

## Retratos e relatos de um Brasil: A diversidade sociocultural na revista *Brasileiros*

Pictures and reports of a Brazil:  
The sociocultural diversity in the *Brasileiro's* magazine

**Jorge Kanehide Ijuim**

Universidade Federal de Santa Catarina  
Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima  
Trindade, 88040-900, Florianópolis, SC, Brasil  
ijuum@cce.ufsc.br

**Criselli Montipó**

Universidade Federal de Santa Catarina  
Campus Universitário Reitor João David Ferreira Lima  
Trindade, 88040-900, Florianópolis, SC, Brasil  
criselli@gmail.com

---

**Resumo.** Como o jornalismo contemporâneo tem relatado a vivência humana imbricada em sua diversidade sociocultural? A partir deste questionamento, esta pesquisa teve como objetivo investigar as narrativas com foco no personagem e sua dimensão sociocultural praticadas na revista *Brasileiros*. Em especial, o propósito foi averiguar como a diversidade sociocultural brasileira é tratada nas capas e reportagens, e examinar como este modo de fazer jornalístico atribui sentidos à narrativa, como também verificar se a produção deste relato colabora com o ideal do jornalismo de ser plural e democrático. Para alcançar tais preocupações foram analisadas 48 capas da revista *Brasileiros*. Também foi analisada uma amostra de reportagens impressas entre 2007 e 2011. Os procedimentos metodológicos adotados contam com recursos da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística.

**Palavras-chave:** fundamentos do jornalismo, narrativa jornalística, reportagem, diversidade sociocultural, revista *brasileiros*.

**Abstract.** How do the contemporary journalism have related the human life imbricated in its sociocultural diversity? From this question, this study aimed to investigate the narratives focusing on the character and its sociocultural dimension, practiced in the *Brasileiros's* magazine. In special, the purpose was to examine how the brazilian sociocultural diversity is addressed in the reports and covers, and examine how this way of doing journalism assigns meanings to narrative, also verify that the production of this report contributes to the ideal of journalism to be pluralistic and democratic. To meet these concerns were also analyzed 48 covers of *Brasileiros's* magazine and was analyzed a sample of reports printed between 2007 and 2011. The methodological procedures have resources Pragmatic Analysis of Narrative Journalism.

**Key words:** fundamentals of journalism, journalistic narrative, report, sociocultural diversity, *brasileiros's* magazine.

---

## Jornalismo e interculturalidade

O jornalismo de atualidade se situa como mediador da realidade social. Em uma ponta estão os grandes acontecimentos e na outra o cotidiano anódino. Ambos fazem parte da tessitura social contada e recontada todos os dias através da narrativa jornalística. Vale lembrar que no Brasil prevalece o entendimento acerca do papel social do jornalismo como promotor da cidadania e de vigilante do sistema democrático, o que o torna responsável por mediar a manifestação de diversos públicos, sem restringir seu foco apenas às pessoas célebres ou desconhecidas.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007) se refere à defesa dos princípios contidos na Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948). No Artigo 6º, Inciso XI, afirma ser dever do jornalista: “defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e minorias”. O documento estabelece, ainda, que é dever do jornalista defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural, além de preservar a língua e a cultura do Brasil, respeitando a diversidade e as identidades culturais.

Kovach e Rosenstiel ressaltam que a primeira responsabilidade dos jornalistas é com a manutenção da cidadania: “A principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar” (Kovach e Rosenstiel, 2004, p. 31). Entre os elementos elencados, os autores também destacam que o jornalismo deve abrir espaço para a crítica e para o compromisso público, além de empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante, de forma compreensível e proporcional, atuando como um monitor independente do poder.

Cabe ressaltar que, como agente difusor da memória coletiva de saberes e relatos, o jornalismo possui muitas obrigações para com seu público: além de preocupar-se com o cumprimento de sua função educativa e para o exercício da cidadania, como lembra Fontcuberta e Borrat (2006), o relato jornalístico deve atentar para sua dimensão socializadora e para seu protagonismo na gestão do ócio das pessoas. As pessoas têm uma necessidade intrínseca – um instinto de saber o que acontece além de sua própria experiência direta, como destacam

Kovach e Rosenstiel: “Assim, estarmos a par de fatos que não podemos ver por nossa própria conta cria uma sensação de segurança, de controle, de confiança” (2004, p. 17).

