



UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAPÁ  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO

LUANDERSON MARQUES GUIMARÃES

**O INFOTENIMENTO NO JORNALISMO DO AMAPÁ: UMA ANÁLISE DA  
REVISTA DIÁRIO**

MACAPÁ

2017

LUANDERSON MARQUES GUIMARÃES

**O INFOTENIMENTO NO JORNALISMO DO AMAPÁ: UMA ANÁLISE DA  
REVISTA DIÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Jornalismo da Universidade Federal do  
Amapá - UNIFAP como requisito parcial à obtenção  
do Grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Esp. Jacks de Mello Andrade  
Junior.

MACAPÁ

2017

TERMO DE APROVAÇÃO  
LUANDERSON MARQUES GUIMARÃES

**O INFOTENIMENTO NO JORNALISMO DO AMAPÁ: UMA ANÁLISE DA  
REVISTA DIÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá como requisito parcial à obtenção do Grau de Bacharel em Jornalismo, conferida pela seguinte banca examinadora:

---

Prof. Esp. Jacks de Mello Andrade Júnior– Orientador

---

Prof. Dr. Jefferson Ferreira Saar - Membro da Banca

---

Prof. Dr. Ivan Carlo Andrade de Oliveira – Membro da Banca

MACAPÁ  
2017

*Dedico este trabalho a todos os meus  
amigos e familiares, que de forma direta  
ou indireta contribuíram em minha  
formação acadêmica.*

## AGRADECIMENTOS

*Agradeço a todos que contribuíram no decorrer de minha jornada, em especial:*

*A Deus; Alláh, a quem eu devo a vida.*

*A minha família e amigos que sempre me apoiaram nos estudos e escolhas tomadas.*

*Em especial, Rafael Neri pela sua colaboração.*

*Ao meu orientador Prof. Jacks Andrade por sua grandiosa ajuda para efetivação deste projeto.*

*Aos meus colegas de turma pelo companheirismo e momentos proporcionados durante nossa jornada.*

*Em especial as minhas amigas Anne Guimarães e Clívia Adriely.*

*Aos meus professores pelo comprometimento em nos ensinar e consequentemente nos tornar excelentes profissionais.*

*E finalmente, a pessoa mais importante em todo este processo, a minha querida e amada Mãe Amélia.*

*“Não conheço nenhuma fórmula infalível para obter o sucesso, mas conheço uma forma infalível de fracassar: tentar agradar a todos.”*

*John F. Kennedy*

## RESUMO

O presente trabalho se propõe a analisar a aplicação do INFOtenimento na revista Diário. Este figura nos dias atuais como uma nova ferramenta do Jornalismo, com grande aceitação por parte do público que busca por este tipo de produto. O INFOtenimento compreende Informação + Entretenimento inseridos em veículos de comunicação. Para esta monografia, realizou-se uma pesquisa bibliográfica trazendo discussões e conceitos acerca do INFOtenimento. A partir daí, realizou-se análise da Revista Diário, veículo de comunicação impresso do Estado do Amapá, no qual pode-se aferir o enquadramento e caracterização da prática do INFOtenimento. Dessa forma, o objetivo deste trabalho é mostrar que o INFOtenimento surge como uma ferramenta jornalística criada para proporcionar uma melhor apresentação das notícias, sem perder a credibilidade das informações, além de proporcionar ao leitor uma leitura mais leve e agradável. E, como resultado principal, conclui-se que a Revista Diário pode ser considerada como exemplo de utilização do INFOtenimento no jornalismo do estado do Amapá.

**Palavras – Chave:** INFOtenimento; Entretenimento; Jornalismo; Notícia Light; Revista Diário.

## SUMÁRIO

<b>1 INÍCIO DAS INFORMAÇÕES</b> .....	10
<b>2 PONTO DE VISTA DOS AUTORES</b> .....	13
2.1 SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO.....	13
2.2 NOTÍCIA LIGHT.....	17
2.3 O NOVO JORNALISMO .....	18
2.4 JORNALISMO DE INFOTENIMENTO .....	19
2.4.1 INFORMAÇÃO .....	19
2.4.2 ENTRETENIMENTO .....	20
2.4.3 O INFOTENIMENTO.....	21
<b>3 PROCEDIMENTOS ADOTADOS</b> .....	23
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	25
4.1 O INFOTENIMENTO NA REVISTA DIÁRIO .....	25
4.2 A REVISTA DIÁRIO DO AMAPÁ .....	26
4.3 ANÁLISE .....	27
4.3.1 CAPA .....	28
4.3.2 DIAGRAMAÇÃO.....	35
4.3.3 FOTOGRAFIAS.....	41
4.3.4 TEXTO .....	47
4.3.5 LINHA EDITORIAL .....	51
<b>5 O INFOTENIMENTO E A DIREÇÃO DA REVISTA DIÁRIO</b> .....	57
<b>6 DESFECHO DAS INFORMAÇÕES</b> .....	59
<b>7 ACESSO AOS ARQUIVOS</b> .....	62

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Capa da 1ª edição da Revista Diário – Novembro de 2014.....	28
<b>Figura 2:</b> Capa da 5ª edição da Revista Diário – Abril de 2015. ....	30
<b>Figura 3:</b> Capa da 6ª edição da Revista Diário – Maio de 2015. ....	31
<b>Figura 4:</b> Capa das edições 9ª e 11ª da Revista Diário – Agosto e Outubro de 2015. ....	32
<b>Figura 5:</b> Capa da 1ª edição da Revista do Instituto Histórico e Geographico Brasileiro – Trimestral de 1839.....	33
<b>Figura 6:</b> Capa da Revista Época – Número 778 – Abril de 2013. ....	34
<b>Figura 7:</b> Capa da Revista Piauí – Número 112 – Janeiro de 2016.....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
<b>Figura 8:</b> Páginas 62 e 63 da 2º edição da Revista Diário – Janeiro de 2015. ....	36
<b>Figura 9:</b> Páginas 12 e 13 da 1º edição da Revista Diário – Novembro de 2014.....	37
<b>Figura 10:</b> Páginas 74 e 75 da 8º edição da Revista Diário – Junho de 2015. ....	38
<b>Figura 11:</b> Reprodução das páginas 64 e 65 da 4º edição da Revista Diário – Fevereiro de 2015. ....	39
<b>Figura 12:</b> Reprodução das páginas 16 e 17 da 17º edição da revista diário – Agosto de 2016. ....	40
<b>Figura 13:</b> Reprodução das páginas 16 e 17 da 18º edição da revista diário – Setembro de 2016. ....	41
<b>Figura 14:</b> Páginas 70 e 71 da 16ª edição da revista diário – Junho de 2016.....	41
<b>Figura 15:</b> Páginas 72 e 73 da 5ª edição da revista diário – Abril de 2015.....	42
<b>Figura 16:</b> Páginas 38 e 39 da 1ª edição da revista diário – Dezembro de 2014.....	43
<b>Figura 17:</b> Páginas 44 e 45 da 2ª edição da revista diário – Agosto de 2015.....	44
<b>Figura 18:</b> Páginas 60 e 61 da 6ª edição da revista diário – Maio de 2015.....	44
<b>Figura 19:</b> Páginas 12, 13, 14 e 15 da 19ª edição da revista diário – Maio de 2017.....	46
<b>Figura 20:</b> Páginas 08 e 09 da 19ª edição da revista diário – Maio de 2017.....	47
<b>Figura 21:</b> Páginas 34 e 35 da 16ª edição da revista diário – Junho de 2016.....	48
<b>Figura 22:</b> Páginas 06 e 07 da 20ª edição da revista diário – Junho de 2017.....	52
<b>Figura 23:</b> Página 59 da 9ª edição da revista diário – Agosto de 2015.....	53
<b>Figura 24:</b> Páginas 06 e 07 da 20ª edição da revista diário – Junho de 2017.....	53
<b>Figura 25:</b> Páginas 70 e 71 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.....	55
<b>Figura 26:</b> Páginas 72 e 73 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.....	55
<b>Figura 27:</b> Páginas 74 e 75 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.....	56
<b>Figura 28:</b> Páginas 76 e 77 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.....	56

## 1 INÍCIO DAS INFORMAÇÕES

Vivemos em uma época em que as pessoas buscam informações das mais variadas no decorrer do seu dia. A necessidade de se informar acaba aparecendo nos momentos de lazer ou em horas vagas que essas pessoas apresentam durante o seu cotidiano, ou seja, uma ida ao dentista, a fila de um banco, durante o recesso de almoço, no trajeto de ônibus e diversos outros momentos que figuram como propulsor para a busca de informações variadas.

Sabe-se que existem cadernos com editorias específicas para cada público alvo, contudo, com o avanço da tecnologia e o surgimento da internet, os veículos impressos tiveram que se adaptar para enfrentar um veículo que levaria todo tipo de informação de forma constante para os leitores, telespectadores e ouvintes, sem realizar distinção entre os assuntos, tendo em vista que na correria no dia a dia, as pessoas visam o maior número de informação distinta possível para seu acervo de conhecimento e interação sobre os acontecimentos que englobam o mundo.

Devido às mudanças citadas, a mídia no intuito de atender o interesse cada vez mais amplo de seu público alvo vem se tornando um propulsor constante de informação e entretenimento (DEJAVITE, 2006), o que de certa forma vem acarretando uma grande discussão por parte dos profissionais e estudantes da área, tendo em vista que assuntos de entretenimento que antes eram tidos como subprodutos do jornalismo, passam a enriquecer e ganhar maiores espaços nos veículos de comunicação atuais, mudando drasticamente a forma de se fazer e pensar o jornalismo.

Ainda segundo Dejavite (2006), existem profissionais que defendem o entretenimento como um subproduto do jornalismo, ponderando que estes seriam os assuntos mais irrelevantes a se trabalhar, pois segundo autores e estudantes, eles só servem para distrair o leitor de assuntos tidos como mais importantes, que no caso seriam as editorias de política e economia. Fato que com todo esse aglomerado de informações, discussões e descobertas, fez surgir o INFOtenimento<sup>1</sup>, termo que a autora Fabia Dejavite utiliza em sua obra chamada "INFOtenimento informação + entretenimento no jornalismo", para delimitar essa junção de palavras como um dos novos gêneros jornalísticos.

---

<sup>1</sup> A Grafia INFOtenimento foi utilizada pela 1ª vez pela autora Fabia Angélica Dejavite e, nesta pesquisa optou-se por adotar a mesma, por se entender que mostra de maneira clara, o objetivo do termo.

E a respeito dessas indagações de que o Jornalismo só deve trabalhar assuntos tidos como mais sérios, ou mesmo, que jornalismo de verdade não trabalha com entretenimento, ou ainda mais, que jornalistas formados que atuam com o entretenimento sejam menos qualificados que os que trabalham com economia. Faz-se despertar a curiosidade de pesquisar e saber o motivo de muitos acharem o entretenimento como uma alienação em cima dos leitores, telespectadores ou ouvintes, alguns profissionais da área não enxergam o neologismo INFOtenimento como algo que possa trazer utilidade para nova sociedade, uma sociedade centrada nas novas tecnologias, e que no decorrer do dia a dia, almeja tanto saber de política, quanto de cinema, gastronomia ou artes. Esse é o novo jornalismo que o público espera no século XXI, século das tecnologias.

A presente monografia surge então, do intuito de obter resposta ao seguinte problema: A Revista Diário é exemplo de veículo de comunicação impressa do Estado do Amapá que se utiliza do INFOtenimento em suas publicações?

A partir desta indagação, o objeto desta pesquisa é a análise do veículo de comunicação impresso intitulado Revista Diário, que possui circulação desde novembro de 2014 no estado do Amapá, e que apresenta uma nova roupagem de jornalismo, ao apresentar em suas edições justamente o entretenimento + informação, ou seja, INFOtenimento. Além de abordar assuntos diversificados, a revista tem todo um olhar diversificado para a diagramação, capas, fotografias, textos e linha editorial, de acordo com a necessidade de um público seletivo que já consome este tipo de produto.

A seguir, passamos a apresentar claramente o objeto de estudo desta pesquisa, a Revista Diário. Especializada em mais de uma editoria, a revista Diário traz em suas 71 páginas, assuntos variados que permitem que o leitor circule pela economia, cultura, esporte, saúde, política, entretenimento e gastronomia do Estado.

O intuito da revista é agregar em seu trabalho, um número maior e mais diversificado possível de informações que possam mostrar aos seus leitores os assuntos de maior relevância do Estado, ao mesmo tempo instruí-los sobre política, saúde, artes e assuntos tidos como entretenimento, as festas, shows e cinema apresentados no Estado, assim, propagando informação com entretenimento para os leitores que muitas vezes, na correria do dia-a-dia, buscam por esse tipo de informação (DEJAVITE, 2006).

Dessa maneira, a intenção desta pesquisa é analisar de que forma ou até que ponto o entretenimento mesclado com informação pode ser considerado um produto do jornalismo, e ainda tentar demonstrar a participação do entretenimento no jornalismo, pois existe um

público que anseia por esse tipo de reportagem, um público que não busca apenas um determinado tipo de informação.

Enquanto metodologia de trabalho adotou-se nesta pesquisa, em uma fase inicial, uma pesquisa bibliográfica no intuito de buscar correntes e discussões acerca da importância do INFOtenimento no Jornalismo brasileiro. Em um momento posterior, partiu-se para análise da revista diário, já citado como objeto de análise desta pesquisa. Na respectiva análise, buscou-se inferir se a revista figura ou não como exemplo de INFOtenimento. Adicionalmente, realizou-se pesquisa do tipo semiestruturada com o dirigente da revista, com objetivo de perceber seu conhecimento acerca do tema desta pesquisa.

Seguindo a linha mais leve e clara do INFOtenimento optou-se por substituir os termos Introdução, Fundamentação Teórica, Metodologia, Considerações Finais e Bibliografia por outras palavras. O intuito foi de construir um formato próprio com relação a monografia, trazendo um diferencial e uma saída para o não tradicional.

Através desses processos de pesquisa, chegou-se à conclusão e pode-se constatar sim a presença do INFOtenimento nesta Revista, mesmo que seus dirigentes não tenham apresentado conhecimento prévio sobre o uso do INFOtenimento. Nesse sentido, ainda pode-se inferir que o uso do INFOtenimento pode estar presente em outros veículos de comunicação, sem que os seus dirigentes detenham o conhecimento teórico e reflexivo a respeito deste tema.

