigar elementos da vida de Cazuzza junto à sua mãe, Maria Lúcia da Silva Araújo. Também foram ouvidos Ney Matogrosso, amigo e namorado do cantor, e Frejat, colega de Barão Vermelho e atual líder da banda. Em menor escala aparecem, ainda, depoimentos do baterista do Barão, Guto Goffi, da cantora Marina Lima, e de Leoni, cantor que compôs “Exagerado”, talvez uma das canções que mais fala em nome de Cazuzza.

Figura 11 – Cazuzza



Fonte: Eternamente... (2015).

Estes depoimentos auxiliam na compreensão de quem foi – e ainda permanece sendo – o cantor, que faleceu vítima da Aids aos 32 anos. O consenso, seja a partir de análises de depoimentos antigos do próprio Cazuzza ou com base

naquilo que seus amigos e familiares ordenam, é de que o artista tomou a intensidade como palavra-chave de sua vida.

Assim, este valor se insere como o protagonista na construção identitária de Cazuza também no momento de sua morte – ainda mais midiaticizada em função da epidemia da Aids ter sido, na década de 1990, causa de tabus e inquietações. Conforme os relatos no perfil de *Rolling Stone*, no período em que o artista descobre a doença os veículos de comunicação anunciam sua morte como já dada: a sentença estava concluída no momento em que ele tornou pública a sua condição.

É de se conceber a Aids no centro de um cenário bastante complexo culturalmente, uma vez que vem acompanhada de uma discussão referente à homossexualidade de Cazuza. Daí emergem, ainda, articulações que novamente remetem aos comportamentos intensos, subversivos, transgressores e exagerados, como ele mesmo cantava sobre os palcos. A morte se manifesta na identidade de Cazuza como um acontecimento porque ela causa, em certa perspectiva, uma quebra de paradigmas na imagem do cantor. Até então, Cazuza era sinônimo de um sujeito boêmio, de vida leve (apesar da intensidade) e com uma visão romântica de mundo. Com a Aids, este contexto é cercado pelas questões mais densas da existência humana e exterioriza as fragilidades do artista.

A postura cênica de Cazuza, no entanto, é a mesma: a de um sujeito público que, na vez de celebridade, enfatiza aquilo que o homem anônimo também sentiria – as dores, os amores, as loucuras e os exageros. Tudo sempre muito intenso.

### **5.11 Wagner Moura: a ficção dá voz ao real**

A edição 108 da revista *Rolling Stone* no Brasil, divulgada em agosto de 2015, traz o ator Wagner Moura como perfil central. O conteúdo<sup>37</sup> é assinado pelo jornalista André Rodrigues, acrescido de sete fotografias de autoria de Daryan Dornelles.

---

<sup>37</sup> Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-108/do-outro-lado>.

Quadro 12 – Perfil de Wagner Moura

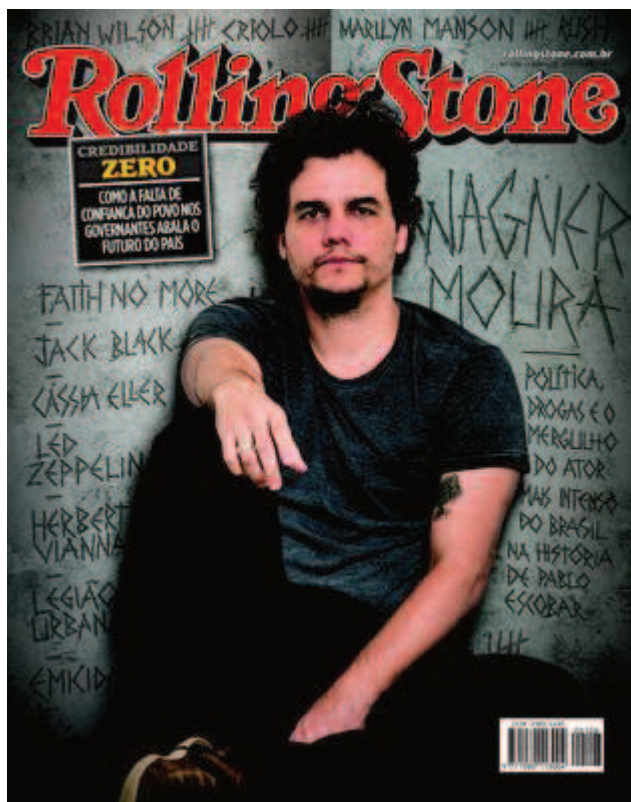
Com 23 anos de carreira e reconhecido como um dos melhores atores de sua geração (para muitos, o melhor), hoje Wagner Maniçoba de Moura deixa a impressão de que poderia ser qualquer um, qualquer coisa. Mas, outra vez, escolheu mergulhar no universo dos entorpecentes.	O projeto dele para 2016 é dirigir um filme sobre o guerrilheiro brasileiro Carlos Marighella. Também está fazendo pesquisas com o diretor e roteirista Karin Aïnouz.
[...] os personagens de Moura costumam combinar revolta com carência, brutalidade com gentileza, raiva com compreensão. Parece que ele some dentro de cada um para retornar logo depois e contar o que aprendeu, como faz na entrevista a seguir.	Quando eu vou lá para Berlim e falo que sou a favor da legalização das drogas, esse é um tipo de discussão que me parece boa.

Fonte: Elaborado pela autora.

Embora o material seja apresentado em uma entrevista *ping-pong*, é possível visualizar um jogo de palavras que conecta a trajetória profissional e as histórias pessoais do ator. O perfil é motivado pelo novo trabalho de Wagner Moura, em que ele interpreta Pablo Escobar na série *Narcos*, da Netflix. Esta é a segunda ocasião em que ele se desenvolve profissionalmente no segmento do tráfico: a primeira ocasião foi no filme *Tropa de Elite* (1 e 2), quando deu vida ao Capitão Nascimento.

O valor de Wagner Moura a partir das percepções de *Rolling Stone Brasil* está no ativismo indireto promovido pelo ator diante de causas como política e drogadição. Ou seja, enquanto sujeito inserido na indústria cultural, Wagner se vale das atenções que a ele são dirigidas para dar início a debates pacíficos. Em outras palavras, é a ficção encenada por ele que materializa inferências naquilo que se pode chamar de “vida real”. Por meio do espaço midiático que está à sua disposição e da credibilidade tecida por ele após suas décadas de vida pública, Wagner Moura dá voz para uma militância que aparece discreta – e, justamente por isso, não é concebida como agressiva.

Figura 12 – Wagner Moura



Fonte: Wagner... (2015).

A sutileza com que o ator se posiciona contribui para que não haja o desenho de um estereótipo referente a ele – apesar de já haver um senso comum sobre sua simpatia com a esquerda política do Brasil e, ainda, referente à ideia de que as drogas deveriam ser liberadas no país. Quando se nega a conceder entrevistas para veículos apenas direcionados a celebridades, o ator reforça a ideia de que não quer uma autopromoção: seu propósito é emprestar a fama para que assuntos de interesse público sejam cada vez mais pautados pela mídia.