O cotidiano abordado pela narrativa jornalística deve compreender os diversos ângulos da realidade. Portanto, nesta pesquisa está presente a ideia de que os seres humanos conciliam, ao mesmo tempo, a unidade biológica e a diversidade cultural, ou seja, todos em sua diversidade têm o direito de ser representados nos relatos jornalísticos.

Aqui adotamos o entendimento sobre diversidade sociocultural, inserida na noção de interculturalidade. Para García Canclini a ideia de interculturalidade remete à confrontação e ao entrelaçamento, àquilo que sucede quando os grupos entram em relações de trocas. Para o autor,

*Ambos os termos implicam dois modos de produção social: multiculturalidade supõe aceitação do heterogêneo; interculturalidade implica que os diferentes são o que são, em relações de negociação, conflito e empréstimos recíprocos (2009, p.17, itálicos do original).*

Para esta reflexão, também é necessária a retomada do conceito de cultura. Ao analisar diversas obras, García Canclini chega a uma definição operacional de cultura, como ele prefere chamar, compartilhada por várias disciplinas ou autores que pertencem a diferentes áreas. “Pode-se afirmar que a cultura abarca o conjunto dos processos sociais de significação ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (2009, p. 41 – itálicos do original). Foi nesta perspectiva que, em 2001, durante a Conferência Geral da Unesco – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura –, os 181 Estados-membros adotaram por unanimidade a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural:

*A cultura toma diversas formas através do tempo e do espaço. Esta diversidade se incorpora na originalidade e na pluralidade das identidades que caracterizam os grupos e as sociedades que compõem a humanidade. Fonte de mudanças, de inovações e de criatividade, a diversidade cultural é, para a espécie humana, tão necessária quanto a biodiversidade é para a natureza. Neste sentido, ela constitui o patrimônio comum da humanidade e pode ser reconhecida e afirmada pelo benefício das gerações presentes e futuras (UNESCO, 2001, p. 2).*

Por meio deste documento, a Unesco assume o compromisso de assegurar a preservação e a promoção da fecunda diversidade das culturas. Explicita o entendimento das Nações Unidas acerca do compartilhamento das experiências das diversas culturas. Martín-Barbero situa a discussão na contemporaneidade:

*Até pouco tempo atrás a diversidade cultural foi pensada como uma heterogeneidade radical entre culturas, cada uma enraizada em um território específico, dotadas de um centro e de fronteiras nítidas. Qualquer relação com outra cultura se dava como estranha/estrangeira e contaminante, perturbação e ameaça em si mesma, para a identidade própria. O processo de globalização que agora vivemos, no entanto, é ao mesmo tempo, um movimento de potencialização da diferença e de exposição constante de cada cultura às outras, de minha identidade àquela do outro. Isso implica um permanente exercício de reconhecimento daquilo que constitui a diferença dos outros como enriquecimento potencial da nossa cultura, e uma exigência de respeito àquilo que, no outro, em sua diferença, há de intransferível, não transigível e inclusive incomunicável (Martín-Barbero (2003, p. 60-61, itálicos do original).*

Portanto, cabe aos meios de comunicação – e principalmente ao jornalismo – estabelecer redes de comunicação e tornar possível apreender o sentido social, coletivo. “Ao relacionar patrimônios históricos, étnicos e regionais diversos, e difundi-los maciçamente, coordena as múltiplas temporalidades de espectadores diferentes” (García Canclini, 2000, p. 289). Um risco presente no exercício profissional do jornalista é forçar a unificação destas manifestações socioculturais ou acentuar o discurso da diferença (que muitas vezes nega o respeito ao outro e origina o preconceito). Isso ocorre quando o jornalismo reproduz discursos de classes dominantes como se fosse a voz de todas as gentes, já que o jornalismo se constitui como integrante do jogo de poder. Ao privilegiar um grupo, o relato jornalístico contradiz o que defende sobre si próprio: que é ser plural e democrático.