Espera-se, por meio desta pesquisa, incentivar outros profissionais da área a conhecer mais sobre o INFOtenimento, que ainda é tão desconhecido para muitos profissionais do Jornalismo, visando que o INFOtenimento, que ainda não é uma teoria, seja encarado como uma vertente positiva para a área, que se encontra engessada nas editoriais de política e economia, ainda vistas pelos editores como únicas editoriais importantes para o leitor.

## **2 PONTO DE VISTA DOS AUTORES**

É importante ressaltar a relativa escassez de pesquisas relevantes sobre o assunto. Ao realizarmos uma pesquisa exploratória bibliográfica, reunimos neste trabalho os autores que mais contribuíram para o desenvolvimento acadêmico do INFOtenimento e seus desdobramentos.

O advento das novas tecnologias e o desenvolvimento dos veículos de comunicação fizera com que as sociedades passassem por uma reviravolta na maneira como as pessoas recebem informações hoje em dia. Mas, sem dúvida, foi o computador que impulsionou as maiores transformações, pois com esse surgimento, as informações se tornaram mais rápidas e automáticas, como afirma Levy (1999), e mais, o computador se tornou bem mais que apenas uma ferramenta difusora de sons e imagens, se tornou um operador de virtualização e distribuição de informações.

Para Dejavite (2006), a evolução da mídia transformou o mundo em uma aldeia global, devido à rapidez, interatividade e acessibilidade às informações. Hoje, as pessoas têm mais possibilidades para se informar, e nesse novo contexto, a informação e o conhecimento são os responsáveis por uma nova sociedade, da qual fazemos parte: A sociedade da informação.

### **2.1 SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO**

Um dos primeiros autores a falar sobre esse assunto foi Masuda (1982), defendendo que a sociedade da informação é aquela onde as tecnologias facilitam e auxiliam nas criações, distribuição e propagação das informações, onde representam um papel importante no que diz respeito às atividades sociais, culturais e econômicas.

Muitos estudiosos passaram, então, a analisar esse novo contexto, contribuindo para uma melhor interpretação. Para Xavier (2005, p.2), a “sociedade de informação é aquela onde se faz uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) para realizar uma troca de informação digital entre indivíduos e assegurar uma melhor comunicação”. Masuda (1982) e Bell (1973) denominaram como Sociedade da Informação, uma recente fase, onde as informações são destiladas a todo o momento, por vários lugares, e com diferentes tipos de conhecimento para as pessoas.

Bell (1973) foi um dos primeiros pesquisadores a divulgar informações sobre esse novo paradigma, ponderando que as nações terão que se preparar para uma transição rumo a uma nova realidade, um estágio de mudanças e desenvolvimento. O autor divide, então, as sociedades em pré-industriais, industriais, e pós-industriais, e estrutura o que seria a sociedade da informação: “Nela, os serviços e o rápido crescimento de oportunidades de emprego para profissionais liberais moveriam os novos progressos tecnológicos e econômicos, cuja propagação se daria mediante os computadores e as comunicações” (BELL apud DEJAVITE, 2006, p. 18).

Se na sociedade pré-industrial, a agricultura era à base dos negócios, do senhor feudal, a sociedade industrial tinha o homem de terno e seu espaço social, a empresa.

Mas é na sociedade pós-industrial que se tem a “cabeça” da estrutura social, os jornalistas, cientistas, pesquisadores, consultores, programadores, que não mais tinham contatos com objetos inteiramente físicos, por isso a sociedade pós-industrial pode ser definida pela qualidade dos serviços e confortos – saúde, educação, lazer, entretenimento e conhecimento, agora são consideradas metas possíveis para todos (DEJAVITE, 2006, p. 18).

Para o sociólogo Maffesol (apud Dejavite, 2006), esse novo contexto liberta a humanidade do domínio de Prometeu (o deus grego do trabalho), entregando-a aos cuidados de Dionísio (o deus grego do prazer). Com isso, o lazer e a comunicação (ideais de vida das civilizações romana e grega), expressam-se com força total, pois são as esferas que mais sofrem os impactos diretos e notáveis dessa revolução em curso.

A indústria do entretenimento tem mudado seu jeito de trabalhar com relação aos demais segmentos empresariais, tornando-se um dos mercados de maior faturamento. Somente em 2014, esse setor faturou cerca de U\$ 42 bilhões, e estima-se que em 2019 o faturamento seja de aproximadamente 69 bilhões<sup>2</sup>, segundo dados da consultoria *PricewaterhouseCoopers*, uma indústria capaz de rivalizar com outras indústrias sedimentadas, e de grande poderio econômico.

Contudo, nessa nova era a mídia se posiciona em um lugar estratégico na vida das pessoas, no que diz respeito ao tempo livre e ao lazer. Mesmo assim, como afirma Dejavite (2006), o lado de entretenimento do Jornalismo ainda não é visto com bons olhos, tanto por parte dos profissionais, quanto dos acadêmicos da área.

---

<sup>2</sup> O show não pode parar: mercado de entretenimento está otimista, disponível em sua versão online: <https://www.negociosrpc.com.br/deolhonomercado/economia/o-show-nao-pode-parar-mercado-de-entretenimento-esta-otimista/>, onde afirma também que – “Todo mundo merece um pouco de lazer e diversão”. (Carlos Alberto Xaolim, 2015) Acesso 05/01/2017.

Hoje em dia o furo de reportagem já não é mais visto como o único fator mais importante nos meios jornalísticos. Se antes era importante dar o primeiro passo na obtenção das informações, hoje o que se quer, é que a informações se propague, interaja, e se multiplique entre as pessoas. Principalmente, buscar aquelas pessoas que na correria do dia a dia, não conseguem conciliar essa correria a possibilidade de ler um jornal, ver um telejornal, ou até mesmo escutar um programa de rádio (DEJAVITE, 2006).

O pensador filósofo Aristóteles postula a ideia de que o homem deveria trabalhar menos e se entreter cada vez mais. “O filósofo teorizou que o homem deveria trabalhar pouco e utilizar o tempo livre para entreter-se da forma mais nobre possível (...)” (DEJAVITE, 2006, p. 11). De fato, ainda não chegamos nessa era. Mesmo com toda evolução, a sociedade ainda trabalha mais e, pouco tempo tem para o lazer. O que se percebe de momento, é que tudo se misturou, nos dias atuais o trabalho e o lazer dividem o mesmo espaço de tempo das pessoas.

E como fazer para se manter informado, em uma sociedade que lhe cobra isso a cada momento? Como buscar informações, se nem ao menos existe um tempo para isso? Esses são alguns dos questionamentos levantados pela autora Dejavite (2006). Para ela, a única forma encontrada pela sociedade é exatamente pelo o que estamos passando, as pessoas tendem a se informar no seu momento de lazer, ou no seu horário de trabalho.

Assim, Dejavite (2006) defende que devido essas mudanças, a mídia também se vê obrigada a atender um novo público que está se formando, um público que já não busca somente por um Jornalismo enraizado, engessado, mas sim, um jornalismo que o possa ao mesmo tempo entreter e informar. Um jornalismo, no qual as pessoas na correria do dia, na fila de um banco, durante as refeições possa se informar, sem perder o seu momento de lazer.

Antes, os veículos de comunicação trabalhavam de forma separada, cada qual em seu segmento. Hoje, as mídias se encontram interligadas e fundidas, onde, compartilham dados, imagens e informações. A mídia agora tende a compartilhar suas informações de uma forma mais especializada, e isso não cabe apenas aos jornais e revistas, mas, também, a televisão. Hoje, na busca de atender os anseios de um público alvo, a mídia tem se tornado um provedor de informações e entretenimento (DEJAVITE, 2006).

De acordo com Dejavite (2006, p.27), estamos diante de uma sociedade, em que na fase atual, a mídia passa a promover um novo tipo de cultura:

[...] a cultura *light*, que se caracteriza pelo predomínio do visual, superficial, da novidade, da circulação rápida da informação e da valorização do entretenimento. [...] Cada vez mais, a mídia vê seu papel como o de um provedor eletrônico de produtos de informação e entretenimento (DIZARD apud DEJAVITE, 2006, p. 27).

Como já retratado anteriormente, os veículos de comunicação em geral vêm se adequando a essa nova ordem de informação. Para Dorneles (2010), o rádio, por exemplo, foi um dos primeiros a se adequar ao formato, que é de levar informação com entretenimento aos seus ouvintes. A partir do pioneirismo do rádio, a televisão em 1950, busca uma estrutura parecida com a de rádio, tendo desta forma, o surgimento dos programas de auditório e as telenovelas.

Se levarmos em consideração que grande parte do jornalismo brasileiro hoje é entretenimento, poucos vão levar a sério (DEJAVITE, 2006). Só para demonstrar, Fátima Bernardes, que apresentou durante 14 anos o mais conceituado telejornal do país, o *Jornal Nacional*, transmitido pela TV Globo, disse em entrevista ao site *O Dia*<sup>3</sup>, que se encontrou profissionalmente no entretenimento. Segundo a apresentadora durante ao veículo de comunicação, Fátima afirma que não foi a primeira e nem será a última a realizar esse processo de transição: “É natural que as pessoas busquem os seus sonhos. Eu não fui a primeira a investir nisso. O Pedro Bial já tinha feito o Zeca Camargo também”. Com seu programa atual, “Encontro”, transmitido pela mesma emissora, de segunda à sexta-feira, a jornalista demonstrou ser capaz de unir exatamente o que o público almeja no seu momento de lazer, colimando desta forma, com uma prestação de serviço a sociedade.

Sabe-se que o jornalismo é visto como propulsor de serviço público para população. Hoje, por exemplo, exerce mais do que o papel de informar: o jornalismo precisa atender à necessidade de entretenimento e lazer das pessoas. Nesse sentido “o público aprecia bem mais o entretenimento do que a informação” (RANDOLPH apud DEJAVITE, 2006, p. 58).

E não foi diferente com o jornalismo impresso, uma das áreas mais tradicionais, engessadas, e de difícil aceitação por parte do que é novo (DEJAVITE, 2006). Um dos primeiros registros que se tem de jornal impresso, da presença de informação + entretenimento foi com o *New York Sun*. Dejavite (2006) relata que, com o surgimento do *New York Sun*, os assuntos de interesses destinados às massas começaram a ser mais valorizados. Com uma leitura mais leve, editoriais de cunho social, sem deixar de lado assuntos como política e economia, o veículo mudou radicalmente o conceito de jornalismo, o qual, fez surgir um novo gênero jornalístico, que figura como notícia *light*, nos dias atuais.

---

<sup>3</sup> MUNIZ, Flavia. Programa ‘Encontro com Fátima Bernardes’ completa três anos no ar. **Jornal O Dia**, Rio de Janeiro, 2016. disponível em sua versão online: <http://odia.ig.com.br/diversao/televisao/2015-06-25/programa-encontro-com-fatima-bernardes-completa-tres-anos-no-ar.html>, Acesso 05/01/2017.

## 2.2 NOTÍCIA *LIGHT*

Se antes na sociedade industrial o que diferenciava as pessoas umas das outras, era o seu local de trabalho, o seu cargo na empresa, hoje não é mais assim. Atualmente, o que distingue uma pessoa da outra é seu grau de conhecimento. O nível de informação de uma pessoa fará com que ela se destaque dentro da sociedade.

“Informar-se sobre os fatos que acontecem no decorrer do dia é um impulso básico do ser humano, já que as pessoas têm a necessidade instintiva de saber o que ocorre à sua volta. Toda notícia constitui, então, um desejo primitivo da mente humana, como a fome é para o corpo”. (DEJAVITE, 2006, p. 67).

Sempre coube ao jornalismo o papel de informar e formar à opinião pública sobre o que acontece ao seu redor, mas, não somente isso. Cabe também explicar os detalhes e o contexto, no intuito de auxiliar o leitor em sua compreensão. Hoje, percebemos que as capas de jornais ganharam um tratamento mais agradável, a inserção de fotos elaboradas, o jogo de cores, mudanças nas formas de apresentar os títulos e subtítulos, contando com boxes, infográficos, além da apresentação de editorias totalmente mescladas (DEJAVITE, 2006).

As pessoas, durante o dia, esperam se informar de maneira com que não interrompam seu momento de lazer, esperam ler sobre política, na mesma medida com que leiam sobre cinema, por exemplo. Assuntos mais humanizados, associados ao curioso, ao insólito, e imaginável, segundo Dejavite (2006), chamam mais atenção nessa nova sociedade. Seria o deixar de “informa-se sobre o mundo” para “surpreender-se com as pessoas e coisas” (p. 68).

Assuntos como a morte da princesa Diana de Gales, conhecida mundialmente por *Lady Di*, ou o falecimento do Papa João Paulo II, comprovam as características desse fenômeno, pois em ambos acontecimentos figuraram como notícias de informação máxima, com uma aproximação ainda maior com entre as pessoas (DEJAVITE, 2006).

No Brasil, a Folha de S. Paulo e o Estadão de S. Paulo, jornais aparentemente mais tradicionais, em suas editorias de economia e política, já trazem no transcorrer das páginas, uma leitura mais leve. Pode-se considerar que ambos tenham sido um dos primeiros jornais brasileiros a trabalhar as características do INFOtenimento (DEJAVITE, 2006).

Segundo Tarruella e Gil (apud DEJAVITE, 2006), a notícia *light* possui três características essenciais:

- Capacidade de distração – ocupa o tempo livre, para não aborrecer;
- Espetacularização – estimula e satisfaz aspirações, curiosidades, ajustes de conduta, possibilidade de extravasar as frustrações, nutre a imaginação;

- Alimentação das conversas – facilita as relações sociais, como boatos e notícias sobre celebridades (TARRUELLA E GIL apud DEJAVITE, 2006, p.70).

Tal reforma veio da necessidade que os veículos impressos tiveram para se adequar, na busca de atender ao perfil do leitor atual, que anseia por informação + entretenimento nos respectivos veículos. Com isso, surge no jornalístico: o INFOtenimento. Segundo a autora Dejavitte (2006), em seu livro “INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo”, o termo INFOtenimento, nada mais é do que uma informação disponibilizada com entretenimento, resultando desta forma, em uma prestação de serviço ao seus leitores.

Antes de abordarmos o Jornalismo de INFOtenimento, é importante trazer, para melhor compreensão, um dos gêneros jornalísticos pioneiros nas mudanças ocorridas pelo jornalismo tradicional, o Novo Jornalismo.