É assim que Wagner Moura concede sua performance enquanto artista para popularizar questionamentos sobre comportamento, família, meritocracia, gênero, violência e segurança. E é daí que aparece a sua motivação para aceitar novos trabalhos na televisão, no cinema ou na internet, como é o caso de *Narcos* e de *Tropa de Elite*.

## 5.12 Emicida: força negra que tem lugar

Em setembro de 2015, *Rolling Stone* selecionou Emicida como protagonista de seu principal perfil. Este conteúdo<sup>38</sup> da edição 109 foi assinado pelo jornalista Peú Araújo e é acompanhado por uma galeria de seis imagens – de arquivo pessoal e também assinadas por Rui Mendes.

Quadro 13 – Perfil de Emicida

Emicida vem da periferia para combater o racismo, do underground ao mainstream.	Leandro Roque de Oliveira é a maior referência do rap para a sua geração.
O Laboratório Fantasma, misto de escritório de comunicação, gravadora e selo criado por ele e pelo irmão, Evandro Fióti, é exemplo de administração, empreendedorismo e organização.	A história para chegar até esse ponto inclui muitos percalços, mas também conquistas.
“Nunca imaginei que um dia eu iria ligar pro Caetano Veloso e falar: ‘E aí, Caetano, firmeza? Ó, tô com uma letra aqui’.”	“Eu incomodo, porque eu sou preto. Eu incomodo os brancos e os pretos que cometeram suicídio de alma. Sabe o que é isso? É quando o escravo passa a se ver pelos olhos do senhor”, diz.

Fonte: Elaborado pela autora.

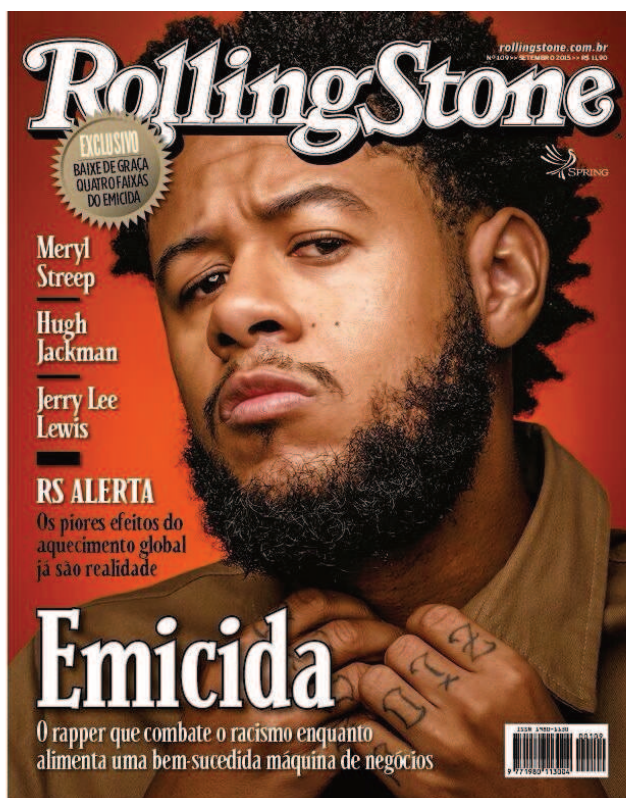
Com elementos descritivos que inserem o leitor no mesmo cenário em que está o artista, o texto apresenta um Emicida formatado a partir de uma ótica de heroísmo. Apesar de o autor do perfil não o chamar diretamente de herói, as narrações seguem o tradicional modelo que articula uma infância pobre a uma adolescência de lutas, e que culmina em uma vida adulta de sucesso.

Parece haver uma necessidade, assim, de instituir rótulos e “caixinhas” que enquadrem o sujeito, anônimo ou não, diante de aquilo que ele performa em sua

<sup>38</sup> Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-109/forca-negra>.

rotina. Ou seja, a revista reafirma uma identidade para torná-la referência perante dada geração. Neste caso, o valor identitário de Emicida é reforçado por meio de sua música, no rap, que se posiciona enquanto reflexo do cotidiano por ele vivenciado. Ora, as canções são um retrato do passado e do presente do cantor, que relata a rotina como criança carente até os desejos de um homem cuja realidade social é cercada, na contemporaneidade, por um cenário de arte e estrelismo.

Figura 13 – Emicida



Fonte: Força... (2015).

Repetindo aquilo que acontece quando o grupo Racionais MC's é o tema de um perfil, com Emicida a negritude percorre todos os movimentos discursivos e parece justificar os feitos e as complexidades dele enquanto artista. Em outras palavras, o tensionamento de questões como o empreendedorismo se apresenta sob uma constante frequência – reafirmando que, “embora seja negro”, Emicida conquistou sucesso também como empresário. A partir daí, se pode perceber que ser negro é parte constituinte do que é e daquilo que faz o artista: tudo que ele articula é relacionado à cor de sua pele, que determina, ainda, seu lugar de fala e até os silêncios diante da sociedade em que está inserido.

### 5.13 Segundo movimento: semelhanças entre valores identitários

Conforme descrito no início deste capítulo, após a análise individual dos 12 perfis de *Rolling Stone* (apresentada nas últimas páginas) será dado início a um segundo movimento de avaliação. Na etapa que se apresenta a seguir, estes 12 textos serão agrupados segundo valores identitários que se assemelham – para que, assim, se possa concluir o entendimento do que parece ser prioridade para a edição brasileira de *Rolling Stone*.

Do mesmo modo como ocorreu na primeira etapa desta análise, todos os perfis foram expostos em um grande mural e reavaliados em grupo, depois de serem observados de modo individual. Se entende que, deste modo, os sentidos emergem de forma contínua e mais precisa, uma vez que emergem em dias e situações distintas entre os autores desta pesquisa.

### 5.14 Claudia e Carolina, as únicas mulheres

As atrizes Carolina Dieckmann e Claudia Raia são as únicas duas mulheres brasileiras que aparecem como capa de *Rolling Stone Brasil* entre janeiro de 2012 e dezembro de 2015. Conforme indicado na análise anterior, os valores que mais se tornam aparentes nos perfis destas celebridades estão relacionados à beleza física e à pluralidade de funções que ambas cumprem em suas trajetórias – profissional e pessoalmente.

Os marcadores mais evidentes que aproximam as histórias contadas pela revista reforçam, portanto, os ideais de corpo, daquilo que é bonito ou feio, e de uma versão daquela que seria a mulher ideal: trabalhadora, bela, mãe de família, dedicada e talentosa. Ora, são valores que conectam atributos corporais (musas fitness, magras, peles bem cuidadas etc) aos subjetivos (mulheres centradas, bem decididas, que resolvem o que desejam para as suas vidas).