O Brasil tem como uma de suas fortes características a diversidade sociocultural. Sua vasta extensão territorial acolhe mais de 190 milhões de pessoas de acordo com o Censo Demográfico 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012). Segundo os dados do instituto, há uma relação de 96 homens para cada 100 mulheres; além disso, o último levantamento apontou que diminuiu a proporção de jovens em relação aos idosos.

Os traços étnico-raciais também apontam a diversidade, pois o Brasil é composto por brancos, negros, pardos, amarelos e indígenas, das mais diversas classes socioeconômicas, posicionamentos religiosos e políticos. Embora o censo de 2010 demonstre que a população urbana subiu para 84,35%, o país possui muitos municípios essencialmente rurais. Ou seja, são mais de 190 milhões de brasileiros, com os mais variados gostos, posicionamentos e estilos, que nem sempre encontram espaço no relato jornalístico.

## Revista Brasileiros

Tendo em vista o ideal de um jornalismo democrático e plural, esta pesquisa teve como objeto empírico as capas e as reportagens da revista *Brasileiros*, publicação da Brasileiros Editora Ltda, em circulação desde julho de 2007. A editora, com sede em São Paulo, tem como diretor responsável o jornalista e fotógrafo Hélio Campos Mello. Desde sua primeira edição, a revista evidenciou que seu foco seria o Brasil e a diversidade de seus habitantes.

*Brasileiros revista mensal de reportagens, tem como foco o Brasil, seus grandes temas, seus grandes desafios e, principalmente, seus habitantes e suas histórias. Este é seu primeiro número e o início de um trabalho em que a saga dos personagens deste país plural será o alvo de nossos repórteres.*

*Qualquer morador do Brasil, qualquer brasileiro fora do País, qualquer um que tenha uma boa história para contar nos interessa. Célebre ou anônimo, bonito ou feio, rico ou pobre, alegre ou triste, morador dos Jardins, de Ipanema ou dos grotões, conservador ou revolucionário. Nós iremos atrás de cada um deles para trazer o Brasil até você. (Mello, 2007, p. 7).*

No editorial da edição 42 (Mello, 2011, p. 7), publicou a foto onde o projeto da revista foi concebido. “Sentados na areia, em frente aos coqueiros da foto acima, na Ilha de Comandatuba, na Una, na Bahia. Com o vento na cara, de frente para a África, para Angola, Congo e África do Sul, veio o nome *Brasileiros*”. Delineava-se, a partir dessa escolha, o respeito às diferenças dos seres humanos – a alteridade defendida pela equipe, que pretende abordar a diversidade de raça, de posicionamentos ideológicos, opções religiosas e sexuais, pois reconhecem que há as culturas mais diversas no Brasil. De acordo com Mello, “cada lugar do Brasil é um lugar interessante e tem uma história para

contar”<sup>1</sup>. Dessa maneira, o diretor da revista afirma que a equipe busca privilegiar os locais e os personagens brasileiros. Já Nirlando Beirão, diretor-adjunto, conta que foi atraído ao projeto justamente por este conceito da revista – ver o que é esse país a partir de seus personagens. “Mostrar que é muito mais amplo, que há pessoas que comem, amam, dormem diferente de você, mas que tem de ser respeitadas”<sup>2</sup>.

Ricardo Kotscho, repórter especial da publicação, conta que o tema central é responder à pergunta: “O que está mudando na vida?”<sup>3</sup>. Para encontrar respostas para esta questão, o grupo busca entrevistar pessoas que constroem o Brasil e, muitas vezes, dá espaço aos anônimos, personagens preferidos de Kotscho. O repórter explica que o Brasil sertanejo e os brasileiros felizes são temas recorrentes, pois a equipe compartilha do intuito de propor pautas fora do *mainstream*, assuntos que, em geral, não são acompanhados pela imprensa brasileira<sup>4</sup>.