### **2.3 O NOVO JORNALISMO**

Desde os anos 60, quando surgiu o Novo Jornalismo, esse gênero vem sendo alvo de críticas, sob o argumento de que seus textos estão mais próximos da ficção do que da verdade dos fatos, como afirma Domingues (2014). Para Wolfe (apud DOMINGUES, 2014) a nova escrita jornalística possui como característica uma base de quatro mecanismos essenciais:

Todas comuns à ficção realista: a descrição dramática dos acontecimentos cena a cena, em vez do resumo histórico usual da maioria das matérias jornalísticas tradicionais; a transcrição integral de diálogos, em oposição às citações e à utilização convencional de aspas; emprego de complexos e inventivos pontos de vista em terceira pessoa para representar os fatos como eles se desenrolam; e a apresentação detalhada dos costumes sociais e das ânsias expressas em estilo e status dos personagens, através dos quais é possível ao leitor identificar o comportamento e o poder aquisitivo das pessoas envolvidas no texto (WOLFE, apud DOMINGUES, 2014, p. 194).

Wolfe (apud DOMINGUES, 2014), afirma que o Novo Jornalismo representa o contrário do jornalismo tradicional que figura como pouco atrativo, esmaecido, sem vida ou bege.

De acordo com a LINS (2012), os jornalistas nesse período estavam tentando se desprender do cotidiano e do tradicional apresentado por todos os veículos e profissionais da época:

“Cansados do mito da objetividade e do jornalismo superficial, nomes como Gay Talese, Tom Wolfe, Truman Capote e Norman Mailer começaram a

fazer reportagens aprofundadas e contadas de forma literária – sem as amarras do lead (o primeiro parágrafo burocrático que precisa responder aquelas seis questões de sempre: "O quê?", "Quem?", "Quando?", "Onde?", "Como?" e "Por quê?"). Não havia um movimento único e não havia um manual de redação. Cada um dos novos jornalistas escrevia do jeito que queria, sem se importar se estava de acordo com os outros ou não". (LINS, 2102, p. 8 e 9).

## 2.4 JORNALISMO DE INFOTENIMENTO

Para entender melhor a definição de INFOtenimento, se faz necessário definir primeiramente alguns termos que aparecerão continuamente pelo decorrer desta pesquisa, somente por meio desta compreensão, o fluxo de informação transcorrerá de maneira mais leve e fácil para dar prosseguimento. É preciso compreender a distinção entre Informação e Entretenimento.

Segundo DEJAVITE (2006):

O jornalismo de INFOtenimento é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue seus princípios básicos que atende às necessidades de informação do receptor de hoje. Enfim, manifesta aquele conteúdo que informa com diversão” (DEJAVITE, 2007, p.2).

### 2.4.1 INFORMAÇÃO

Informação de acordo com o dicionário *Houaiss* da língua portuguesa (2009) é definida como: “Ação de informar ou informar-se; Espécie de investigação a que se procede para verificar um fato (neste sentido, emprega-se geralmente no plural): ir às informações”.

Nunca se imaginou que a informação seria tão importante na sociedade, ou determinante na vida das pessoas, às vezes são tantas informações que nem conseguimos lidar, ou absorver tudo ao mesmo tempo. Surge, então, a necessidade de organizar esse bombardeio de informações ao qual estamos submetidos a todo o momento (DEJAVITE, 2006).

De acordo com Dejavite (2006), o conceito de informação confunde-se com a definição de conhecimento. Na realidade, ambos se complementam, tendo em vista que a informação cria o conhecimento, e posteriormente forma o intelecto. Para o estudioso Masuda (1982), a informação é mais ampla, comparada com conhecimento, que segundo o autor, seria mais restrito.

Continuando o raciocínio, Davenport (2000) acredita que informação seja um termo que envolve dado e conhecimento, além de servir como conexão entre os dados brutos e o conhecimento que se pode eventualmente obter. Porém, necessita de eventual interesse do ser humano. Ainda para o autor, o conhecimento e a informação devem ser diferenciados de acordo com a etimologia, pois, afirma que cada um possui em si cargas de diferentes significados.

Enquanto a informação compreende somente dados considerados relevantes e com algum propósito, o conhecimento, por sua vez, resulta da aplicação de uma informação em um contexto específico, conferindo a ela um valor e uso produtivo, por exemplo, a criação de um invento ou a formulação de um remédio. (DAVENPORT, 2000, p. 18).

Dessa forma, conclui-se que o raciocínio desses autores, quanto à amplitude do termo “informação” a torna um elemento fundamental e indispensável para organização de uma nova vida no Século XXI.

#### **2.4.2 ENTRETENIMENTO**

Dejavite (2006) define o entretenimento como algo realizado durante o momento de lazer, quando não estamos executando nossas tarefas, sendo algo para relaxar e divertir. Seja vendo um filme, lendo um livro, uma revista ou até mesmo assistindo a um telejornal.

Nesse sentido, como destaca Dertouzos (*apud* DEJAVITE, 2006) esse é um dos primeiros princípios a sofrer drásticas mudanças, onde, posteriormente, se tornará um dos valores mais importantes dessa sociedade:

O entretenimento será o primeiro de nossas vidas a sofrer um impacto dramático, pois as pessoas o buscam sofregamente. Há mais televisores do que computadores no mundo; as empresas percebem lucros enormes em oferecer acesso imediato a todos os filmes já feitos e a todos os espetáculos e músicas já gravados. Este será o principal uso comercial do mercado da informação. (DERTOUZOS *apud* DEJAVITE, 2006, p.28).

O entretenimento, embora tenha em sua essência o objetivo de entreter o público, não está isento de sua responsabilidade social. De modo geral, é entendido por meio de duas visões:

Há, de um lado, aqueles que o veem como um instrumento de manipulação e alienação, em prol de determinadas ideologias; e, de outro, os que o tomam sob um prisma utilitarista, considerando-o como algo que possa contribuir para o desenvolvimento do indivíduo. (DEJAVITE, 2006, p. 50).

Mas, ainda segundo a autora, incontestavelmente, o entretenimento conduz a pessoa para uma nova realidade mais criativa, e deve, portanto, ser considerado como algo tão importante quanto à informação, à educação e a comunicação, pois pode perfeitamente interagir com todas as áreas.

Essa consciência da importância do entretenimento na mídia surgiu com a cultura de massa no século XIX, que traz a ideia de informação para todos. No cenário em que vivemos hoje, o entretenimento e a informação não estão mais segregados, pelo contrário, os veículos de comunicação estão buscando cada vez mais essa junção (DEJAVITE, 2006).

Porém, esse tipo de jornalismo tem sido preterido por muitos profissionais e acadêmicos da área. Alguns sugerem que notícia é informação, enquanto divertimento não. Mas há quem consiga distinguir e defender esse novo formato. Claude-Jean Bertrand é um dos defensores desse princípio, e afirma que:

Uma notícia pode ser interessante e sem importância; em contrapartida, aprende-se muito se divertindo [...] Mas é preciso distinguir seus domínios. Os fins almejados diferem: uma informação exata e útil de um lado e, do outro, uma distração que não seja nociva nem para o indivíduo nem para a sociedade. As regras de comportamento não podem ser as mesmas (BERTRAND, 1999, pp. 41-42).

Trigo (2003), afirma que entretenimento é aquilo que diverte com recreação, um espetáculo público ou mostra destinada a interessar e divertir. Pode-se dizer que o conhecimento, o lazer, e os aspectos da vida transformam-se em entretenimento para as pessoas mediadas pelas novas tecnologias de informação.

### **2.4.3 O INFOTENIMENTO**

No decorrer dos anos, o jornalismo tem se especializado em diferentes áreas: Jornalismo diversional, cultural e entretenimento. Dejavite (2006) pontua os três da seguinte forma:

O primeiro refere-se às histórias de interesse humano e perfil, entre outras, que procuram dar uma aparência romanesca aos fatos e personagens. Já o cultural inclui desde os suplementos dos jornais às revistas, especializadas em cinema, literatura, artes, espetáculos, e televisão. Por fim, o de entretenimento, que aborda assuntos os mais variados, tais como: gastronomia, moda, beleza, culinária, saúde, celebridade etc. (DEJAVITE, 2006, p. 71).

Se formos observar os três tipos expostos de jornalismo, entendemos que o jornalismo cultural parece ser o mais diferente entre os outros, pois busca atingir a um público de maior domínio cultural informativo do que os demais e, por isso, talvez, atinja um público de maior poder aquisitivo, por seu editorial mais elaborado e sofisticado. Mas, se observarmos, todos são jornalismo, e com isso, acabam alcançando o mesmo público em determinado momento, pois o leitor de jornalismo cultural também estará à procura de outras editorias, como gastronomia e política, por exemplo, (DEJAVITE, 2006).

Winch (apud DEJAVITE, 2006) também concebe a necessidade de separar o Jornalismo do Entretenimento e propõe quatro diferenças básicas a serem empregadas ao distingui-los:

A primeira deve ser a funcionalidade, visto que um informa e o outro entretém. A segunda tem base epistemológica, pois os dois possuem valor e alcance distintos: um é um tipo de conhecimento factual, o outro contém ficção. Já a terceira alicerça-se na metodologia, porque o entretenimento pode lançar mão, muitas vezes, do uso de fofoca e de especulação, e o jornalismo tem como único caminho: a verdade. Por fim, o quarto diferencial firma-se na organização, em razão de que um é controlado pelos profissionais que servem ao público (no caso, o jornalismo), enquanto o outro serviria às metas menos altruísticas (caso do entretenimento) (WINCH apud DEJAVITE, 2006, p.75).

Existe um receio por parte de alguns profissionais de que o entretenimento se sobressaia à informação. Por isso, alguns defendem que o jornalismo de entretenimento é um desvio de atenção do leitor de assuntos de maior importância. Assim, o jornalismo de entretenimento tem sido julgado como um subproduto do Jornalismo seria algo como, disponibilizar esse tipo de produto a quem não busca informação, conforme afirma Dejavite (2006), que discorda do posicionamento de alguns autores. A autora afirma que podemos sim buscar entretenimento direto, ao mesmo tempo em que suprimos as necessidades de informação com qualidade.

Corroborando com a posição de Dejavite (2006), uma pesquisa online, realizada pelo site [www.Estadão.com.br](http://www.Estadão.com.br), publicada posteriormente pela *Revista Imprensa*<sup>4</sup>, em 2002, comprovou que a maioria das pessoas que assistiam ao programa televisivo Big Brother Brasil, 60%, possuía curso superior, recebia em torno de 20 salários mínimos mensais, e estava na faixa etária de 20 a 29 anos, ou seja, um público com grande potencialidade de ser assíduo de jornalismo informacional, mas também de outras mídias (DEJAVITE, 2006).

---

<sup>4</sup> MAZANO, Rodrigo. Reality jornalismo show. **Revista Imprensa**, São Paulo, n. 170, pp.100-103, abr.2002. Acesso 20/01/2017.

E assim continua a ocorrer: as pessoas não querem apenas qualquer informação, as pessoas esperam que essa informação possa não somente lhe instruir sobre política, como também possa lhe trazer conhecimento sobre seu filme preferido, sua novela, sobre as artes, proporcionando não somente informações sobre o que é momentaneamente convencional. Sabe-se que a contribuição para a formação de uma pessoa são assuntos e informações das mais variadas, uma vez que a vida de uma pessoa em sociedade não se resume apenas em política e economia (DEJAVITE, 2006).

Avaliamos, portanto, que em um período em que a comunicação se faz cada vez mais segmentada, é preciso inovar e experimentar novas formas de fazer o receptor assimilar o jornalismo. Isso, no entanto, não significa descaracteriza-lo e, sim, elevá-lo á sintonia com o público, que é, de fato, a sua missão principal. (DEJAVITE, 2006, p. 114).

A partir das considerações trazidas pelos autores citados, podemos concluir que o Jornalismo de INFOtenimento é compreendido como as matérias expostas em jornais e revistas onde à informação vem agregada ao entretenimento, sendo, portanto, uma nova abordagem praticada por autores, pesquisadores e estudantes da área, no intuito de atender a demasiado público que anseia por esse tipo de produto. Assim, o INFOtenimento apresenta-se como um jornalismo que informa à medida que supre a necessidade de entretenimento do leitor.

### **3 PROCEDIMENTOS ADOTADOS**

Não se pode dizer que as pesquisas científicas em qualquer área sejam fáceis, o pesquisador é alguém que verifica um problema em sua volta e, busca logo responder ou compreender os fatos, como afirmam Laville e Dionne (1999, p. 11) que “Grosso modo, a pesquisa nas ciências humanas, como, aliás, a pesquisa em geral, é isto: perceber um problema teórico ou prático a ser resolvido, formular uma hipótese, testa-las e tirar conclusões”.

Tendo como partida a ideia apresentada por Laville e Dionne (1999) deu-se inicio a metodologia da pesquisa, com o intuito de buscar respostas e em todo caso, ressaltar a importância do INFOtenimento como jornalismo de credibilidade. Para isso, em um primeiro momento se realizou um levantamento bibliográfico, no qual segundo (KAUARK, MANHÃES E MEDEIROS, 2010, p.28) a pesquisa bibliográfica ocorre “quando elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e, atualmente, material disponibilizado na Internet”.

A partir do levantamento, surge o problema da pesquisa que é de verificar se o veículo de comunicação Revista Diário apresenta características do INFOtenimento, tendo como objetivos verificar e refletir acerca do atual jornalismo brasileiro e a consequente aplicação da informação + entretenimento. Fato, que dentre os veículos de comunicação existentes do Estado, eu suspeitei que a Revista Diário do Amapá é um veículo que apresenta características do INFOtenimento.

Em outro momento, realizou-se uma entrevista de cunho qualitativo, com o diretor e proprietários da Revista Diário, o jornalista Luiz Mello para verificar se os representantes já detinham algum tipo de conhecimento a respeito do neologismo utilizado e defendido por esta pesquisa, o INFOtenimento. Para isso, foram realizadas perguntas para adquirir percepções por parte dos criadores da revista. Para isso, a Entrevista Semiestruturada contribuiu na obtenção dessas respostas.

De acordo o autor Triviños (1987), a entrevista semiestruturada tem apoio nas perguntas básicas que venham ser questionadas no decorrer da entrevista e que são apoiadas com o prévio conhecimento acerca do assunto, relacionando o pesquisador com o tema. A cada novo questionamento do entrevistador ao entrevistado, novas perguntas ou indagações surgirão, onde, o foco e seguimento da entrevista vão ser colocados sempre pelo entrevistador.