É possível perceber, assim, que além de as mulheres representarem uma significativa minoria nos perfis brasileiros em *Rolling Stone* no respectivo período analisado, o discurso referente a elas se repete a partir de novos moldes. Apesar de diferentes, Carolina e Claudia são a mesma segundo a ótica da revista: brancas, bonitas, “saradas”, responsáveis com os filhos e com carreiras de sucesso na TV Globo. Então, as mulheres que caminham na contramão deste movimento não se



enquadram na lógica editorial da revista, uma vez que fogem do estereótipo cada vez mais reforçado (como mostram estes perfis) das mulheres celebridades do Brasil.

Daí aparece um novo viés analítico, em que é necessário pensar na representação destas mulheres famosas em relação às anônimas. Como discutido no capítulo 3, a cultura pop e os produtos culturais brasileiros que existem por trás destes sujeitos (no caso, as mulheres) geram sentidos e afetam a vida cotidiana dos seres normais. Ora, se a cultura pop inspira uma performance social, os estereótipos reforçados nela (e por ela?) também podem aparecer como uma motivação aos indivíduos anônimos – e, assim, se inicia a instituição de uma memória sobre aquele sujeito.

Esta memória consiste em uma construção social histórica, que naturaliza a mulher (às vezes, sem intenção) em uma posição-sujeito já estabelecida: de fragilidade, de futilidade, até de ignorância etc. O discurso de *Rolling Stone* em relação a Carolina e a Claudia se manifesta, na maior parte das vezes, a partir desta posição feminina, em que fulana realizou algo “apesar de ser mulher”. O fato de elas se enquadrarem neste gênero é um elemento que percorre toda a elaboração dos textos, em uma negociação que passa pelas histórias pessoais (de casamentos, namoros etc), da infância e da profissão. Ou seja: ser mulher diz muito sobre quem elas são, até mesmo em temáticas que não necessitariam da inclusão de gênero em sua explicação.

A categorização de assuntos por meio dos enunciados também se assemelha: são temas relativos ao cotidiano, aos corpos magros e aos sonhos na carreira. Há espaço, ainda, para uma amostragem de que a mulher contemporânea é esta exemplificada por Carolina e por Claudia, que tem atingido sua satisfação pessoal e valorização profissional em ambientes até então restritos aos homens.

### **5.15 Romário, Anderson e Chorão, da vida difícil às vitórias**

Um (entre tantos e possíveis) elementos que relaciona as histórias contadas em *Rolling Stone* sobre Romário, Anderson Silva e Chorão é a complexa trajetória de suas vidas que resulta na conquista da fama, de vitórias, de sonhos. Entre os três brasileiros, os valores identitários não se repetem de um mesmo modo, sob um

único padrão, mas se assemelham e criam conexões a partir do imaginário tecido pela revista em seus perfis.

É possível averiguar que, em todos os casos, existe um discurso que enaltece uma infância (quase sempre) pobre, no interior, em que o filho (menino) precisa trabalhar desde cedo para ajudar nas despesas da família. Com sonhos e munido de força de vontade, este homem luta por seus desejos, enfrenta inúmeros obstáculos e, por fim, chega ao tão aguardado sucesso. Este mesmo percurso pode ser observado, ainda, em histórias reais ou fictícias do cinema, do rádio, da televisão – e, claro, das páginas de revistas e de jornais.

É uma ideia que se aproxima da Jornada do Herói exposta por Martinez (2008), conforme apontado no capítulo 2 desta dissertação. Ou seja, um sujeito normal que circula no mundo comum, e aceita iniciar uma aventura – às vezes de modo não planejado. No percurso heroico há testes a serem provados, e aliados e inimigos se unem à luta. Mesmo após sua conquista, o ser em questão não apaga as memórias de sua rotina anônima, bem como os valores aprendidos ainda na infância. Este modelo transforma, assim, um homem ou uma mulher normais em um herói ou heroína, com todas as provações a que estes são submetidos.

No esporte, ao citar Romário e Anderson, se visualiza que não é raro identificar relatos de superação recontados (e, porque não, criados) pela mídia. Em especial no Brasil, o esporte – em especial, o futebol – é uma das válvulas de escape que os sujeitos escolhem como prioridade de lazer, fazendo com que a seleção brasileira, inclusive, chegasse a ser um dos principais elementos identitários e de união do país. Portanto, no esporte se convencionou popularizar histórias de brasileiras e de brasileiros que se reinventaram para conquistar títulos, medalhas, reconhecimentos.

Na música, apesar de menos evidente, também é possível detectar indícios destes elementos. No momento em que *Rolling Stone* destaca, de maneira póstuma, as complexidades enfrentadas por Chorão na adolescência e no início de sua carreira como cantor e líder de uma banda de rock, é esta a memória que a revista pretende reafirmar junto ao leitor: a de um brasileiro que lutou e, por adversidades da vida, faleceu ainda jovem.

A partir daí, levando em consideração o fato de Chorão ter ido a óbito devido ao uso de drogas ilícitas, se percebe a valorização da romantização de determinados temas delicados, como a morte e o tráfico de drogas. No caso de

Romário, o mesmo atributo aparece quando a sua trajetória de sucesso é mais evidente do que as infidelidades matrimoniais, as “marras” em campo, a falta de profissionalismo em decorrência de bebida, as controvérsias políticas etc.

Estes itens descritos por meio de personagens da cultura pop representam estágios da “vida real”, em que sujeitos anônimos também enfrentam embates econômicos, sociais e pessoais no caminho entre o sonho e a realização. O que acontece, por vezes, é a intensificação das histórias de celebridades a fim de que sejam edificados símbolos e marcos de uma geração.

Ou seja: subjetivamente, *Rolling Stone* auxilia na construção de mitos que se fixam no imaginário dos sujeitos e, assim, reproduz discursos de superação e heroísmo.

### **5.16 Ney, Lobão e Cazuza, três vidas em rebeldia**

Entre o grupo de valores que emergem dos perfis de Ney Matogrosso, Lobão e Cazuza, se evidencia a rebeldia por meio de manifestações musicais (e, assim, sociais). Com suas canções, estes ícones da cultura pop brasileira performam<sup>39</sup> seus desejos e defesas sobre os palcos, nas ruas, em redes e na sociedade.

Muito deste envolvimento com a música vem do próprio rock'n roll, que conduz a maior parte dos trabalhos destes três brasileiros. O formato musical, popularizado no final da década de 50 e inícios dos anos 60 em todo o mundo (CORRÊA, 1989) apareceu como um caminho libertador para os adolescentes – que se desprenderam de amarras tradicionalistas e normatizadas da época. A revolução sexual, cultural, de moda, de fala, de atos, expressava a revolta (naquilo que hoje se conhece como contracultura) diante de movimentos fixos, estanques e preconceituosos. A proposta destes artistas, então, é romper com o comum e preencher as extensões entre a forma e o conteúdo das canções, uma vez que o rock traz em sua essência a dependência do discurso de protesto – seja ele interno, governamental, passional ou puramente rebelde. (CORRÊA, 1989).