Brasileiros famosos – ou célebres – como a equipe costuma chamar, também são pautas mas, para isso, têm de apresentar alguns requisitos, como serem humildes, simples ou “gente que não se acha”, como explícito no editorial da edição 38, de setembro de 2010:

#### **Gente que não se acha**

*Há cenas que surpreendem pelo inusitado. Raí, personagem de capa da nossa última edição, disse que em São Paulo, onde mora e trabalha, trocou o carro pelo metrô para se livrar do corpo a corpo dos congestionamentos. E no metrô? A cena pouco usual de uma celebridade como ele ali não provoca congestionamentos de gente curiosa a sua volta? Ele respondeu que as pessoas acabam não acreditando muito naquilo que estão vendo. “Será mesmo o Raí?” – e que assim tudo acaba correndo normal e civilizadamente.*

*Um tempo depois, me deparei com a cena dessa página no Aeroporto de Congonhas, no começo da tarde de uma terça-feira. Um técnico de futebol – e não qualquer técnico –, mas o treinador da mítica, vencedora e polêmica Seleção Brasileira de Futebol, sozinho, sentado, esperando o avião. Mano Menezes, sem seguranças, sem assessores, nem jornalistas a sua volta. O ex-treinador do Sport Club Corinthians Paulista, no dia em que antecedeu a comemoração do centenário do clube, sem o assédio de nenhum torcedor alvinegro? É inusitado. É interessante, aproxima celebridades*

*às pessoas comuns. Mostra como elas são. Mostra se são arrogantes, se são metidas, se são, como diz Felipe, meu filho, “daquelas que se acham”, ou se são pessoas de bem com a vida, simples, simpáticas, decentes. Posso garantir que, tanto Raí quanto Mano Menezes, fazem parte desse último grupo. Um grupo de gente que dá gosto de conhecer. Dá gosto de conviver (...)*  
(Mello, 2010, p. 15)

Com estes entrevistados (famosos ou anônimos), a equipe busca mostrar um país diversificado e com gente de bem. A proposta é de ultrapassar o eixo Rio de Janeiro- São Paulo-Brasília. Maia (2009), em seu estudo *Os diversos Brasileiros em revista*, analisou o primeiro ano da publicação, com o intuito de verificar se, ao menos nesse período, o veículo conseguiu fugir do tradicional eixo, que é o triângulo preferido de cobertura dos meios convencionais de comunicação. Segundo a autora, sua pesquisa possibilitou inferir que a máxima da revista, que pretende fugir do eixo São Paulo-Rio-Brasília, ao menos nas matérias analisadas, concretizou-se ao abrir espaço para outros lugares do país. Tendo sua investigação como ponto de partida, realizamos este estudo com a intenção de averiguar como a revista *Brasileiros* (representante do jornalismo contemporâneo) tem relatado a vivência humana e sua diversidade sociocultural.

#### **Procedimentos metodológicos**

Nesta pesquisa, investigamos as capas e as narrativas com foco no personagem, publicadas na revista *Brasileiros*. Em especial, o propósito foi verificar se a produção deste relato colabora com o ideal do jornalismo de ser plural e democrático, bem como examinar como esse modo de fazer jornalístico atribui sentidos à narrativa. Tivemos como base um aporte teórico sobre o jornalismo e sua função democrática, bem como entendimentos sobre diversidade sociocultural. Lopes (2003) defende que toda pesquisa deve interagir instâncias metodológicas, compreendidas pela instância epistemológica (vigilância epistemológica); a instância teórica (quadros de referência); a instância metódica (quadros de análise); e a instância técnica (construção dos dados).

<sup>1</sup> Informações concedidas em entrevista aos autores em 7/03/2012.

<sup>2</sup> Informações concedidas em entrevista aos autores em 8/03/2012.

<sup>3</sup> Informações concedidas em entrevista aos autores em 9/03/2012.

<sup>4</sup> Informações concedidas em entrevista aos autores em 9/03/2012..

A instância metódica foi constituída em duas etapas: compreendeu a análise das capas dos primeiros 48 exemplares da revista e de uma amostra de reportagens impressas, selecionadas entre 2007 e 2011. Nesta primeira etapa, o quadro de análise das capas contou com as categorias gênero, faixa etária, profissão, região, raça, a caracterização dos personagens (se eram célebres ou anônimos; urbanos ou rurais), bem como se as matérias de capa faziam referência à religião e à política<sup>5</sup>, qual era o tema predominante, o gênero textual (reportagem ou entrevista) e a forma de abordagem do tema.