No intuito de demonstrar maior credibilidade a essas informações, a função da entrevista semiestruturada seria “favorecer não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” (TRIVIÑOS, 1987, p.151). Em cima dessa entrevista, fizeram-se reflexões qualitativas no que tange às percepções adquiridas pelo entrevistador.

Em outro momento se utilizou método qualitativo, que será usado no momento de análise do objeto da pesquisa, oferecendo subsídios para as convicções e indagações da pesquisa. O método é muito usado por ser empregado nas mais diversas áreas do conhecimento, como política, economia, cultura, educação, campos esses no qual atuaremos na busca pela justificativa de INFOtenimento como um produto jornalístico tão importante quanto um jornalismo de economia. Qualitativo é determinado por alguns autores como os mais propícios no feito da pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Na pesquisa qualitativa não existe uma fórmula ou tática que possa auxiliar nos resultados, pelo contrário, aqui existe um eixo de ligação entre o mundo real e o sujeito. Os resultados e percepções vão partir do pesquisador e sua mensuração em números é quase

improvável. O mundo (Campo) é o ambiente natural e o pesquisador é a chave das respostas, a análise dos dados parte do indutivo do pesquisador (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A partir do exposto, partiu-se para análise das edições da Revista Diário do Amapá, desde sua primeira edição, em novembro de 2014 até junho de 2017, totalizando 20 edições da revista que se encontram disponíveis de forma digital e impressa ao leitor. Para isso, este pesquisador criou categorias para realização das análises de conteúdo: Capa, Diagramação, Fotografia, Texto e Linha Editorial, para constatar a possível presença e referência do INFOtenimento.

“A análise do conteúdo é um conjunto de instrumentos de cunho metodológico em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN apud SILVA *et al*, 2011, p.2). Ou seja, segundo o autor, a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas, procedimentos sistemáticos, de forma a descrever claramente o conteúdo do objeto, sendo eminentemente qualitativo.

Para a análise geral dos dados obtidos durante todas as etapas da presente pesquisa, utilizaram-se os ensinamentos de Gil (2008, p.156), que utiliza e pondera à análise, como ferramenta que concebe respostas às indagações que forem realizadas na coleta dos dados. “A análise tem como objetivo organizar e sumariar os dados de forma tal que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação”.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

### **4.1 O INFOTENIMENTO NA REVISTA DIÁRIO**

Engana-se quem acredita que revista é um veículo que surgiu recentemente. Sabe-se que a primeira revista a circular no mundo surgiu na Alemanha, por volta do ano de 1663, com o nome de *Edificantes discussões mensais*, e só foi considerada Revista por que segundo a jornalista Marília Scalzodo, autora do Livro “Jornalismo de Revista” apresentava vários artigos sobre um mesmo assunto e era voltada para um público específico, além de assumir um periódico (SILVA apud SCALZO, 2008, p. 31).

Nessa época as revistas abordavam assuntos didáticos, contudo, por exemplo, no século XIV, assuntos gerais como Entretenimento e Cotidiano tomaram espaços como editoriais nas revistas. Nesta mesma época, aparece no Brasil a primeira revista intitulada *As Variedades ou Ensaios de Literatura*, criada em 1812, com uma aparência de livreto e

abordagens eruditas. Logo depois, no ano de 1839, surge a *Instituto Histórico e Geographico Brasileiro* com abordagens culturais e científicas, que figura nos dias atuais como uma das revistas mais antiga em circulação brasileira.

Hoje em dia é comum observarmos um fluxo natural de revistas pelas bancas do Brasil e do mundo. Os assuntos como entretenimento, esporte, cultura, gastronomia, saúde, economia e política fizeram com que esse veículo caísse no gosto popular, obtendo, com isso, cada vez mais espaços nas Revistas. Marília Scalzo explica que “as revistas aliam entretenimento, educação, serviços e interpretação dos acontecimentos. Ao contrário dos jornais, que desempenham um papel mais voltado à esfera pública, as revistas estabelecem com os leitores uma relação de intimidade” (SCALZO apud SILVA, 2011, p. 33).

De forma ingênua, muitas pessoas confundem revista com jornal. Entre as diferenças existentes, podemos ressaltar à periodicidade. Um jornal naturalmente possui circulação diária, enquanto que, uma revista pode variar em semanalmente, quinzenalmente, mensalmente ou até mesmo anual. Dessa maneira, a forma como ambos abordam os assuntos também sugerem distinções.

## **4.2 A REVISTA DIÁRIO DO AMAPÁ**

Mesmo não sendo um dos carros chefes da comunicação no Estado do Amapá, a Revista Diário vem conquistando seu espaço no mercado. Em 2014, a revista chegou ao cenário amapaense apresentando alguns diferenciais entre as poucas que já circulavam, onde a competição por informações é corrente, apresentar os mesmos assuntos de maneira a criar distinção para o seu veículo, pode não ser tarefa fácil. Levar até os leitores a informação é responsabilidade do jornalista, elementos como texto mais enxuto, fotografias contextualizadas, infográficos, olhos e boxes podem ser o diferencial.

Com responsabilidade, os editores da revista Diário buscam apresentar para seus leitores, por meio de uma linguagem mais leve, diagramação elaborada, fotografias que possam construir junto ao texto a mensagem da matéria, o jogo e inserção de cores, se apresentam como maneiras de levar até o leitor uma informação de forma com que o leitor possa se entreter, ao mesmo tempo se informar. São muitas as pessoas que nos dias atuais buscam a informação no momento de lazer, seja no horário de almoço, durante uma viagem, na fila de um banco, são inúmeros momentos que nos fazem pedir por informação. E o intuito primordial do INFOtenimento é unir o útil ao agradável.

A Revista Diário conta com circulação simultânea em Macapá (AP), Belém (PA) e Brasília (DF). Trazendo em suas publicações uma nova proposta de Revista. Com informações apresentadas de maneira mais leve, a sociedade amapaense recebe uma notícia *light*, uma vez que traz consigo o entretenimento para assuntos que até pouco tempo eram apresentados de forma mais engessada pelo Jornalismo, como editoriais de política e economia. O Jornalista Luiz Mello, superintendente da Revista, é também um dos pioneiros da rádio do Estado. Hoje, Luiz Mello é proprietário da Rádio (Diário FM 90.9), do Jornal Impresso com vinculação também em Web, ambos intitulados - Diário do Amapá.

Com a experiência que possui em Rádio e Jornal impresso, o jornalista traz ao mercado amapaense um novo formato de comunicação para seus ouvintes e leitores. Os assuntos que seriam discutidos ao vivo na rádio, ou apresentados pelo jornal impresso e web, agora viriam com uma nova proposta, a de tentar, por meio do texto, diagramação e imagens alcançar uma aproximação ainda maior com os receptores. A ideia é buscar aquele público que tem pouco tempo e, que na vida do dia a dia precisa e almeja se informar da maneira mais agradável possível, sem bloquear as outras atividades que estejam desenvolvendo no determinado momento.

### **4.3 ANÁLISE**

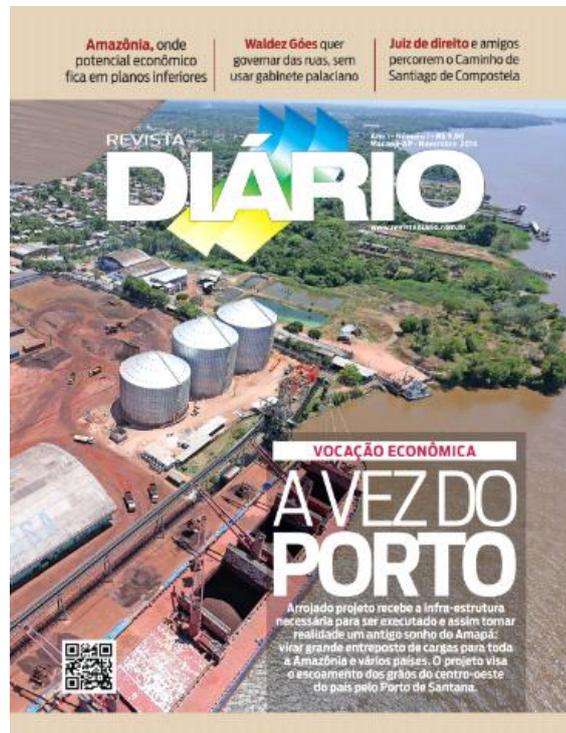
Após uma breve apresentação sobre veículo, passamos à análise dos elementos que compõem a Revista Diário e servirão como base para o diagnóstico. Ressalta-se que dentre os vários elementos que compõem a Revista, serão priorizados cinco que figuram como essenciais para verificação da presença do INFOtenimento. Seriam esses: a Capa, Linha Editorial, Diagramação, Textos e Fotografias.

No que diz respeito à linha editorial iremos analisar o posicionamento da direção de comunicação ou gerência da empresa quanto à escolha dos assuntos que serão publicados e desenvolvidos pela revista. Ou seja, segundo Barbosa (2014, p.22), “O termo ‘linha editorial’ é uma expressão jornalística que significa o posicionamento prévio quanto à seleção dos assuntos e ao tratamento das informações em um veículo de comunicação ou no conjunto dos produtos editoriais de uma empresa”. Quanto à análise da Diagramação a intenção é analisar a presença de simetria ou não do conjunto da página (Textos, Fotos, Boxes, Olho, Títulos), como também, a presença das áreas de respiro, espaço esse, que figura como área em branco, presente nas páginas, que ajuda a suavizar a leitura.

Com relação à análise dos textos a intenção é verificar a linguagem com que os textos estão empregados, principalmente nas editorias de assuntos tidos como mais tradicionais, se as reportagens discorrem de maneira mais leve e *light*, se é uma linguagem formal ou informal. No que tange as imagens é importante frisar se existe uma simetria com o texto e os outros elementos da página. Sabe-se que em determinados momentos uma imagem possui mais significado que muitos textos. É interessante ponderar se as imagens presentes nas reportagens são ilustrativas, manipuladas ou fotográficas.

### 4.3.1 CAPA

A capa de uma revista é como às boas vindas do veículo para o leitor. Ou seja, para despertar o interesse do leitor pelas demais páginas que compõem a revista, é importante que as primeiras inferências quanto à capa sejam positivas. Segundo Braz (2012), uma capa é construída pela junção dos elementos cor, fotografia, texto, título. Portanto, se a capa não for agradável, é certo que o interesse por parte do leitor será menor.



**Figura 1:** Capa da 1ª edição da Revista Diário – Novembro de 2014.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Em sua primeira edição no mercado amapaense, a Revista Diário traz reportagens a respeito de saúde, educação, bem-estar, política e, principalmente, economia, que figura como carro chefe da primeira reportagem. Com imagem e título fazendo referência ao escoamento e produção de grãos pelo porto de Santana, o leitor já constata em um primeiro olhar, que o assunto principal da edição, diz respeito à crise de escoamento de recursos naturais e grãos produzidos pelo Estado, que se encontrava desde 2013 sem um porto para realizar o referido processo. A crise se estendeu desde o acidente ocorrido em março de 2013, que danificou o porto de escoamento, localizado no município de Santana – AP.

Uma das primeiras características presentes nas capas da Diário, diz respeito a constante presença de imagens que se estende por toda página. Os outros elementos como títulos, caixa de textos, a logomarca da revista invadem esta imagem principal, que neste momento encontra-se por baixo destes. O que se torna interessante, pois, o nome da revista e o slogan que geralmente estão na parte superior e com fundo sólido, na capa da Diário estão inseridos na imagem. Outro ponto a se destacar diz respeito às chamadas de capa que geralmente se situam na parte inferior da página. Porém, na Diário, essas estão posicionadas na parte superior, no real intuito de dar maior visibilidade para outras editorias, que também serão trabalhadas pela revista. É preciso ressaltar a presença dos fios utilizados como divisor dessas chamadas, e não o uso de boxes e caixas como empregados em alguns veículos ainda.

As manchetes na Diário, que figuram na parte superior, podem também se apresentar na parte inferior. A intenção, como já mencionado, é dar maior visibilidade para outras editorias que não estejam agregadas à chamada principal de capa, bem como dar destaque para imagem principal.



**Figura 2:** Capa da 5ª edição da Revista Diário – Abril de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

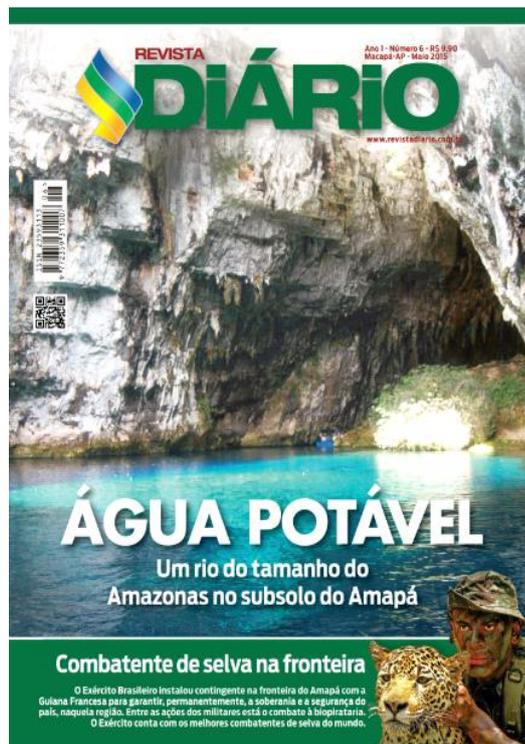
Existe nas capas da Diário a presença de um digitalizador de código, conhecido também por *QR code*, que chama atenção pela forma transmidiática que a revista vem englobando os seus serviços. Com ajuda de um aplicativo móvel, e ao posicionar a câmera do dispositivo móvel sobre o *QR code*, o leitor será encaminhado para uma versão online da mesma revista que está em suas mãos, como também, para outras edições que ocasionalmente ele ainda não tenha adquirido.

Algo que não é tão constante, mas, que se retratam em algumas edições, é a presença de fotografias que rasgam a imagem principal, pode-se constatar com um recurso para mesclar o maior número de informação em um mesmo campo. Exemplificando, quando o leitor tiver em contato com a 6ª edição da Revista, por exemplo, irá constatar exatamente o que foi ponderado anteriormente, ou seja, a imagem de um soldado e uma onça que rasgam a imagem principal.