A paixão pela vida enunciada, em especial, por Cazuza e Ney, é um dos atributos mais expressivos de nomes vinculados ao rock'n roll: estes sujeitos não economizam em polêmicas, em exageros, em descontroles porque tomam a vida,

---

<sup>39</sup> Apesar de falecido, se acredita que Cazuza segue performando por meio dos conteúdos culturais que construiu em sua trajetória.

segundo o que indica *Rolling Stone*, como única e passageira. Ou seja, a rebeldia do rock é instituída como uma alternativa de mudança que vai contra a conformidade daquilo que é pré-estabelecido. Assim, as canções apresentadas pelos três incorporam mais significados à sociedade do que apenas música – elas representam a insatisfação de uma geração diante do que ainda é imposto a crianças, jovens e adultos.

A partir daí, um outro elemento intervém nesse processo, contribuindo significativamente para aumentar ainda mais a identidade da música jovem e renovadora do rock com a audiência e, por decorrência, com o mercado de produtos para a juventude: o artista, ou grupo de artistas, que interpreta esse gênero. Isso porque há um vínculo obrigatório entre a corrente ou estilo do rock e quem o representa, muito mais do que em outros gêneros e formas de música. (CORRÊA, 1989, p. 30).

Em outras palavras: sem o artista, o rock não ganha voz, não toma as ruas, não tem a sua essência. Justamente porque o formato musical defendido por Ney, Cazuzza e Lobão surgiu da composição de ideias de mentes pensantes (CAMPELLO, 1987) tais quais a destes três músicos.

### **5.17 Racionais e Emicida, as vozes negras**

Os atributos que integram a identidade negra fazem parte dos valores que conduzem os perfis de Racionais e de Emicida em *Rolling Stone Brasil*. O grupo de hip hop e o cantor são os únicos afrodescendentes que aparecem como capa da revista entre 2012 e 2015, período de análise desta pesquisa.

Estes marcadores são embasados pela própria fala dos entrevistados, que discutem a representatividade de sua raça dentro do cenário da cultura pop – especificamente na música brasileira. Seja no perfil da banda ou no de Emicida, o discurso provoca inferências sobre a visibilidade que estes ícones geram a sujeitos negros. Ou seja, eles ganham voz para falar em nome daqueles que se identificam com os seus trabalhos. Daí se analisa a música popular, que se caracteriza como um item da mídia na qual é possível negociar, na sociedade, os valores e as estratégias das identidades individuais e também as coletivas.

A música, neste caso, aparece como uma ação política em uma narrativa de caráter militante – ora, Racionais e Emicida veiculam seus produtos que acabam interferindo em temas densos do Brasil, que incluem a própria identidade nacional

sendo atravessada pela articulação entre a população negra na sociedade e toda a história escravista e racista do país.

Este diálogo se faz necessário devido justamente à representatividade comentada nos parágrafos anteriores: a presença de artistas da cultura pop negros sendo midiáticos ainda é muito menor do que a de brancos, seja na televisão, nos jornais, na revista ou no cinema. Uma pesquisa indicada pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa<sup>40</sup>, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, dá uma amostra deste cenário: entre 1994 e 2004, apenas 4% das protagonistas de novelas da Rede Globo foram interpretadas por atrizes mulheres que não são brancas. Taís Araújo, Juliana Paes e Camila Pitanga são os nomes mais recorrentes entre as escolhidas.

Ou seja, a partir deste único dado já é possível vislumbrar uma invisibilidade da população negra em produtos da cultura pop. Na contramão deste movimento, contudo, aparecem artistas que, ao assumir sua estética e sua cultura – tal qual fazem Racionais e Emicida –, reforçam a sua resistência e se colocam diante de um protagonismo que, em princípio, não os é conferido. Por meio de ícones da cultura pop (como Racionais e Emicida), o empoderamento negro e o orgulho da estética afro podem encontrar um novo caminho de valorização.

### **5.18 Alexandre e Wagner, as palavras sutis e planejadas**

Enquanto determinadas celebridades se reconhecem enquanto “palco” de temáticas consideradas mais firmes e/ou polêmicas, há sujeitos famosos que concebem a sutileza de seus posicionamentos como percurso para a constituição de sua imagem pública. É este o valor que emerge após a avaliação dos perfis de Alexandre Nero e Wagner Moura em *Rolling Stone Brasil*: os atores brasileiros, apesar de não silenciarem em relação a assuntos complexos, tendem a tecer um discurso que se afasta da ideia estereotipada de um artista.

Explico. Por meio de suas falas e do que aparece na revista, ambos indicam movimentos que findam com condições pré-estabelecidas, ou seja, que tal ator precisa agir “assim” enquanto outro nome deve incorporar outra postura. São sujeitos normais, apesar de famosos – que guardam posicionamentos políticos, esportivos, de lazer; são seres que choram (como Alexandre) e que não escondem o

---

<sup>40</sup> Mais detalhes em: [gema.iesp.uerj.br/infografico/infografico3](http://gema.iesp.uerj.br/infografico/infografico3).

amor à família (Wagner). Com palavras sutis e anteriormente planejadas, estas celebridades desenham um comportamento neutro, sólido e simples diante do que é questionado.

Assim, mostram entender o significado de representação diante da sociedade – uma vez que aquilo que falam/fazem/planejam, enquanto figuras públicas, é, por vezes, reproduzido em larga escala por aqueles que os acompanham. Ao tomar a consciência de sua voz perante o Brasil, os atores desempenham uma legitimidade autêntica que vai de encontro à formatação de estereótipos. Wagner Moura, por exemplo, confirmou em outras entrevistas<sup>41</sup> que nega papéis na televisão e no cinema que incorporem e reforcem estereótipos, principalmente, do perfil do homem branco e latino.

A ideia de Wagner e Alexandre, portanto, é se apresentar como um ser humano comum, em uma realidade que se aproxima daquela de milhares de outros brasileiros – apesar da posição pública em que se inserem. Ou seja, é fazer cair as máscaras que criam personagens até na “vida real”.

Assim, após analisar estes 12 perfis individual e coletivamente, se pode compreender a mídia – neste caso, a revista *Rolling Stone Brasil* – como uma fonte de formulações de saberes, de subjetividades, de opiniões e, principalmente, de valores identitários. A partir daí, despontam comportamentos inspirados justamente em elementos da cultura pop, como as 12 celebridades analisadas nestas páginas. Conforme observamos no capítulo anterior, as celebridades vivem movimentos de reconhecimento que se adaptam a estereótipos, esquecendo a separação do sujeito anônimo e do indivíduo público.