Após a primeira etapa de análise, o *corpus* foi selecionado de forma a representar uma amostragem com edições todos os meses do ano, sem privilegiar momentos específicos, uma espécie de ano artificial. Tivemos como ponto de partida da amostra a edição 1, de julho de 2007. No total, foram analisadas doze edições. A opção foi de constituir um *corpus* qualitativamente representativo; por este motivo a seleção das reportagens respeitou dois critérios principais: (1) que tivessem como fonte-personagem brasileiros de todas as regiões do país; (2) que privilegiassem a narrativa de contexto, com recursos como a descrição do entrevistado, do ambiente e as observações do repórter, de maneira a abranger diferentes sujeitos associados a contextos socioculturais diversificados.

A partir da seleção de reportagens que permitiram confrontar os objetivos anteriormente colocados, a investigação contou com recursos da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística proposta por Motta (2010). Tais recursos possibilitam o estudo das relações humanas que produzem sentidos por meio de expressões narrativas. Motta chama a atenção quanto às estratégias comunicativas, que revelam o uso intencional de recursos linguísticos e extralinguísticos na comunicação jornalística para produzir efeitos de real ou efeitos poéticos. Motta (2004) salienta ainda que o discurso jornalístico se mostra permeado de sentidos que podem ser observados e interpretados tanto pelo que evidencia quanto pelo que insinua, sugere ou oculta. Portanto, sua metodologia leva em conta a construção do personagem e o contrato cognitivo firmado pelo narrador, além das metanarrativas presentes no texto.

## Capas e reportagens de *Brasileiros*: mensagens incongruentes

Conforme já explicitado, a proposta editorial da revista *Brasileiros* destaca que a equipe assume o compromisso de trazer reportagens sobre brasileiros de todas as regiões e de fora do país. A primeira capa estampou a fotografia do ator negro Lázaro Ramos, com a chamada para a matéria *Preconceito: uma praga que divide o Brasil*. Ao ponderar sobre esta capa – ponto de partida para a composição do *corpus* de análise – percebemos que, ao elencar as demais capas integrantes do *corpus*, emergia uma desconformidade com a proposta inicial da revista. Como a opção metodológica foi pela pesquisa qualitativa, com atenção às estratégias comunicativas, à construção de personagens, ao foco narrativo e às metanarrativas, compusemos uma primeira etapa de estudo exploratório, buscando não restringir os materiais de análise apenas ao teor manifesto nas reportagens.

O intuito foi averiguar se o propósito editorial de tratar da diversidade sociocultural brasileira se cumpria nas manchetes e fotos principais das capas, que é o primeiro contato do público com um veículo impresso. Para Scalzo (2003), toda revista precisa de uma boa capa para conquistar seus leitores. Principalmente na venda em banca é a capa que convence o leitor a levar uma revista para casa. Desse modo, o estudo exploratório permitiu extrair alguns dados quantitativos relevantes. A partir da apreciação das categorias elencadas constatamos que as capas da revista dão destaque, em sua maioria, às pessoas pertencentes à faixa etária adulta, seguida de idosas. Jovens e crianças representam a minoria retratada na capa, conforme Tabela 1.

**Tabela 1.** Referência à faixa etária

**Table 1.** Reference to age

Faixa etária	Percentual
Adulto	52%
Idoso	29%
Jovem	11%
Criança	8%

Fonte: dos autores (2012)

<sup>5</sup> As categorias levaram em conta a frequência com que os elementos gênero, faixa etária, profissão, região, raça, e religião aparecem nos materiais jornalísticos da atualidade. Tais elementos também são constitutivos do que se entende por diversidade sociocultural, que considera aspectos culturais, sociais e econômicos, conforme a Declaração da Unesco (2001).

Na questão de gênero, das 48 capas analisadas, a maioria tratou de homens, como pode ser observado na Tabela 2. Vale ressaltar que dez capas traziam figuras não humanas (como animais, navios, e números nas edições de aniversário, por exemplo) e tratavam de temas que não faziam referência diretamente ao gênero.