Outro ponto que se pode constatar nas capas, diz respeito ao jogo de cores utilizado pelo veículo, por exemplo, na 1ª edição, as bordas da revista que não estão invadidas pela imagem, possuem uma tonalidade marrom, produzindo desta forma, uma clara referência ao barro, lama e minério que é o assunto destaque na capa da revista, ou seja, as cores acompanham a foto. Já na figura seguinte, a 6ª edição traz como reportagem principal um

tema referente a Meio Ambiente, portanto, as cores das bordas se encontram na tonalidade do Verde.

Enquanto nas edições 1ª e 5ª as chamadas de capa estavam presentes e separadas por fio na parte superior e inferior da capa, na edição seguinte, temos a presença de uma chamada inserida dentro de uma caixa de texto, com fundo verde para dar destaque ao tema principal da edição que é “Água Potável: um rio do tamanho do Amazonas no subsolo do Amapá”.



**Figura 3:** Capa da 6ª edição da Revista Diário – Maio de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

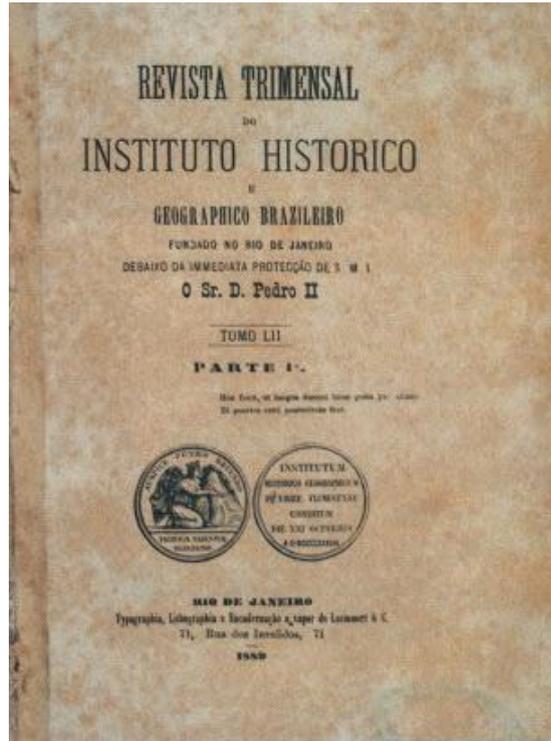
Outra característica presente nas capas da revista Diário é o uso do *lead* da reportagem especial inserido sobre a imagem principal na capa, auxiliando o título. Contudo, o fator que contribui para o diferencial, é o fato do *lead* está solto na página principal, e não inserido em uma caixa de texto ou Box, como acontece em outras edições ou revistas.



**Figura 4:** Capa das edições 9ª e 11ª da Revista Diário – Agosto e Outubro de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

O processo de aperfeiçoamento não é algo fácil e rápido, ele pode ser lento ou acelerado. Mas quando se realiza uma breve comparação entre a primeira revista publicada no Brasil e algumas que figuram como caminhando para as inserções do INFOtenimento em seus veículos, é notório o desenvolvimento e padronização que está ocorrendo pelo Brasil afora. Ao olhar para a capa da *Revista do Instituto Histórico e Geographico Brasileiro – 1839* pode-se perceber, o quanto já se avançou no quesito diagramações, simetria e visibilidade das Revistas.



**Figura 5:** Capa da 1ª edição da Revista do Instituto Histórico e Geographico Brasileiro – Trimestral de 1839.

**Fonte:** Revista Instituto Histórico e Geographico Brasileiro – Trimestral (1839)

Da mesma forma se olharmos para uma capa mais recente, por exemplo, se pegarmos a capa da revista *Época*, que é uma revista que já existe há alguns anos no mercado e quando lançou sua 1ª edição foi de forma bem tradicional, perceberemos que os anos passam, os novos veículos surgem e com eles um novo público também aparece. Hoje, conforme a obra de Dejavite (2006), a *Época* já apresenta, por exemplo, uma capa mais leve com a presença de áreas de respiro. Observe a seguir a imagem que ilustra uma capa da revista nos dias atuais.



**Figura 6:** Capa da Revista Época – Número 778 – Abril de 2013.

**Fonte:** Revista Época

Nesta edição, por exemplo, percebemos também que o nome da revista Época não veio com o fundo Vermelho como é constante em algumas de suas edições. Percebe-se que as chamadas estão na parte superior da revista, com a divisão de fios pontificados e retos, assim como na Diário. As cores preta, vermelha e azul ainda perduram como um ponto tido como tradicional por parte da revista, o que também é defendido por alguns autores e acadêmicos.

Da mesma forma que a revista Época, temos a revista Piauí que surgiu em outubro de 2006, idealizada pelo banqueiro João Moreira Salles e, logo se destacou por suas características, como a presença de charge nas capas de suas publicações. Observe a seguir a imagem que ilustra a Capa que deu o que falar em Janeiro de 2016 ao colocar uma charge de beijo entre Eduardo Cunha e Temer.



**Figura 7:** Capa da Revista Piauí – Número 112 – Janeiro de 2016.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Percebemos nesta capa a presença de cores utilizando tonalidades que não são tão presentes em outras revistas, é um verde musgo com dourado. Mas, o enfoque maior nesta capa refere-se ao uso da charge que une a informação com o entretenimento. Em outro ponto, podemos perceber que as chamadas de capa apresentam-se de forma livre pela extensão da revista, quebrando todo o paradigma de que elas devem vir em Boxes. Logo, percebe-se que o processo de transição dos veículos de comunicação para o uso do INFOtenimento é algo que está ocorrendo de forma moderada, mas, que já vem se destacando e ganhando cada vez mais leitores que almejam por esse tipo de produto.

#### 4.3.2 DIAGRAMAÇÃO

A ideia de se diagramar um produto surgiu no período da Primeira Guerra Mundial, onde o governo utilizava pôsteres visando o recrutamento de cidadãos para guerra. Outro fator também foi à ideia de se individualizar os veículos de comunicação e com isso aumentar o seu público alvo, como ponderado por Cardoso (2012, p.6) “O conceito de projeto gráfico surge

com um intuito de fundo econômico, de individualizar o produto jornalístico por meio de um padrão gráfico, diferenciando-o dos demais”.

A diagramação é responsabilidade construída em conjunto pelos editores, revisores e diagramadores no intuito de alcançar uma estabilidade de informações entre o texto, fotos, gráficos, boxes, por exemplo, e assim construir o layout da página. Esse processo é essencial e requer um cuidado minucioso por parte da direção do veículo, principalmente para os veículos impressos, onde a atenção do leitor deve ser conquistada da melhor forma possível, fazendo com que suas necessidades sejam suprimidas.



**Figura 8:** Páginas 62 e 63 da 2ª edição da Revista Diário – Janeiro de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

A Diagramação é o processo de distribuição e organização das fotos, textos, boxes, títulos e subtítulos, gráficos, olhos, legendas, e utilização de cores que irão compor as páginas, no espaço limitado e determinado para as inserções, componentes esses que instigam e predem a atenção do leitor na revista, porém, se um elemento estiver posicionado em um local errado, o processo de informar estará comprometido.

Como classifica Silva (apud CARDOSO, 2012, p.23), a diagramação nada mais é que “o conjunto de elementos visuais de um jornal, livro, revista, cartaz, ou tudo que seja impresso”. Se o serviço gráfico não apresentar uma sintonia entre seus componentes, com certeza, a mensagem não chegará até o leitor, esse é um problema que acontece em muitos

jornais ou revistas, com isso a mistura dos elementos de maneira desorganizada, pode causar um ruído comunicação.

A editoria de Economia é tida por muitos profissionais e acadêmicos de Jornalismo como um dos assuntos mais importantes e engessados perante as demais editorias. Julga-se que para ler sobre, o leitor deverá ter o mínimo de conhecimento possível antes. Além disso, muitas vezes a diagramação dos textos, a ausência de imagens ou de um gráfico, pode dificultar ainda mais a compreensão do leitor quanto à informação prestada pelo veículo.



**Figura 9:** Páginas 12 e 13 da 1ª edição da Revista Diário – Novembro de 2014.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Nesta edição, pode-se dizer que o texto extenso deu lugar para uma imagem vasta que rompe e invade as duas páginas da revista, além disso, têm-se a imagem de um tubo escoando grãos, a qual rompe e ocupa o mesmo espaço que a figura principal. Nas mesmas páginas, percebe-se a presença de auxiliares de texto, como o olho e box, auxiliares esses, que são de suma importância para facilitar a leitura e compreensão do leitor, além de deixar mais agradável à leitura.

Segundo Dejavite (2006), com o passar dos anos os veículos de comunicação deram início a uma atualização e reorganização no que diz respeito ao interesse do leitor. Outra reportagem de Economia trazida pela Diário, constata-se novamente a busca por uma apresentação diagramada que se apresente na busca de suprir e acertar no que o leitor espera para suas leituras diárias.



**Figura 10:** Páginas 74 e 75 da 8ª edição da Revista Diário – Junho de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Dejavite (2006), quando comenta sobre cores, constata que muitos veículos impressos utilizam o vermelho como uma cor tipicamente voltada para assuntos de cunho econômico ou político, mas esse tom não predomina sozinho no quesito. O vermelho nesta reportagem poderia ser explicado como uma referência às bordas e fontes da matéria, como também, pode-se inferir que o uso do tom foi proposital para se realizar menção ao minério, terra do chão ou os trilhos do trem. Existe na Diário, o uso de um enquadramento circular para imagens, algo que é corriqueiro em inúmeras páginas, acredita-se que o intuito é quebrar ou chamar à atenção do leitor para essas figuras.



**Figura 11:** Reprodução das páginas 64 e 65 da 4ª edição da Revista Diário – Fevereiro de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

O que podemos perceber ou constatar é que nos tempos atuais cada editoria vem ganhando uma cor para especificar o seu assunto, ou como ponderou Dejavite (2006), antigamente como não havia demanda, e o texto era figurado como único e mais importante elemento das páginas, pouco pudera se fazer a respeito das modificações e inserções de cores.

O espaço em branco foi outro elemento muito usado e respaldado pela Diário em suas diagramações, é sem dúvida um dos fundamentos mais usado e defendido por quem segue e emprega o INFOtenimento. O branco entre os textos e imagens, por exemplo, figura como uma pausa que o leitor terá antes, durante ou depois da leitura e passagem do olhar pelas imagens. O espaço então se apresenta como amplo valorizador das imagens usadas para auxiliar o leitor em suas leituras, ao mesmo tempo em que, informa, e mescla informações no que for necessário e possível, deixando a *layout* de forma mais clara e objetiva, ou seja, o espaço em branco passa a ser um dos fatores mais importantes que compõem os veículos de comunicação.

Viver Bem  Doutor Alessandro Nunes, médico professor da UnB, especialista em Clínica Médica pela UnB, e também pela USP.

## SUS do Amapá: a matrix da saúde

**Q**uem disse que não podemos viver em uma grande metrópole? Na floresta e na várzea, os rios lamparados a metrô-raias retinidas que, de tão massacrantes, podem virar verdades absolutas. E parece ser assim com o sistema público de saúde amapaense: uma verdadeira matrix, onde temos a sensação de viver em mundo paralelo, em que, cada vez mais, uma rotina tão cruel traz dúvidas se estamos vivendo no "mundo real".

Criado com a Constituição de 1988, o Sistema Único de Saúde - SUS passou por muitas provocações, mas já colecionou louros, inclusive com reconhecimento internacional. Apesar do crescimento limitado e da imensa desafia, a saúde pública brasileira vem melhorando país afora. Já o Amapá parece fazer totalmente a exceção desde os primeiros dias do SUS.

Fam entender melhor, imagine que você venha a sofrer um infarto na cidade e resolve procurar o Hospital de Emergência de Macapá. Lá, será atendido por vários profissionais desorientados, seja por salários atrasados, condições de trabalho ou, simplesmente, por não verem resultados efetivos no seus esforços. Após avaliação médica, receberá a notícia de que vários exames não serão realizados e de que você será enviado para algum corredor ou mesmo para sala de espera, já que o maior hospital de urgência do estado não possui uma simples sala de emergência, onde pacientes graves (como aqueles com infarto, AVC, sepse e acidentes graves possam ser atendidos imediatamente). Caso o único aparelho de eletrocardiograma do hospital não esteja quebrado, algum reconhecimento à cardiologia do hospital geral e discubos que terá que chegar à noite no Serviço de Agendamento de Consulta com um dia de antecedência, dormir no hospital, para apenas obter a informação se haverá agendamento ou não para a especialidade de que você precisa.

Mas você tem sorte! E, depois de três tentativas em vão (e de passar dias pensando do porquê daquela marcação de consulta não poder ser feita eletronicamente via web ou, no momento da alta do Hospital de Emergência), conseguirá o agendamento para dois meses adiante.

Então, chegará o dia da consulta. Após avaliação médica, descobrirá que boa parte dos exames deverá ser paga. Não haverá tomografia, teste ergométrico, densitometria, radiografia simples e o laboratório será limitado a alguns poucos exames. Ao procurar a farmácia do hospital, será informado que quatro dos cinco medicamentos prescritos estão em falta e que você terá que comprar os remédios também. Nesse momento, terá que voltar para casa sem exames, sem remédios e com um pedido de retorno para agendar consulta na farmácia da qual tanto lhe pertubas, e se perguntando: "Por quê? Já não sai da consulta com o retorno agendado?"

Após toda essa maratona, você, provavelmente, se perguntará: "Será que recebi cuidados de saúde ou estive dentro de um reality show onde, a todo momento, era testado com alguma prova de resistência diferente?" Possivelmente, não sendo direção, este não filmando.

**“...estado possui menos de 20 leitos de UTI, quando deveria ter cerca de 720 vagas (sim, possuímos menos de 3% da necessidade de leitos de UTI).”**

**“...Mas você tem sorte!...”**



neberá que você não estará bem e poderá uma vaga de UTI que, provavelmente, será negada já que o estado possui menos de 20 leitos de UTI, quando deveria ter cerca de 720 vagas (sim, possuímos menos de 3% da necessidade de leitos de UTI).