Esta cultura midiática cria valores de identidade reproduzidos, portanto, no meio social. Ora, se a mídia auxilia na criação de imaginários sobre o comportamento de celebridades, por consequência é responsável sobre muitas das atitudes, das sensações e das opiniões expressadas por sujeitos anônimos e comuns. Deste modo, modela pensamentos, performances e identidades.

Por meio daquilo que é publicado em revistas, como é o caso desta pesquisa, são edificados valores sobre os ideais de sucesso, de beleza, de certo, de errado, de educação, de posicionamentos políticos etc. Em outras palavras, a cultura midiática “[...] passou a dominar a vida cotidiana, servindo de pano de fundo

---

<sup>41</sup> Mais informações em: [adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-132247](http://adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-132247).

onipresente” (KELLNER, 2001, p. 11) ao oferecer modelos que funcionam como uma espécie de “sistema de valores” a serem tomados como referência.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS: “AND IN THE END, THE LOVE YOU TAKE IS EQUAL TO THE LOVE YOU MAKE”

Os percursos traçados dentro de uma pesquisa acadêmica – bem como todas as escolhas da vida – nunca tem um só porquê. As inquietações que motivaram a elaboração deste estudo partem de dois afetos: o pessoal, para suprir desejos e projeções da autora, e o profissional, a fim de atender a indagações jornalísticas emergentes desde 2014.

Explico. Foi em 2014 que se concretizou uma primeira aproximação com o meio acadêmico (de pesquisa), por meio do Trabalho de Conclusão de Curso em Jornalismo. Na respectiva investigação, mapearam-se os sentidos apontados pela revista *O Cruzeiro*, entre 1965 e 1967, que resultaram em um discurso sobre o movimento musical da Jovem Guarda. Desde então cresceu a curiosidade relativa aos nuances do jornalismo de revista e às suas articulações e desdobramentos diante da sociedade.

As considerações desta pesquisa, que serão detalhadas a seguir, motivaram, inclusive, a estruturação de um projeto de Doutorado que deve partir das noções trazidas, nesta dissertação, sobre perfil e cultura pop – acrescidos à ideia da Jornada do Herói. A proposta inicial é incluir questões de gênero e de sexualidade para pensar uma possível Jornada da Heroína a partir de articulações relativas à identidade brasileira. Estes serão os elementos-paixão que devem guiar os próximos estudos desta pesquisadora.

Ora, é com este incentivo que se desdobrou o interesse em analisar, ainda no Mestrado, os valores identitários que aparecem nas páginas de *Rolling Stone Brasil* – pois se considera que este jornalismo tem a capacidade de revelar elementos importantes para se pensar as construções referentes ao país. Isso acontece, segundo o que foi apresentado nesta pesquisa, porque a mídia tende a transformar as informações sociais, seja natural ou espontaneamente, em um produto da indústria cultural (KELLNER, 2001) que é consumido em larga escala pelos sujeitos. Esta apropriação dos bens simbólicos oferecidos pela mídia se dá desde conteúdos simples, como o noticiário geral e diário, até a complexidade de temas relatados em revistas (SCALZO, 2008), onde a periodicidade mais elástica permite uma reelaboração dos conteúdos e um planejamento mais extensivo de pautas, de palavras, de discursos, de intenções, de entrevistados.



Em muitos veículos, como é o caso de *Rolling Stone Brasil*, a cultura pop aparece como diretriz das publicações - uma vez que a empresa, com matriz norte-americana, tem esta delimitação em seus princípios e objetivos. Por meio da veiculação de distintas reportagens, perfis, listas, notícias, notas, infográficos, espaços do leitor etc., a revista dá indícios daquilo que, conforme seu plano editorial, parece ser importante ao público que a consome todos os meses. Ao selecionar dada celebridade entre tantas outras e, a partir dela, traçar um perfil jornalístico seguindo tópicos de assunto, *Rolling Stone* desenha sentidos e cria discursos, por vezes sutis, referentes às questões discutidas a partir de seus entrevistados. Ora, porque o perfil no jornalismo não se apresenta tão somente como um formato de texto em que um sujeito se torna o protagonista de sua história – por meio do perfil, pode se compreender uma temática por trás de uma celebridade, as suas lutas, os seus preconceitos, as suas influências diante do público. Um perfil não trata de uma celebridade, mas do que aquele indivíduo famoso tem a dizer aos sujeitos que o acompanham.

Quando *Rolling Stone Brasil* seleciona, por exemplo, apenas duas mulheres e 10 homens brasileiros em quatro anos de circulação mensal (entre 2012 e 2015) já se percebem duas questões. A primeira é: os artistas do Brasil não são a prioridade das publicações da revista, uma vez que correspondem a apenas 25% de todos os perfis de capa publicados nestes quatro anos de análise. Ou seja, entre os 48 meses de circulação da revista, brasileiros ou brasileiras aparecem como protagonistas em 12 ocasiões. A segunda questão que se mostra é a inferioridade no número de mulheres celebridades: duas contra 10 homens. E mais: a partir de análise descrita no capítulo anterior, é possível averiguar que as temáticas que norteiam os perfis femininos se manifestam de modo semelhante, uma vez que tratam de beleza, namoro/casamento, filhos e a pluralidade de trabalhos que uma mulher é capaz de executar.

Ou seja: quando a revista trata disso, não está falando apenas de Carolina Dieckmann ou de Claudia Raia; ou, no momento em que entrevista Racionais MC's e Emicida, não aborda tão somente suas carreiras na música. Ao citar as emoções vivenciadas por Claudia e Carolina, estão sendo trabalhados valores do que é ser mulher; e, do mesmo modo, quando se expõem Emicida e Racionais, são elencados discursos sobre o que é ser negro em uma periferia no Brasil. A celebridade não é nomeada apenas a partir do que ela faz ou é: o artista, enquanto membro de uma

indústria cultural, representa fatias de sujeitos que absorvem os valores popularizados pelo ídolo e os reproduzem socialmente, inclusive moldando as suas identidades individuais e coletivas.

Esta garantia é amparada pela cultura pop – ora, sujeitos anônimos se deixam afetar pelas representações de celebridades porque estas amplificam em caráter nacional, e às vezes até estrangeiro, sensações, sentimentos, histórias, dramas e dúvidas que pertencem também à classe comum da sociedade. (SOARES, 2015). A telenovela emociona porque traz elementos cotidianos que integram a vida de maior parte da população. A música traz reflexões porque entoa dores, desgostos e vitórias que são partilhadas por indivíduos a cada dia, em todos os países do mundo. E assim se sucedem todos os produtos que chegam às casas, aos rádios, às televisões e aos celulares de brasileiros e de brasileiras diariamente. À frente destas performances, então, se mostram as celebridades – nomes de visibilidade que agrupam, em si, as qualidades e os defeitos de um sujeito comum, só que de modo exaustivamente ampliado e repetido.