**Tabela 2.** Referência ao gênero  
**Table 2.** Reference to gender

Gênero	Percentual
Homem	56%
Mulher	21%
Travesti	2%
Figuras não humanas	21%

Fonte: dos autores (2012)

Com relação às regiões brasileiras, a maioria remeteu à região Sudeste, seguida da região Nordeste e depois Centro-Oeste. As regiões Sul e Norte foram diretamente evidenciadas nas capas apenas uma vez cada uma. Houve duas capas que se referiam ao exterior.

**Tabela 3.** Referência às regiões brasileiras  
**Table 3.** Reference to Brazilian regions

Região	Percentual
Sudeste	58%
Nordeste	22%
Centro-Oeste	16%
Sul	2%
Norte	2%

Fonte: dos autores (2012)

Dos personagens que foram capa nas 48 edições, 79% eram brancos, 13% eram negros, 5% pardos e 3% amarelos (é importante destacar que algumas capas trouxeram mais que uma pessoa nas fotos). Quase a metade foi composta por pessoas célebres, apenas nove anônimas. As profissões e cargos abordados foram os mais diversos, como pescador, jornalista, escritor, pesquisador, com ênfase para presidentes da república, atores, cantores e profissões ligadas ao futebol.

O tema religião não foi tratado em nenhuma das manchetes de capa. Apenas nove capas fizeram referência a algum partido

político (sendo sete referências ao PT, duas ao PSDB e uma ao PV). O Brasil rural foi destaque em apenas cinco capas do *corpus*, prevalecendo a referência aos brasileiros urbanos. Quanto ao gênero textual, grande parte das manchetes de capa remetia às reportagens.

Notamos um esforço em tratar de brasileiros de todas as idades, opções sexuais, estilos, lugares. Entretanto, a partir da análise das capas de *Brasileiros* fica evidente que para o veículo, o Brasil é predominantemente branco, masculino e adulto, além de destacar pessoas famosas.

O mesmo não foi verificado internamente, a partir da análise das reportagens<sup>6</sup>, quando se constatou um equilíbrio na apresentação de relatos sobre o Brasil urbano e o rural. Os brasileiros anônimos representaram a maioria dos protagonistas das narrativas, que trataram de forma proporcional de homens e mulheres. Com relação à faixa etária, houve uma predominância de matérias sobre idosos, seguidos por adultos e jovens. Nenhuma reportagem tratou da infância.

Diversas atividades profissionais foram abordadas, com a presença de atores, professores, políticos, repórteres, empresários, produtores rurais, artesãos, jogadores, médicos, diaristas, presidentes, prefeitos, estudantes e aposentados. A predominância continuou sendo de temas sobre a região Sudeste, com algumas reportagens sobre a região Nordeste. Duas trataram da região Sul. As regiões Norte e Centro-Oeste apareceram nas reportagens analisadas apenas uma vez cada uma.

Sobre as características étnico-raciais dos personagens mencionados nas reportagens, a maioria continuou sendo composta por brancos, seguida de pardos. Apenas duas matérias trataram de negros e duas de indígenas. Houve apenas três que fizeram referência à religião católica e uma ao budismo. Uma matéria tratou do islamismo e do judaísmo.

O tema política foi discutido em oito reportagens, sendo que algumas fizeram referência a partidos políticos. Três referiram-se ao governo Lula (PT) e três explicitamente à figura do presidente. Uma delas contou com depoimentos de correligionários do PDT e do PTB.

<sup>6</sup> Os resultados específicos da análise das reportagens não são apresentados com detalhamento neste artigo, que teve o intuito de averiguar como a revista *Brasileiros* tem relatado a diversidade sociocultural do país, aqui apresentado no estudo comparativo entre suas capas e suas reportagens.

Na maioria das vezes, as narrativas deram espaço à reportagem-perfil<sup>7</sup>, destacando temas como cidadania e desenvolvimento socioeconômico, prevalecendo a abordagem empática, evidenciando a espécie de um padrão ideal de cidadão brasileiro.