Mas você é uma pessoa de sorte! E chegará logo após dois dias na UTI e ocupará uma das vagas. No caminho até seu leito, perceberá corredores estreitos, sujos, muros e sucatas e quebrados. Na UTI, encontrará leitos próximos, sem isolamento, ausência de materiais simples como lavas, álcool, sondas, cateteres e até mesmo, medicamentos básicos. Encontrará o fato de todos escreverem à mão e perceberá que o hospital, simplesmente, não é informatizado, logo não poderá haver controle algum sobre estoque de medicamentos, insumos, materiais... tudo! Será avisado que o melhor para você seria a realização de um cateterismo, que o governo não possui e que, com sorte, conseguirá fazer no único aparelho do estado, que fica em hospital privado.

Mas você tem muita, muita sorte! E conseguirá sobreviver a tudo isso apenas com alguns comprimidos de AAS (comprados, talvez, com seu valioso dinheiro na farmácia da esquina) e, com algum grau de insuficiência cardíaca, conseguirá sair da UTI viva e já que você tem sorte, sem infecção hospitalar. Na alta, receberá en-

Dr. Alessandro Nunes

Revista DIÁRIO Edição 17 - Ano 2016 - 16

Revista DIÁRIO Edição 17 - Ano 2016 - 17

**Figura 12:** Reprodução das páginas 16 e 17 da 17ª edição da revista diário – Agosto de 2016.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Além da figura principal, por exemplo, pequenos boxes, caixas de texto e até mesmo imagens rompendo outras imagens, estão presentes na diagramação da revista. Portanto segundo Cardoso (2012), a diagramação figura como papel principal para os veículos de comunicação, pois:

É o retrato fiel da linha editorial de determinado veículo em suas matérias, procurando tanto a aceitação do público quanto despertar nele a vontade de ler. É por causa dessa identidade fornecida pela diagramação que o jornal é reconhecido, tornando-o uma fonte fidedigna de informação dentro do seu nicho de mercado (CARDOSO, 2012, p.7).

Outro elemento que está sendo usado por alguns veículos de comunicação, o qual, na Diário aparece, porém, não com muita constância, é a não justificação dos textos. A intenção é deixar a diagramação de forma mais simples, sem desmerecer o seu trabalho, seria algo como buscar uma familiaridade com o leitor, na maneira com que ele se sinta aproximado da notícia.



Figura 13: Reprodução das páginas 16 e 17 da 18ª edição da revista diário – Setembro de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá

### 4.3.3 FOTOGRAFIAS



Figura 14: Páginas 70 e 71 da 16ª edição da revista diário – Junho de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Em qualquer veículo de comunicação, principalmente nas revistas ou jornais, a primeira mensagem / informação que o leitor fixará em sua memória, figura como a imagem visualizada por ele. Em muitos casos, por exemplo, ela não somente expõe uma informação, ela se torna a principal informação.

Como apresentada pelas imagens das páginas acima referidas, a revista Diário utiliza de forma corriqueira em suas publicações, o emprego de imagens cujas regras são de não possuir limites de espaço, ou seja, as imagens em muitos momentos extrapolam na medida do possível a extensão das páginas, dando a ideia de movimentação e maior proximidade com o seu leitor. Como pondera Harrower (apud Cardoso, 2012, p.6):

A fotografia dá à página movimento e emoção. Isto é, sem o uso da fotografia, o jornal não fica atraente e perde a atenção do leitor. Utilizar de imagens induz a leitura dos títulos, das legendas, do texto em si, fazendo com que o leitor tenha maior compreensão do assunto (apud Cardoso, 2012, p.6).

Ou seja, é nítido que junto do texto, a fotografia desempenha um papel de facilitadora do respectivo texto e apoio de maior informação. Observe a seguinte imagem.

**Perfil (🏀) Jalena**

**Carreira de Jalena brilha ainda mais com convocação para Seleção Brasileira**

Jogadora começou a atuar sob orientação do técnico Ernesto Dias, com quem viajou muito pelo Amapá na época dos Jebs – os Jogos Escolares. Com a vasta experiência nas quadras, Jalena diz estar realizada por mais um grande feito na sua carreira, a convocação para o Brasil Master de Basquete.

Foto: Samuel Silva

**U**ma carreira na vida esportiva que será encerrada com glória e brilho. É a de Jaelena Jalena Pinon Nery, 39, que em agosto, quando já terá 40 anos de idade, disputará o Campeonato Mundial de Basquete Master, em Orlando, nos Estados Unidos.

A jogadora amapaense começou no basquete aos 13 anos, como ala, posição em que joga até hoje, tendo brilhado nas quadras durante toda a carreira, inspirada na grande Magi Pinela, de quem era e continua sendo ídola incondicional.

Agora em março passado, Jalena foi convocada para compor a seleção master de basquete do Brasil para o Mundial. Foi uma glória para a atleta que com certeza vai brilhar nos Estados Unidos.

A jogadora começou a atuar sob a orientação do técnico Ernesto Dias, com quem viajou muito pelo Amapá na época dos Jebs – os Jogos Escolares.

Com a vasta experiência no basquete, Jalena diz estar realizada por mais este grande feito na sua carreira, a convocação para o Brasil Master de Basquete.

"Estou muito feliz pela minha convocação. Vou representar o Amapá da melhor maneira possível. Quero agradecer a todos os que me incentivam, diariamente", diz ela com brilho nos olhos.

**A** convocação para a Seleção Brasileira veio como corolário da vida atlética de Jalena Pinon. Ela já jamais esperava tamanha distinção, apesar de ter se dedicado em sua atividade em quadras do Brasil, e também da Guiana Francesa.

Atualmente a jogadora atua na Seleção Master de Basquete do Amapá. Ela é campeã do Estadual Adulto local e campeã brasileira da categoria master.

Foi disputando o Brasil Master de Basquete que Jalena, sem perceber, abriu os olhos da direção técnica da Seleção Brasileira, apesar da pouca altura de 1m58cm. Mas foi a ceticista da competição nacional.

A atleta começou sua trajetória no basquete amapaense jogando pelo Amapá Clube, com o qual conquistou vários títulos. Também participou de diversas competições fora do estado.

Em 2013 ocorreu a consagração conquistando o Campeonato Brasileiro Master de Basquete, quando também ganhou muito mais reconhecimento e respeito pela sua postura e dedicação na quadra.

Em junho deste ano, a atleta, que se encontra no Rio de Janeiro para receber o visto americano para disputar o Campeonato Mundial, participará do Congresso Técnico do Mundial Master.

Depois do Congresso, começará a treinar com as demais atletas da Seleção Brasileira. Os preparativos para o Mundial de Orlando serão em São Paulo.



**Figura 15:** Páginas 72 e 73 da 5ª edição da revista Diário – Abril de 2015.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Percebe-se então que a fotografia nos veículos impressos é tão importante quanto o texto. Existem certos momentos que se faz necessário o emprego de imagens no conjunto da

diagramação dos veículos, pois em alguns momentos é preciso que o leitor absorva além da informação textual, uma visual, para que dessa forma a sua compreensão e obtenção da informação seja a mais clara possível.

Anteriormente as fotografias eram em muitos casos preteridas nas páginas de jornais ou revistas, e caso utilizada, no máximo uma era colocada nas páginas. Com o advento das informações e tecnologias, nos dias atuais, as imagens acabam chegando primeiro que o texto, por isso, atualmente percebe-se um excesso, se assim, pode-se dizer, com relação ao uso de imagens nas publicações.

Pode-se considerar como corriqueiro nas publicações da Diário o emprego de imagens no formato quadrado, o que é comum em demais veículos. Contudo, visando uma suavização, mudança e maior concentração do leitor ao seu produto, a revista se utiliza em alguns momentos, de imagens que rasgam a extensão das páginas, como já eludido anteriormente, como também, de imagens dentro de círculos, retângulas e outras formas de se apresentar essas figuras aos seus leitores. Como se pode observar nas imagens a seguir.



**Figura 16:** Páginas 38 e 39 da 1ª edição da revista Diário – Dezembro de 2014.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Aqui se percebe que as imagens estão em formato circular, dando uma suavização e chamando ainda mais atenção do leitor para matéria. O que se sabe é que o INFOtenimento traz como melhoria para as páginas de revistas e Jornais um número maior de leitura visual para o leitor, facilitando e agregando desta forma, informação mais prazerosa e uma melhor

compreensão nas leituras e consequentemente das informações. As fotos nos dias atuais estão em sua maioria 100% coloridas, dando vida e movimento nas leituras e informações como afirma Dejavitte (2006).

Em outra edição, pode-se verificar a presença de imagens que rasgam ou estendem-se pela página, imagens no formato quadrado que é comum, e figuras no formato circular, ambas empregadas em uma mesma reportagem. Observe.



Figura 17: Páginas 44 e 45 da 2ª edição da revista diário – Agosto de 2015.

Fonte: Revista Diário do Amapá



Figura 18: Páginas 60 e 61 da 6ª edição da revista diário – Maio de 2015.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Nas respectivas imagens, pode-se perceber o emprego variado na formatação com que as imagens estão apresentadas. Ora para prender ainda mais a atenção do leitor, ora para se buscar fugir do tradicional. Seja para agradar um público específico, seja para organizar ainda mais sua diagramação. O que se sabe é que o intuito maior ao utilizar-se a fotografia, como ponderado por Dejavite (2006, p. 95) figura como “muitas vezes, a fotografia fala mais ao leitor do que o texto, porém de uma maneira *light*, amena; oferecendo a imagem, as cores, o inusitado, o contraponto”.

Sem pestanejar, sabe-se que o texto continua sendo uma das partes mais importantes de qualquer veículo de comunicação, mas, se faz necessário o emprego de elementos como fotografia, diagramação, Box e afins para auxiliá-lo em sua função de informar. As imagens presentes nas páginas de revista possuem uma responsabilidade de cunho pessoal, que unida ao texto, gráficos, infográficos, por exemplo, conseguem levar até o leitor, informações mais claras e suavizadas, abrangência esta, que figura como elemento primordial para o INFOtenimento.

Além da importância de uma foto bem diagramada como já se ponderou, sabe-se que é de suma importância que as fotografias estejam em harmonia, que tragam um significado para os textos, e assim, transferir para a reportagem uma colaboração ainda maior com relação aos significados, que em muitos casos, o texto sozinho não conduz.

Existem alguns textos que sozinhos não conseguem passar a informação, o sentindo para o seu leitor. Em muitos casos as imagens por si só já se sobressaem primeiro que o texto no que tange o processo de transmitir uma emoção, informação, de despertar um sentimento ao o leitor, antes que o mesmo comece sua leitura.

Observe a reportagem feita na edição 19<sup>o</sup> da revista diário que faz homenagem aos 36 anos do maior naufrágio brasileiro, que colimou com a morte de 282 pessoas e em sua maioria amapaenses. Perceba que as imagens do navio saindo do porto do município de Santana, do navio naufragando, dos corpos submersos no rio Cajari e posteriormente das valas enormes feitas para o sepultamento, não teriam a mesma função se fossem apenas narradas, porém com as imagens ilustrando tais fatos, o leitor observa e compreende de outra forma essas informações.

**Memória**

# Novo Amapá

## O rio que sepultou sonhos

Maior naufrágio do país ainda alimenta dúvidas 36 anos depois

Reportagem: Elden Carlos



No dia 6 de janeiro passado, uma sexta-feira, 6, centenas de famílias foram ao cemitério da cidade de Santana, diante de 17 quilômetros de Macapá, render homenagem aos mortos da maior tragédia fluvial do país, o naufrágio do barco Novo Amapá. As dúvidas sobre o que realmente aconteceu naquela noite trágica ainda estão no fundo do rio Caiari, onde dezenas de pessoas permaneceram sepultadas.

Trinta e seis anos depois, ficar nesse assunto é o mesmo que enfiar o dedo em uma ferida que jamais sarou. Um dos personagens dessa história é o radialista e jornalista Humberto Moreira. Os textos a seguir são narrativas de momentos vividos por ele durante a cobertura daquela que ficou conhecida como A tragédia do Rio Caiari.

**Relatos**

Era noite de 6 de janeiro de 1981, quando o barco ribeirinho Novo Amapá naufragou na foz do rio Caiari, próximo ao município de Monte Dourado (PA), levando às águas mais de seiscentas pessoas. Terminadas aquelas perdem a vida e dezenas passaram horas de plástico e desespero, imersas na água e na escuridão.

A embarcação, com suporte para transportar no máximo 150 pessoas e meia tonelada de mercadorias, partiu do Porto de Santana com mais de seiscentos passageiros e quase uma tonelada de carga comercial. Seu destino era o município Itirapema de Monte Dourado, com escala em Laranjal do Jari. Como as viagens anteriores duravam em torno de um dia e meio, o proprietário do barco o havia reformado, instalando um motor hidráulico a mais, o que facilitaria na velocidade da embarcação.

A lista de despacho, segundo a Capitania dos Portos à época, tinha registrado cerca de 150 pessoas licenciadas pelo despachante Divaldo Nazare Colares. Mas na embarcação havia mais de seiscentas vidas. O despachante, falecido em abril de 2011, vítima de esquecimento, afirmou que só foi informado da tal lista após já ter partido há certas horas e que a lista foi deixada sob sua mesa, quando ele estava ausente.

O comandante responsável pela viagem, Manoel Alvanir da Conceição Pinto, seguiu todas as instruções necessárias do proprietário, sobre a viagem. O proprietário era Alexandre Góes da Silva, que teve seu corpo encontrado no interior da embarcação. Manoel Alvanir continuou seus serviços como marítimo. Atualmente trabalha em algumas embarcações no porto do Verecê-Povo, em Belém. Poucas lembranças lhe vêm à memória, quando o assunto é a tragédia do Novo Amapá.

Seu único comentário volta-se para o comando do barco. Segundo versões de sobreviventes na época, a responsabilidade pela cabine de comando estava nas mãos inexperientes de um garoto, "isso é mentira. Havia, sim, um garoto no meu lado, na cabine de comando, mas não decido por nenhum momento ele pagar na direção do barco, como andaram dizendo", afirmou o ex-comandante que fez da que seria uma simples viagem fluvial, o maior naufrágio da navegação brasileira.