Como os valores identitários mapeados em 12 perfis de *Rolling Stone Brasil* estão detalhados na segunda etapa do capítulo anterior, parece importante, neste espaço conclusivo, refletir – sem repetir – as considerações referentes à cultura pop, suas celebridades e o jornalismo de revista. Após desenvolver a investigação desta pesquisa, se constata que os valores identitários, subjetivos que são, variam conforme a própria absorção do sujeito. Ou seja, não há uma delimitação (e parece ousado e incorreto tecer tal afirmação) sobre quais são os únicos valores identitários que aparecem nos perfis analisados em *Rolling Stone*. Os elementos que emergiram neste estudo refletem uma percepção que, aos olhos dos autores da pesquisa, parece completa – no entanto, a outros sujeitos os discursos poderiam representar distintas percepções e, por consequência, novos valores de identidade.

A partir da garantia de que *Rolling Stone Brasil* contribui na construção (e na reprodução) de valores identitários com base naquilo que publica em relação a celebridades, se pode pensar que a mídia atua como um sistema simbólico que representa as culturas individuais e coletivas dos sujeitos. Em outras palavras, sua força social atende aos interesses da população – ao mesmo tempo em que ajuda a formatar quais são estes interesses.

Daí se pode pensar o perfil como uma prática singular do jornalismo de revista. Quando este item é apresentado, por exemplo, em *Rolling Stone*, a revista

se assume enquanto perita naquilo que expõe, mês a mês, a seus leitores – gerando visibilidade, intensidade e confiança a quem consome o seu conteúdo. A complexidade do perfil se expande quando ele aparece em um veículo cuja circulação é elástica e se repete apenas uma vez ao mês. Portanto, além de retratar um tema considerado atual, o perfil (e aqui está se pensando em um perfil de celebridade) atua em uma espécie de “[...] ‘política das identidades’, que está ligada à formulação, por grupos sociais distintos, de um conjunto de valores que lhes permite ajuizar sobre suas escolhas e identificações, o que é refletido mercadologicamente”. (SCHWAAB; TAVARES, 2013, p. 39).

A revista *Rolling Stone*, partindo dessa premissa, ao descrever perfis de celebridades que constituem valores identitários sobre (e para o Brasil), aparece como elemento de distinção que não apenas informa: ela forma sujeitos, condiciona posturas e ajuda a moldar opiniões. Este processo de negociações entre a revista e os seus consumidores é reconhecido por direcionar holofotes às celebridades, seja nacionais ou estrangeiras, e assim formatar saberes, pensamentos, valores e identidades.

A canção que dá título a este capítulo, de autoria dos Beatles, reproduz que “no final, o amor que você dá é igual ao amor que você recebe”. Assim funciona tudo aquilo que é descrito em uma página de revista: os afetos publicados são absorvidos pelos leitores. O discurso que é enaltecido, aparece. A celebridade que é selecionada, representa. Os valores que são delineados, enfim, repercutem.

## REFERÊNCIAS

A ARTE da conquista. **Revista Rolling Stone**, 2012. Disponível em:  
<<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-74/arte-da-conquista#imagem0>>.  
Acesso em: 5 abr. 2018.

A DANÇA solitária de Anderson Silva. **Revista Rolling Stone**, 2012. Disponível em:  
<<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-69/danca-solitaria-de-anderson-silva#imagem0>>. Acesso em: 5 abr. 2018.

ABREU, Luis Felipe Silveira de; ARAUJO, André Correa da Silva de; SILVA, Alexandre Rocha da. Do perfil jornalístico à escrita biográfica: vida em detalhes. **Contemporanea**, Salvador, v. 14, n. 1, jan./abr. 2016. Disponível em:  
<<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/13845/11082>>. Acesso em: 23 jan. 2017.

ALEXANDRE Nero estampa a capa da edição de setembro de *Rolling Stone*. **Revista Rolling Stone**, 2014. Disponível em:  
<<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-97/alexandre-nero-o-infiltrado#imagem0>>. Acesso em: 5 abr. 2018.

AMARAL, Adriana. Adriana Amaral: Carrie Fisher e a força das mulheres na cultura pop. **Jornal Zero Hora**, Porto Alegre, dez. 2016. Disponível em:  
<<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/cinema/noticia/2016/12/adriana-amaral-carrie-fisher-e-a-forca-das-mulheres-na-cultura-pop-8966080.html>>. Acesso em: 1º maio 2017.

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila; SOARES, Thiago. *O Queen, a Queen*: controvérsias sobre gêneros e performances. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2016. Disponível em:  
<[http://www.compos.org.br/biblioteca/compos2016-thikos-adri-camis-final\\_3369.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/compos2016-thikos-adri-camis-final_3369.pdf)>. Acesso em: 22 mar. 2017.

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila; SOARES, Thiago. "What's Going On' é o 'Sgt. Pepper's' da soul music": Autonomia, Cânone e Valor numa Lista de Melhores Álbuns da Música Pop. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/composadrithikoscamis\\_2854.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/composadrithikoscamis_2854.pdf)>. Acesso em: 4 nov. 2017.

BAHIA, Juarez. **Jornalismo, informação, comunicação**. Belo Horizonte: Martins. 1971.

BARTHES, Roland. *A aventura semiológica*. São Paulo: Edições 70, 2001.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 44-57.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. São Paulo: IMESP, 2006.

BORGES, Rogério. **Jornalismo literário: teoria e análise**. Florianópolis: Insular, 2013.

CAMPELLO, Tony. Fragmentos de um percurso rock'n'roll. In: DOLABELA, Marcelo. **ABZ do rock brasileiro**. São Paulo: Estrela do Sul, 1987. p. 10-11.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003

COÊLHO, Tamires Ferreira. Cultura, identidade e perspectivas de cidadania: uma pesquisa de recepção dos processos comunicativos na comunidade CS POA. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 23., 2014, Belém. **Anais eletrônicos...** Belo

Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/comp%C3%B3s\\_tamirescoelho\\_2278.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/comp%C3%B3s_tamirescoelho_2278.pdf)>. Acesso em: 31 out. 2017.

COIMBRA, Oswaldo. **O texto da reportagem impressa**: um curso sobre sua estrutura. São Paulo: Ática, 1993.

CORACINI, Maria José Rodrigues Faria. Apresentação. In: CORACINI, Maria José (Org.). **Identidade e discurso**: (des)construindo subjetividades. Campinas: Unicamp; Chapecó: Argos, 2003. p. 13-19.

CORRÊA, Tupã Gomes. **Rock nos passos da moda**: mídia, consumo x mercado cultural. Campinas: Papyrus, 1989.

COSTA, António Firmino da. Identidades culturais urbanas em época de globalização. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [S.l.], v. 17, n. 48, p. 15-30, fev. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v17n48/13947.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2017.

COSTA, Renilda Aparecida. **Batuque**: espaços e práticas de reconhecimento da identidade étnico-racial. São Leopoldo: Casa Leiria, 2017.