O fato de anônimos e idosos ganharem destaque nos textos estudados demonstra uma incongruência com o que é revelado nas capas, onde famosos e adultos são maioria. Scalzo (2003) lembra que uma revista é um veículo de comunicação, um produto, assim sendo é um negócio, ou seja, visa lucro, sustentabilidade econômica a partir de sua venda em banca, por assinaturas e venda de anúncios. Embora as capas também busquem demonstrar a política editorial da empresa, ocupam importante papel nas estratégias comerciais do empreendimento.

No caso da revista *Brasileiros*, parece haver a intenção de conquistar o leitor a partir do primeiro impacto (capa) com personagens conhecidos do público, para que, já com a revista em mãos, o leitor conheça os anônimos do Brasil. Portanto, mais do que uma preocupação editorial, a estratégia de inserir famosos nas capas pode estar ligada aos aspectos econômicos, tendo em vista que a revista foi criada recentemente, e ainda está formando seu público.

### Considerações finais

É importante destacar a incongruência entre as capas e a integralidade das edições. Externamente, evidencia-se o célebre; internamente, o espaço maior é dado aos anônimos, sempre com enfoque às suas experiências partilháveis. Neste ponto a estratégia comercial também pode definir as razões para tal contradição, já que a capa é o que vende a revista. Será que o leitor, que na maioria das vezes pertence ao grupo dos anônimos, levaria para casa uma publicação que estampa na capa um desconhecido? Ainda que possa se supor que o leitor se identifique mais com o anônimo, talvez prefira, num primeiro momento, conhecer a experiência dos famosos, para, somente então, entregar-se às histórias de gente comum. Rincón (2006) sublinha que o jornalista busca encontrar a narrativa da existência, falar sobre a vida cotidiana e con-

tar sobre a gente comum, ganhar relato, histórias, detalhes e experiências universais que fazem parte do mundo e da vida.

Vale ressaltar que a partir da análise das capas de *Brasileiros* fica evidente que, para o veículo, o Brasil é predominantemente branco, masculino e adulto, além de realçar pessoas famosas. Ou seja, mesmo apresentando uma proposta atenta à diversidade sociocultural do país, as capas da revista *Brasileiros* reforçam o entendimento praticado pela maioria da mídia brasileira.

No entanto, quanto à presença da diversidade sociocultural nas reportagens, esta se mostrou inegável, recoberta de um esforço de alteridade para com as diferentes manifestações brasileiras, seja no campo econômico, étnico, religioso ou ideológico. Homens e mulheres contam suas histórias na revista *Brasileiros*. Célebres ou anônimos compartilham suas vivências a partir do relato jornalístico. A pobreza e a simplicidade têm espaço na política editorial de *Brasileiros*. O popular, o saber comum e o cotidiano anódino não são rejeitados. Pelo contrário, são valorizados nas narrativas da revista que parece considerar a diversidade de seu público leitor e de seus repórteres. As narrativas de *Brasileiros* demonstram, ainda, uma tentativa de articulação entre o local e o global, considerada essencial para a interculturalidade.

Nas reportagens, se constatou um equilíbrio na apresentação de relatos sobre o Brasil urbano e o rural. Os brasileiros anônimos representaram a maioria dos protagonistas das narrativas, que trataram de forma proporcional de homens e mulheres, com predominância de relatos de idosos.

Tais narrativas demonstram um entendimento da equipe sobre um perfil ideal de cidadão brasileiro, com valores compartilhados. Para a equipe da revista, merecem destaque as narrativas de brasileiros trabalhadores, participativos, criativos, batalhadores, sonhadores, felizes, de atitudes simples. Os personagens são, portanto, construídos como heróis, servem como símbolos, exemplos a serem seguidos. Por outro lado, a exaltação de um padrão ideal de cidadão também pode, contraditoriamente, demonstrar que a revista busca personagens plurais, mas acaba oferecendo um relato único, uníssono. Ao selecionar e construir

<sup>7</sup> Segundo Sérgio Vilas Boas (2008), o perfil concentra-se em aspectos da vida de um personagem, famoso ou não, evidenciando sua individualidade sem cair no individualismo vulgar, de modo a criar certa empatia com o leitor.

um modelo, pode estimular a conformação aos moldes, e o espaço para a diferença poderia ser abalado.