● A última imagem antes da maior tragédia fluvial do Brasil

Revista DIÁRIO Edição 12

## O jornal norte-americano New York Times publicou matéria na primeira página sob o título "Tragédia na Amazônia: 282 mortos"

**"Era inevitável", relata sobrevivente da tragédia**

Segundo a lista da Capitania dos Portos do extinto Território Federal do Amapá, cerca de 600 pessoas embarcaram no Novo Amapá, e menos de 100 puderam sobreviver. "Muita gente disse que foram dezenas e poucas pessoas que sobreviveram. Isso não é verdade", contradição dona Cruzeta Marques da Rosa, sobrevivente hoje com 66 anos. Dona Cruzeta embarcou com sua filha e a neta. Somente ela e a neta de um ano e meio sobreviveram. Atualmente morando em Santana, tem como sustento um estabelecimento comercial diversificado.

Sobrevivente. Armando da Silva Batista conta que uma das causas das inúmeras mortes terem ocorrido foi o auxílio das águas vivas. "Essas pessoas que pegaram no salmo viram morrerem quase todos porque dormiram e aquilo atrapalhou; não sabiam o que estava acontecendo", disse.

Funcionário de empresa que vendia utensílios de cozinha para toda a região do Amapá, Armando viajara frequentemente em época de julgamentos, para fazer cobranças, acompanhado do colega Edson. Momentos antes da tragédia ambos haviam se separado. "Como a área das rochas estava muito quente, disse pro meu colega que ia para o andar de cima e quem sabe só retornar de manhã", relatou.

Ao ser perguntado sobre o momento em que o barco tomou, Armando contou com detalhes: "Levei uns 15 minutos pra chegar à cabine. Quando cheguei lá o comandante mandou servir um café pra mim, pro Roberto (Amigo) e duas merinhas do Jari. Nos 15 minutos que cheguei lá, o barco deu um tombo para um lado e um tombo para o outro. Eu ainda perguntei pro Alvanir: 'Alvanir, isso é maresia?'. Quando ele terminou de falar, o barco tomou de uma vez. Foi como uma virada de carro, horrível".

Buscando até mesmo com precisão a hora em que o barco tomou, foi o que aconteceu com o sobrevivente Enoque Magave da Silva, policial militar que, minutos antes do trágico tombo, conseguiu ver as horas em seu relógio de pulso: eram 20h45min. "Eu estava com relógio no braço e vi as horas, normalmente. Quando de repente senti o barco virar lentamente. Como estava detido numa rede de frente para uma senhora, fui um dos primeiros a parar logo dentro d'água na hora do tombo", contou Magave, que no mesmo ano do desastre ingressou na Polícia Militar.

A recém formada magistrada, Kátia Isabel Andrade, era amiga pessoal da tripulação, principalmente do comandante Manoel Alvanir e do proprietário Alexandre Góes da Silva. "Tinha feito outras viagens no barco e já conhecia a pessoa", disse Kátia, que ironizou a "tragédia" momentos antes de acontecer, na hora da jantar. "Eu terminei de jantar e disse para pessoal na mesa que ia me banhar e minhas colegas disseram: 'Tu vai morrer', daí eu falei: 'Não vou não. Se não morrer agora, não moro mais'. Daí fui pro banheiro, tomei banho e voltei pro camarote (...)". Segundo Kátia, foi tão rápida a virada do barco que ela só percebeu o que estava se passando quando as luzes do camarote se apagaram e que água cristalina se aos redor.

**Notícia do desastre chegou no dia seguinte ao naufrágio**

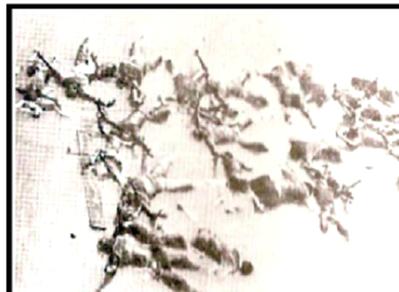
Após partir do Porto de Santana por volta das 14h do dia 6 de janeiro de 1981, a embarcação tomou aproximadamente às 21h. A notícia da tragédia chegou à capital no dia seguinte, através de dois sobreviventes. A verdadeira dimensão do desastre ficou quando a imprensa local divulgou a lista de desastres de dois sobreviventes. A verdadeira dimensão do desastre ficou quando a imprensa local divulgou a lista de desastres de dois sobreviventes. A verdadeira dimensão do desastre ficou quando a imprensa local divulgou a lista de desastres de dois sobreviventes.

**De quem foi a culpa pelo maior naufrágio amazônico depois?**

Segundo alguns sobreviventes, a inspeção de um garoto na cabine de comando pode ter sido a causa do desastre. O garoto que muitos se referem pode ser José Roberto da Silva Pinto, que há pouco tempo trabalhava no cemitério onde foram enterradas as vítimas do naufrágio. "Isso é mentira, dizem que foi um garoto a causa principal da tragédia", disse José Roberto, criticando certas afirmações ditas na época pela imprensa.

Roberto era amigo da tripulação há tempos e, por se tratar, viajara no Novo Amapá, a pedido do proprietário Alexandre Góes, que comandava a embarcação e também era dono de um estabelecimento comercial no município de Santana, onde Roberto já trabalhava. "Antes mesmo de começar a viajar no Novo Amapá, eu trabalhava num bar de que ele era dono", disse Roberto.

Alguns sobreviventes insistiram que um barco de arca poder ter sido uma das principais causas do trágico tombo na foz do Caiari. Mas segundo certas informações que se encontram em livros geográficos e hidrográficos da época, o nível do rio Caiari era bastante alto para levá-lo a se inclinar lentamente para as águas. Outra grande causa - e a mais conhecida até hoje - vem a ser a superlotação da embarcação.



● Corpos foram sepultados em urnas coletivas, no município de Santana.

Revista DIÁRIO Edição 13

Figura 19: Páginas 12, 13, 14 e 15 da 19ª edição da revista diário – Maio de 2017.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Se o leitor fosse apenas ler o texto, acredita-se que ele não sentiria a mesma emoção ou percepção do quanto foi gigantesca essa tragédia. Agora, quando o leitor se depara com o texto narrando ao mesmo tempo em que apresenta as fotos, ou seja, percebe-se que a junção de ambos nas páginas auxilia e proporciona um conjunto de interpretações, informações e principalmente emoções, algo que pouco seria possível se não fossem as fotografias.



**Figura 20:** Páginas 08 e 09 da 19ª edição da revista diário – Maio de 2017.

**Fonte:** Revista Diário do Amapá

Da mesma forma ocorre com a reportagem da Figura 20, que fala sobre os riscos da aviação. Após uma análise e fatores expressos que podem contribuir para os acidentes, assim como, o relato de Deputados amapaenses que já morreram em acidentes aéreos na Amazônia, a revista traz imagens para dar subsídios os fatos. Portanto, com as imagens esses acidentes e fatores ficam mais claros para o leitor. No caso, quando se apresenta uma reportagem desse tipo, assim como a anterior sobre a tragédia do rio Cajari, uma das primeiras coisas que chama atenção é a imagem do acidente aéreo ou do navio naufragado, ou seja, percebe-se que com o auxílio da imagem o texto fica mais completo, e que, como um fato do INFOtenimento às reportagens que apresentam em suas publicações a inserção de imagens como forma de auxilia e incrementar na leitura do leitor, estão cada vez mais ganhando destaque.

#### 4.3.4 TEXTO

De acordo com Dejavite (2006), o jornalismo de INFOtenimento englobada e se apresenta em qualquer editoria, região ou veículo de comunicação nos dias atuais, o importante é conseguir entreter e informar o leitor, telespectador utilizando-se de alguns seguimentos comuns:

- Textos leves e atraentes, que introduzem o leitor diretamente no assunto por meio de uma linguagem coloquial fluente. O leitor vivencia a história (interage com as notícias) e, principalmente, identifica-se e diverte-se com ela.
- Uso de Adjetivos e Advérbios;
- Utilização de uma diagramação dinâmica com aproveitamento do espaço;
- Estímulo à capacidade de distração, as aspirações, as curiosidades, aos ajustes de contas, à possibilidade de extravasar as frustrações e nutrir a imaginação. Além, claro, da ocupação do tempo livre;
- Foco à personalização, dramatização de conflitos e revelação de segredos (DEJAVITE, 2006, p.99).

Observe a escrita e humanização realizada na leitura deste texto ao fazer referência à posse de uma deputada do Estado do Amapá, denominada Aparecida Salomão. “*Natural do município de Amapá, Maria Aparecida dos Santos Salomão é advogada. Casada há 34 anos com o Conselheiro do Tribunal de Contas do Estado (TCE), Reginaldo Salomão (...)*”. Já de início pode-se perceber que o texto utiliza uma linguagem mais leve e informal, sem deixar de trazer ao seu leitor, à informação necessária para sua leitura.



Figura 21: Páginas 34 e 35 da 16ª edição da revista diário – Junho de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Pode-se perceber de forma clara que o texto é identificado como Jornalismo de INFOtenimento por apresentar essas características, a forma de que se utilizou para apresentar personagem faz com que o leitor não se sinta distante da Deputada, fazendo com que ele

conheça a fundo quem é ela. Como Dejavite (2006, p. 100) afirma “é preciso criar, logo de início, uma identificação com o leitor. Agora, como nos filmes e nas novelas, passa a ser apresentada de maneira mais humanizada”.

Dentre os elementos que mais sofreram mudanças, podem-se destacar os títulos, intertítulos, chamadas e manchetes, que ganharam letras maiores e até maior relevância do que o texto, hoje com função de encaminhar o leitor para o texto da matéria, de forma clara e objetiva (FERRER, 2008).

As notícias nos dias atuais passaram a figurar como produtos que precisam de estratégias para ampliar seu público alvo. É o que afirmam Conde e Solon (2011), ressaltando que:

Essa reorganização econômica e empresarial trouxe a necessidade de agregar novos e diferentes tipos de leitores, o que foi conquistado com a criação da técnica do lead e da pirâmide invertida, do uso de fotografias, de manchetes, da incorporação de outros produtos da cultura de massa, como folhetins e quadrinhos, além da inserção de assuntos amenos como moda, culinária, horóscopo e notícias de cunho sensacionalista. (CONDE e SOLON, 2011, P.6).

Sendo assim, uma das alternativas e anseios por esse público novo e alvo de muitos veículos de comunicação, espera ao realizar a leitura de um texto, que o referido o aproxime da notícia, que interaja com a informação, que seja capaz de produzir no leitor a sensação de estar conversando com o autor do texto, que realize uma identificação do personagem para com o leitor, ou seja, que seja capaz de entreter o leitor na medida em que satisfaz a sua necessidade por informação.

Com as mudanças advindas da sociedade da informação, podem-se destacar algumas variações que os textos vêm sofrendo, por exemplo, o texto passou por algumas mudanças na forma como se apresenta. Entre essas mudanças, pode-se destacar a busca por uma leitura mais leve, informações que busquem uma aproximação do leitor para com o veículo, o emprego de notícias light, que seriam notícias com abordagens mais leves e de fácil compreensão.

Segundo Dejavite (apud CONDE e SOLON, 2006), a notícia na Sociedade da Informação, de acordo com Masuda (1982), é aquela onde as tecnologias facilitam e auxiliam nas criações, distribuição e propagação das informações, onde representam um papel importante no que diz respeito às atividades sociais, culturais e econômicas, portanto, nessa sociedade, a notícia possui as seguintes características: é baseada na cultura light, deixou de ser um mero produto para se tornar um importante serviço (2006, p. 147), o leitor passou ser tratado como cliente e migrou-se uma economia de demanda para uma economia de oferta.

Conforme os dias atuais, a vida corrida que muitas pessoas levam, as formas de abordagem nos textos mudaram drasticamente, tendo a vista, a necessidade de se suavizar as leituras, ou seja, uma leitura que possa ser realizada num ônibus, fila de banco, hora do almoço, pois é nesse curto período de lazer do leitor, se assim pode-se dizer, que o leitor poderá realizar sua leitura diária, o que para Dejavite (2006), figura como *notícia light*.

Atente-se para uma entrevista realizada pela Revista Diário com o atleta de taekondo Venilton Torres Teixeira, amapaense de periferia, que virou sensação nas Olimpíadas do Rio de 2016, e virou figura estampada nos mais variados veículos de comunicação. Acompanhe um trecho da entrevista realizada em outubro de 2015, na edição de número 11º de outubro de 2015.

“Venilton Torres Teixeira, apesar da pouca idade, inicia carreira de forma vitoriosa, como referência amapaense no taekwondo. Sua trajetória iniciou através da ação social Mais Educação, desenvolvida com crianças e jovens carentes [...]” (REVISTA DIÁRIO, 2015, p.27).

Da mesma forma que a outra reportagem começou esta também inicia. O intuito da revista é buscar trazer o leitor para perto do personagem, outro fator diz respeito ao fato da revista está trazendo ao leitor, fatos e acontecimentos que fizera com que o atleta conseguisse se destacar no esporte, como no trecho a seguir: “Em 2014, Venilton Teixeira conquistou a Medalha de Bronze no open do México, mas o seu melhor resultado foi o Ouro conquistado no Open da Turquia” (REVISTA DIÁRIO, 2015, p.27). O fato de o atleta vir de família carente destaca-se como um dos primeiros elementos a ser ressaltado e, assim humanizar e suavizar a leitura e aproximação do leitor com o personagem.

Novamente temos a presença de um texto mais humanizado, com linguagem direta e objetiva, alguns adjetivos e advérbios no trecho “para o Jovem promessa do taekwondo”, outro fator que já chama atenção é no intertítulo da matéria que diz “Atleta de taekwondo iniciou carreira em um programa de ação social”, no qual conforme percebemos foi escrito de forma chamativa, trazendo a informação chave e uma leveza para o texto.

Fazendo uma singela comparação com outro veículo de comunicação, como o site EBC – Agência Brasil que realizou uma reportagem também com o atleta em Agosto de 2016, com o título “Único atleta do Amapá na Rio 2016, Venilton Teixeira estreia amanhã no taekwondo”, já no ano da Copa, percebe-se alguns pontos que deixam claro, que a Diário na medida do possível tentou trazer elementos do INFOtenimento. Observe o trecho de início da reportagem: “Único representante do Amapá na Rio 2016, o atleta do taekwondo Venilton

Teixeira estreia amanhã (17) na competição” (REVISTA DIÁRIO, 2015, p.27). Não fica difícil verificar a rigidez e seriedade com que a reportagem foi redigida.

Consegui ser o segundo amapaense da história a representar o meu estado [o primeiro foi o nadador Jader Souza, em 2004]. O único desta Olimpíada. Isso é uma coisa muito boa para mim porque todos no meu estado estão me apoiando. Se Deus quiser, eu vou trazer a medalha para o meu estado” (Revista Diário, 2015, p.27).