DO COMEÇO ao fim. **Revista Rolling Stone**, 2012. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-79/do-comeco-ao-fim#imagem9>>. Acesso em: 5 abr. 2018.

ETERNAMENTE exagerado. **Revista Rolling Stone**, 2015. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-106/eternamente-exagerado#imagem1>>. Acesso em: 9 abr. 2018.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural**: construção da identidade gaúcha em Zero Hora. 2006. 177 f. Dissertação (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social,

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4572/1/389285.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2017.

FORÇA negra. **Revista Rolling Stone**, 2015. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-109>>. Acesso em: 7 abr. 2018.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. 1 ed. São Paulo: Paulus, 2009.

GISELE Bündchen fará último desfile da carreira no Brasil. **Revista Rolling Stone**, 2015. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/canal/fashion/gisele-bundchen-desfila-pela-ultima-vez-na-carreira-em-abril#imagem0>>. Acesso em: 24 fev. 2017.

HALL, Stuart. **A identidades cultural na pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio (Org.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 45-56. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/Cultura\\_pop\\_repositorio.pdf](http://www.compos.org.br/data/Cultura_pop_repositorio.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2017.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder Silveira; SOARES, Thiago. “Mentiras sinceras me interessam”. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 23., 2014, Belém. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2014. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/sinceridade-jeder-thiago-compos\\_2165.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/sinceridade-jeder-thiago-compos_2165.pdf)>. Acesso em: 4 nov. 2017.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder; SOARES, Thiago. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. **Galáxia - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**, São Paulo, n. 15, jun. 2008, p. 91-108.

Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1497/969>>.

Acesso em: 10 mar. 2017.

KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia**. Bauru: Universidade do Sagrado Coração, 2001.

KI-ZERBO, Joseph. **Para quando África?** Rio de Janeiro: Pallas, 2006.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 1986.

LANA, Lígia. A mulher bem-sucedida e a participação da internet na construção de celebridades femininas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 35., 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013.

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1664-1.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

LANA, Lígia. Celebridade, humilhação e moral sexual: a vice-miss bumbum avaliada por comentários do *Youtube*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014.

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1594-1.pdf>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

LEAL, Tatiane. **A mulher poderosa: construções da vida bem-sucedida feminina no jornalismo brasileiro**. 2015. 139 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <[http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/disserta\\_tclcosta\\_2015.pdf](http://www.pos.eco.ufrj.br/site/download.php?arquivo=upload/disserta_tclcosta_2015.pdf)>. Acesso em: 5 abr. 2017.

LIMA, Edvaldo Pereira. **A importância da descrição**. 2005. Disponível em: <<http://www.edvaldopereiralima.com.br/index.php/jornalismo-literario/pos->



graduacao/memoria-portal-abjl/147-a-importancia-da-descricao>. Acesso em: 12 fev. 2017.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas Ampliadas**: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.

LUCENA, Giselle Xavier. Um estudo sobre memória, identidade e midiatização: O Acre não existe. In: ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 24., 2015, Brasília. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2015. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-03a306c2-b8eb-4552-a9df-cbc13e539ab9\\_2889.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-03a306c2-b8eb-4552-a9df-cbc13e539ab9_2889.pdf)>. Acesso em: 31 out. 2017.

LOBÃO contra o mundo: “Do fundo do coração, eu seria incapaz de matar uma mosca. **Revista Rolling Stone**, 2013. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-80>>. Acesso em: 8 abr. 2018.

LOGO VI que ali dentro a homossexualidade não era um tabu. **Revista Rolling Stone**, 2013. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-87/logo-vi-que-ali-dentro-homossexualidade-nao-era-um-tabu-diz-ney-matogrosso-sobre-periodo-na-aeronautica#imagem0>>. Acesso em: 8 abr. 2018.

MAIA, Aline; AZEVEDO, Marcella; PEREIRA, Cláudia. Celebidades do Passinho: mídia, visibilidade e reconhecimento dos jovens da periferia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1255-1.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

MAIA, Marta Regina. Perfil: a composição textual do sujeito. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 176-188.

MARTINEZ, Monica. **Jornada do herói: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo.** São Paulo: Annablume, 2008.

MARTINEZ, Monica. Jornalismo literário: a realidade de forma autoral e humanizada. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 6, n. 1, jan./jun. 2009a. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p71/10418>>. Acesso em: 24 nov. 2016.

MARTINEZ, Monica. Jornalismo literário: um gênero em expansão. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 12, n. 2, jul./dez. 2009b. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/267/260>>. Acesso em: 22 jan. 2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação e identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.

MENDES, Giovanna Beltrão. **Os atributos da fotografia em revistas culturais no Brasil: um estudo de *Bravo!*, *Cult* e *Rolling Stone Brasil*.** 2014. 148 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/128908/328881.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 18 jan. 2017.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX.** São Paulo: Olho d'Água/Fapesp, 2001.

MONTEIRO, Maria Helena Guerra. **“You must be my Lucky Star”**: Crítica, agendamento e valor sobre a obra da cantora Madonna na Revista Rolling Stone. 2015. 150 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, 2015. Disponível em: <<http://bdtd.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/7973/2/arquivototal>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

MONTEIRO, Maria Helena. SOARES, Thiago. “You Must Be My Lucky Star”: A Relevância da cantora Madonna na Gestão de Carreiras da Música Pop. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE – INTERCOM, 15., 2013, Mossoró. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0443-1.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

MOREIRA, Bárbara Heliodora Gollner. Identidades “Nordestinas” no cinema brasileiro: o imaginário do Nordeste ou como nos são dadas nossas memórias. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-2518-1.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2017.

NAS NOVELAS da vida. **Revista Rolling Stone**, 2012. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-64/nas-novelas-da-vida#imagem0>>. Acesso em: 3 abr. 2018.

NECCHI, Vitor. A (im)pertinência da denominação “jornalismo literário”. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 6, n. 1, jan./jun. 2009. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2009v6n1p99/10420>>. Acesso em: 24 nov. 2016.

NOACK, Juliane. A idéia de identidade sob uma perspectiva semiótica. **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 12, p. 103-113, dez. 2006. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1455/919>>. Acesso em: 28 out. 2017.

OLIVEIRA, Lívia Miranda de. Identidades e suas articulações: desconstruindo identidades estigmatizantes em um contexto interacional. **Revista L@el**. [S.l.], v. 3, n.1, 2011. Disponível em:

<<https://revistas.pucsp.br/index.php/revlael/article/view/2028/4363>>. Acesso em: 18 out. 2017.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

OS QUATRO pretos mais perigosos do Brasil. **Revista Rolling Stone**, 2013. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-86/racionais-mcs-quatro-pretos-mais-perigosos-do-brasil#imagem0>>. Acesso em: 4 abr. 2018.