Mesmo com contradições entre seu projeto editorial e sua prática, a equipe de *Brasileiros* mostra-se preocupada em explicitar a diversificada essência destas mais de 190 milhões de pessoas, além de evidenciar o esforço de manter a prática do jornalismo, aquele da boa e velha reportagem, nestes tempos dinâmicos e fragmentados da narrativa jornalística.

## Referências

- FENAJ - FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. 2007. *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. Atualizado no Congresso Extraordinário dos Jornalistas, Vitória, ES. Disponível em: [http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf). Acesso em: 21/05/2012.
- FONTCUBERTA, M. de; BORRAT, H. 2006. *Periódicos: Sistemas complexos, narradores em interação*. Buenos Aires, La Crujía, 360 p.
- GARCÍA CANCLINI, N. 2000. *Culturas híbridas - Estratégias para entrar e sair da modernidade*. 2ª edição. São Paulo, EDUSP, 385 p.
- GARCÍA CANCLINI, N. 2009. *Diferentes, desiguais e desconectados: Mapas da interculturalidade*. 3ª edição. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 284 p.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. 2010. Censo Demográfico 2010. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1866&id\\_pagina=1&titulo=Primeiros-resultado-definitivos-do-Censo-2010:-populacao-do-Brasil-e-de-190.755.799-pessoas](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1866&id_pagina=1&titulo=Primeiros-resultado-definitivos-do-Censo-2010:-populacao-do-Brasil-e-de-190.755.799-pessoas). Acesso: 4/05/2012.
- KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. 2004. *Os elementos do jornalismo. O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. Tradução de Wladir Dupont, 2ª edição. São Paulo, Geração Editorial, 303 p.
- LOPES, M.I.V. de. 2003. *Pesquisa em Comunicação*. São Paulo, Loyola, 171 p.
- MAIA, M.R. 2009. *Os diversos Brasileiros em revista*. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, VII, São Paulo, SBPJor, 2009. *Anais* (arquivo digital 1-17) Disponível em: [http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/marta\\_regina\\_maia.pdf](http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/marta_regina_maia.pdf) Acesso em: 28/09/2010.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2003. *Globalização Comunicacional e transformação cultural*. In: D. MORAES (Org.). *Por uma outra comunicação - Mídia, mundialização cultural e poder*. 3ª edição. Rio de Janeiro, Record, p. 57-86.
- MELLO, H.C. 2010. Gente que não se acha (Editorial). *Revista Brasileiros*, 38:14-15.
- MELLO, H.C. 2007. Número 1 (Editorial). *Revista Brasileiros*, 1:6-7.
- MOTTA, L. G. 2010. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: C. LAGO; M. BENETTI (Orgs). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 2ª edição. Petrópolis, Vozes, p 143-167.
- MOTTA, L.G; COSTA, G.B.; LIMA, J.A. 2004. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 2:31-51. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/868/650>. Acesso em: 28/09/2010.
- ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. 1948. Declaração Universal dos Direitos Humanos 1948. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: [http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis\\_intern/ddh\\_bib\\_inter\\_universal.htm](http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm). Acesso em: 21/05/2012.
- RINCÓN, O. 2006. *Narrativas mediáticas*. Barcelona, Gedisa, 224 p.
- SCALZO, M. 2003 *Jornalismo de Revista*. São Paulo, Contexto, 112 p.
- UNESCO - DECLARAÇÃO UNIVERSAL SOBRE A DIVERSIDADE CULTURAL. 2011. Adotada na Conferência Geral da Unesco, realizada em Paris. Disponível em: <http://www.unesco.org.br>. Acesso em: 18/10/2011.
- VILAS BOAS, S.2008. A arte do perfil. *Revista Especial Biblioteca Entrelivros*, 11: (arquivo digital 1-3). Disponível em [http://www.sergiovilasboas.com.br/ensaios/arte\\_do\\_perfil.pdf](http://www.sergiovilasboas.com.br/ensaios/arte_do_perfil.pdf). Acesso em: 15/07/2013.

Submetido: 16/05/2013

Aceito: 04/07/2013