PAIXÃO, Thaís Helena. **Jornalismo e cultura de consumo: uma análise da Revista Rolling Stone - Brasil**. 2013. 176 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Bauru, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.unesp.br/handle/11449/89506>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

PASSOS, Mateus Yuri; ORLANDINI, Romulo Augusto. Um modelo dissonante: caracterização e gêneros do jornalismo literário. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 18, 2008. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/335/139>>. Acesso em: 26 jan. 2017.

PEIXE vivo. **Revista Rolling Stone**, 2012. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-67/peixe-vivo#imagem0>>. Acesso em: 5 abr. 2018.

PENA, Felipe. **Jornalismo literário**. São Paulo: Contexto, 2008.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, 2016, p. 50-67. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/5421/3995](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5421/3995)>. Acesso em: 13 mar. 2017.

PRIMO, Alex. Existem celebridades da e na blogosfera? Reputação e renome em blogs. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 18., 2009, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2009. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1017.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1017.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2017.

ROCHA JÚNIOR, Carlos Augusto de França. Representações sociais do Brasil no fim do governo Lula através das revistas “Rolling Stone Brasil” e “Piauí”. **Revista Temática**, João Pessoa, n. 11, ano 8, nov. 2012. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/23152/12731>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

ROCHA JÚNIOR, Carlos Augusto de França; SILVA, Emanuel Alcântara da; ALVEZ, Thiago Meneses. O papel do contrato de leitura na linha editorial das revistas Billboard Brasil e Rolling Stone Brasil. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE – INTERCOM, 12., 2010, Campina Grande. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1315-1.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2017.

SCHWAAB, Reges Toni; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, dez. 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2650/1690>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

SCHWAAB, Reges; TAVARES, Frederico. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013. p. 27-43.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SCHERNER, Cassiano. O rock brasileiro pós-tropicalismo e a crítica musical em *Rolling Stone*. **Música Popular em Revista**, Campinas, v. 1, ano 3, jul./dez. 2014.

Disponível em:

<<http://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/muspop/article/view/136/264>>.

Acesso em: 24 jan. 2017.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. A vida cotidiana no relato humanizado do perfil jornalístico. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 7, n. 2, jul./dez.

2010a. Disponível em:

<[https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-](https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n2p403/14470)

6924.2010v7n2p403/14470>. Acesso em: 12 nov. 2016.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. O perfil jornalístico como uma leitura do cotidiano. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE – INTERCOM, 12., 2010b, Campina Grande. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.

Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0196-1.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2017.

SILVA, Amanda Tenório Pontes da. O perfil jornalístico: possibilidades e enfrentamentos no jornalismo impresso brasileiro. **Revista Eletrônica Temática**, João Pessoa, n. 10, ano 5, out. 2009. Disponível em:

<[http://www.insite.pro.br/2009/Outubro/perfil\\_jornalismo\\_amanda.pdf](http://www.insite.pro.br/2009/Outubro/perfil_jornalismo_amanda.pdf)>. Acesso em: 22 jan. 2017.

SILVA, Juremir Machado da. O que escrever quer calar? Literatura e jornalismo. In: CASTRO, Gustavo de; GALENO, Alex (Org.). **Jornalismo e literatura: a sedução da palavra**. São Paulo: Escrituras, 2002. cap. 4. p. 47-52.

SIMÕES, Paula Guimarães. Celebridade e contexto contemporâneo. **Galáxia - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**, São Paulo, n. 28, dez. 2014, p. 45-57. Disponível em:

<<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/17851/15739>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria H. **Técnicas de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

SOARES, Thiago. Acionamentos geopolíticos num *show* de música *pop* em Cuba. **Galáxia - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica**, São Paulo, n. 33, set./dez. 2016a, p. 171-183. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/27466/21230>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

SOARES, Thiago. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 36., 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0108-1.pdf>>. Acesso em: 11 mar. 2017.

SOARES, Thiago. Cultura Pop. **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, 2016b, p. 1-9. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/5418/4068](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/5418/4068)>. Acesso em: 13 mar. 2017.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio (Org.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 19-33. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/Cultura\\_pop\\_repositorio.pdf](http://www.compos.org.br/data/Cultura_pop_repositorio.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2017.

SOUZA, Denaldo Achorne de. **O Brasil entra em ação!** Construções e reconstruções da identidade nacional. São Paulo: Annablume, 2008.

SOUZA, Kátia Regina Silva de. **Jornalismo literário e a revista *Rolling Stone***

**brasileira:** análise da construção de perfis de celebridades. 2016. 117 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo\_ - Curso de Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2016. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/144270>>. Acesso em: 18 fev. 2017.

SPRING EDITORA. **Mídia Kit Rolling Stone**. São Paulo, 2011. Disponível em: <[http://www.springcom.com.br/media/mediakit/RS\\_MIDIKIT\\_2011\\_SPRING.pdf](http://www.springcom.com.br/media/mediakit/RS_MIDIKIT_2011_SPRING.pdf)>. Acesso em: 21 fev. 2017.

STORCH, Laura; REGINATO, Gisele. A celebridade como personagem de *Vogue*: negociações de sentido entre leitor imaginado e leitores reais do jornalismo. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio (Org.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 165-186. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/Cultura\\_pop\\_repositorio.pdf](http://www.compos.org.br/data/Cultura_pop_repositorio.pdf)>. Acesso em: 20 mar. 2017.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. Sobre o jornalismo de revista e o seu infinito singular. **Revista Contracampo**, Niterói, n. 25, dez. 2012, p. 97-116. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/254/126>>. Acesso em: 14 mar. 2017.

TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 18., 2009, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2009. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1132.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1132.pdf)>. Acesso em: 18 jan. 2017.

TAYLOR, Charles. **Sources of the self: The Making of the Modern Identity**. Cambridge: Harvard University Press, 1989.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas**. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2013.



TILIO, Rogério. Reflexões acerca do conceito de *identidade*. **Revista do Instituto de Humanidades. Rio de Janeiro**, v. 8, n. 29, p. 109-119, abr./jun. 2009. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/529/530>>. Acesso em: 28 out. 2017.

VARGAS, Herom. Secos & Molhados: experimentalismo, mídia e performance. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – COMPÓS, 18., 2010, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2010. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1542.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1542.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2017.

VILAS BOAS, Sergio. **Biografias e biógrafos**: jornalismo sobre personagens. São Paulo: Summus, 2002.

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

VILAS BOAS, Sergio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.

VOLPE, Maria Alice. Editorial. **Revista Brasileira de Música**, Rio de Janeiro, v. 29, n. 1, jan./jun. 2016. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/rbm/issue/view/issue/382/138>>. Acesso em: 19 ago. 2017.

WAGNER Moura, intérprete de Pablo Escobar em Narcos, estampa a capa da edição de agosto da *Rolling Stone*. **Revista Rolling Stone**, 2015. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-108>>. Acesso em: 18 abr. 2018.