#### 4.3.5 LINHA EDITORIAL

Segundo o Barbosa, Martins e Gunji (2014) a “linha editorial” no campo jornalístico figura como:

posicionamento prévio quanto à seleção dos assuntos e ao tratamento das informações em um veículo de comunicação ou no conjunto dos produtos editoriais de uma empresa. Ainda, que é um estilo básico que caracteriza uma publicação impressa, programa radiofônico ou televisivo, site de internet, etc. Portanto, linha editorial é a lógica pela qual a empresa jornalística (veículo de comunicação) enxerga o mundo; ela indica seus valores, aponta seus paradigmas e influencia decisivamente na construção de sua mensagem (BARBOSA; MARTINS; GUNJI, 2014, p. 22).

Sabe-se que assuntos diversos chegam aos veículos de comunicação diariamente, mesmo que assim não seja os veículos vão à busca dessas informações. Contudo, é neste momento que os editores precisam por em prática alguns critérios para ponderar o que é ou não notícia, seria basicamente utilizar os critérios de noticiabilidade, tendo em vista, que muitos assuntos são importantes, nem todas se apresentam como notícia. Não existe de certo modo uma hierarquia entre os textos, por exemplo, um texto de política não é tratado de melhor forma do que um texto de danças culturais.

A equipe chefe da revista diário não possui um assunto chave para elaboração das notícias. Os assuntos que são trabalhados na rádio, jornal impresso/online do mesmo veículo de comunicação da Diário, são assuntos que possivelmente serão trabalhados de forma mais ampla na revista. Segundo o Diretor Superintendente da Revista Diário, Luiz Melo, em entrevista concedida a este autor, ponderou que os assuntos que não são abordados na rádio, podem muito bem ser mais trabalhados e apresentados na revista. “A minha intenção era de poder trabalhar os assuntos que eu gosto na rádio, por exemplo, na revista, com imagens, gráficos para eludir de outras formas a informação para o telespectador”.

A revista possui um vasto campo de acesso no Estado, sobre diversos tipos de assuntos, tendo em vista, que o Amapá é rico em assuntos tanto de economia, quanto de cultura, por exemplo. Como já ponderado, a revista Diário não tende a escolher um assunto de

política em detrimento do outros, como gastronomia, por exemplo, a intenção é verificar que tipo de assunto pode resultar em uma utilidade pública ou aquele que mais agradaria o público da revista.

Alguns assuntos, como se pode perceber nas publicações da revista que não são trabalhados em outros veículos, por exemplo, textos dando dicas de decoração de imóveis, tratamento dos seus animais, tipos de danças folclóricas que tem seu espaço fixado nas edições da revista em quase todas as edições já lançadas pela revista. O que se caracteriza de forma positiva, afirma Luiz Melo, que diz “As pessoas em outros Estados poderão conhecer ainda mais sobre nossas culturas, ao mesmo tempo em que poderão saber sobre os assuntos mais tradicionais que eles queiram”.

Existem assuntos que são trabalhos pela Revista Diário que em outros veículos são preteridos, seja pelo desinteresse em trabalhá-los, ou simplesmente pela seleção errônea dos editores, que os julgam como subproduto do jornalismo, como se determinado assunto de gastronomia, bem-estar e demais assuntos de entretenimento fossem postulados como de não interessante para os leitores.

Na revista Diário, desde suas primeiras edições, se apresenta esse tipo de notícia e informação para os seus leitores, tendo em vista, que a intenção do veículo desde os seus primórdios é de levar todo e qualquer tipo de informação e entretenimento que seja de interesse mútuo de ambos os leitores. Prova disso, seriam as vastas edições trazendo as respectivas editorias, como se observa nas seguintes imagens.



Figura 22: Páginas 06 e 07 da 20ª edição da revista diário – Junho de 2017.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Viver Bem  Doutor Cláudio Leão,  
clínico geral

## A doença da escuridão



**A** doença de Alzheimer é um mal caracterizado por parâmetros familiares, pois é comum o prolongar da vida que acumulamos informações e experiências que precisamos armazenar e passar para as novas gerações. É aí que mais precisamos da função cerebral, e onde essa patologia atinge e leva de maneira cruel a memória humana.

Quem melhor caracterizou essa doença foi o grande escritor Gabriel Garcia Marquez na obra prima Cem Anos de Solidão - os habitantes de uma pequena cidade na selva amazônica perdem a memória, chegando a não reconhecer seus laços familiares. No entanto, no romance há um fim feliz com a chegada de ciganos curandeiros que descobrem um elixir, curando o mal.

Não é o caso da realidade mundial em que a incidência de Alzheimer continua aumentando a população dos demenciados no planeta. E não é que na mesma Colômbia surge uma luz no fim do túnel? Pesquisadores se voltam para Medellín e seus arredores, onde um tronco familiar apresenta aproximadamente 1% dos 27 milhões de portadores de Alzheimer no mundo todo até 2006.

As famílias colombianas suscetíveis à doença de Alzheimer estão na vanguarda da pesquisa de prevenção com uso de medicamentos que tentam a função de evitar a deposição da proteína beta-amiloide no tecido cerebral, mecanismo hoje entendido como causa da doença.

Sabemos hoje que os medicamentos usados para Alzheimer tratam apenas os sintomas cognitivos e não o processo básico da doença. Funcionam por tempo limitado de meses e alguns anos. O tratamento atual se volta para biomarcadores diagnósticos que serão ferramentas importantes no diagnóstico precoce e proporcionarão o uso de medicamentos que impeçam chegar à irreversibilidade do quadro clínico.

A onda do Alzheimer cresce exponencialmente na medida em que a população envelhece, porque a incidência aumenta com a idade. Estatísticas apontam para total aproximado de 39 milhões de idosos nos Estados Unidos, em 2010. E poderá atingir a cifra de 89 milhões por volta de 2050, sendo a idade o maior fator de risco para o Alzheimer.

Aqui pensando, acredito piamente na ciência médica, e espero que os cientistas da neurociência consigam um final feliz, assim como o nosso grande Garcia Marquez no celebre Cem Anos de Solidão. 

**Doutor Cláudio Leão,**  
Clínico geral e coordenador da Unidade de Terapia Intensiva do Hospital São Camilo.

Revista DIÁRIO - Agosto 2015 - 50

Figura 23: Página 59 da 9ª edição da revista diário – Agosto de 2015.

Fonte: Revista Diário do Amapá

**Estética**  Dra. Edicleusa Jorge,  
Médica

## Dióxido de carbono Terapia para celulite e gordura localizada



**Fica a dica** 

A conclusão dos estudos sobre o dióxido de carbono mostra que a ausência de toxidez, a simplicidade do procedimento e os resultados obtidos indicam que este é um método válido no tratamento de adiposidade localizada.

**A** terapia do dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), mais conhecida como Carboxiterapia, refere-se à administração transcutânea de CO<sub>2</sub> com propósitos terapêuticos. Historicamente, esse tratamento se originou em 1932, na França, no Royat Spa, para tratamento de pacientes afetados por arteriopatas obstrutivas. O efeito da administração de CO<sub>2</sub> nos tecidos melhora a circulação e perfusão local. Para tal, a terapia com dióxido de carbono na microcirculação aumenta o efeito positivo sobre o processo lipolítico oxidativo fisiológico, isso não levou a utilizar esse gás no tratamento de adiposidade localizada.

A aplicação da terapia pode ser feita até três vezes por semana, no abdômen, braços, costas e nádegas, no mínimo dez sessões. A melhora no aspecto da pele é evidente logo nas primeiras sessões. Os pacientes relatam a presença de uma sensação de crepitação em baixo da pele, a aplicação pode causar hematomas leves que desaparecem sem causar qualquer dano estético. A dor sentida no local da injeção é de duração curta. Terminada a aplicação, ela desaparece. Os estudos dos tecidos tratados com dióxido de carbono mostram a camada da derme mais espessa e com melhor distribuição do colágeno. 




**Edicleusa Jorge**

**Dra. Edicleusa Jorge,**  
Mecolim - Avenida Progresso S/N, 2431 - Santa Rita, Fone: 3223-4248

Revista DIÁRIO - Outubro 2015 - 68

Figura 24: Páginas 06 e 07 da 20ª edição da revista diário – Junho de 2017.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Logo, como se pôde observar, a Diário não atende somente a um tipo de público leitor, como também, aborda e trabalha os mais variados tipos de editorias, agregando todo um público que anseia por produtos que atendam suas necessidades diárias de leituras, seja sobre economia, política, seja por entretenimento, gastronomia e beleza. O que vem sendo preterido por alguns veículos de comunicação, por outros como a Diário, vem se tornando o carro chefe, pois ao mesclar todas editorias dentro do mesmo veículo, a revista produz um INFOtenimento que é almejado pelo público do dia a dia.

Da mesma forma podemos observar com assuntos tidos como mais tradicionais pelos veículos de comunicação, esses que em muitos casos são ponderados como essenciais para qualquer veículo de comunicação, seriam os assuntos de política e economia, que são também trabalhados pela diário, porém como uma abordagem mais leve, constante utilização de imagens e um texto mais leve, culminando respectivamente com uma leitura mais *light*, seria algo como abordar essa mesma editoria, porém como uma vertente jornalística mais voltada para o INFOtenimento.

No fim de 2015 um assunto envolvendo política e economia foi pautada por vários veículos de comunicação no estado do Amapá, Brasília e São Paulo dentre outros, que abordavam sobre a criação e aprovação da Zona Franca Verde de Macapá e Santana no Amapá, que figura como embrião para industrialização amapaense. Porém, no intuito de dar o furo jornalístico ambos foram rasos no que tange informações mais precisas e de fácil compreensão para os seus respectivos públicos.

A rádio Diário FM ainda chegou a falar um pouco sobre, mas o enfoque maior se deu quando a revista Diário passou a trabalhar o assunto, com destaque para edição de fevereiro de 2016, onde a revista se utilizou de oito páginas da edição para ilustrar, apresentar, comentar, fomentar o assunto para os seus leitores.



Figura 25: Páginas 70 e 71 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá



Figura 26: Páginas 72 e 73 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá



Figura 27: Páginas 74 e 75 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá



Figura 28: Páginas 76 e 77 da 13ª edição da revista diário – Fevereiro de 2016.

Fonte: Revista Diário do Amapá

Com uma gama de informações, entrevistas e imagens a Diário apresenta para o seu público, especialmente o amapaense, quais seriam as vantagens da implantação da zona franca verde para o povo, que lucraria com a geração de emprego e renda. Como também, quais seriam os prós e contras da implementação dessa zona verde, ou seja, a revista teve todo um trabalho minucioso de trazer para o seu público um produto de qualidade sobre um assunto de grande interesse, mas que apresentado por muitos veículos como apenas algo corriqueiro, fato que, a editoria da revista Diário comprovou por meio da reportagem, não ser.

## 5 O INFOTENIMENTO E A DIREÇÃO DA REVISTA DIÁRIO

Em entrevista realizada em Novembro de 2016 com o Editor-Chefe da Revista Diário Luiz Melo, pode-se constatar alguns pensamentos no que tange os ideais, conhecimentos e vontades do Jornalista com relação à criação, edição, trabalho e linha de pensamento para com a Diário. Além da Revista, Luiz Mello também é proprietário de uma emissora de Rádio e Jornal impresso/online. Ambos intitulados Diário.

Quando perguntado ao jornalista o que o motivou a criação da revista Diário, pode-se notar que a vontade no trabalho era algo que motiva suas criações. O mesmo argumentou que decidiu criar a revista para englobar assuntos que ele não tinha como utilizar nos seus outros veículos, assuntos que eram abordados, mas não de forma aprofundada. É algo que se torna interessante tendo em vista que quando perguntando se ele utilizava o INFOtenimento em suas publicações, o mesmo não soube inferir se “sim” ou “não”, mesmo sendo evidente que o fato dele querer usar assuntos como cinema, pet, gastronomia, por exemplo, já marcaria a revista como um veículo com características de INFOtenimento.

Luiz Melo quando comenta sobre a forma com que realiza os seus trabalhos foi bem categórico ao ponderar que “os assuntos chegam todos os dias, você só tem que saber qual dele vai render, e se você perceber que o assunto não rende, não utilize ele profundamente. E se os assuntos não vierem a você, vá atrás deles”. O jornalista diz que conta com ajuda de outros editores, redatores para selecionar o que é ou não notícia, mas frisou que realmente não conhecia o termo INFOtenimento apresentado por este autor a ele.

Quando foi falado o que era o INFOtenimento demonstrou compreender que realmente o fato dele querer abordar outros assuntos, que não somente Política e Economia, assuntos que giram diariamente no Estado, ele estaria promovendo e perpetuando uma nova vertente do jornalismo, que segundo ele “as pessoas gostam de assuntos mais leve, leituras mais suaves, nós recebemos esse feedback delas”. Ele ponderou que outros veículos irão migrar para esse tipo de informação e trabalho, como ele já vem percebendo.

Durante entrevista, e após ter sido apresentado o termo de INFOtenimento, Luiz Melo começou a perceber a importância que tem o seu veículo para um determinado público que está sedento por esse tipo de informação. Ele conta que não sabia do termo em si, mas sabia que existiam pessoas que gostavam de ler sobre política, como também de gastronomia, cinema e afins, e que elas mesmas cobravam muitas vezes esse tipo de assunto, algo que foi ressaltado por ele é que “eu mesmo gosto de me manter informado com relação a qualquer tipo de informação. Meu dia é muito corrido, na medida em que eu posso, eu quero ler de

forma que eu possa compreender e abrir um jornal ou revista, por exemplo, e ali encontrar os assuntos que são do meu interesse”.

Quando perguntado sobre os assuntos que são trabalhados pela revista, Luiz afirma que não existe uma informação que seja trabalhada e outra não, por exemplo, quando ele diz “os assuntos que chegam até nós, buscamos na medida do possível abordá-los, pois sabemos que vieram por algum motivo específico, ou que alguém nos deu a ideia de falar sobre” (informação verbal). Percebe-se nessa fala que a editoria da revista está atenta, ou que ouve os seus leitores também, o que justifica a utilização de muitos assuntos tidos por outros veículos como dispensáveis para edição, como dança, música, celebridade que figuram na Diário e em outros veículos não.

“Eu não criei a revista esperando enriquecer com ela, pois os veículos impressos nos dias atuais enfrentam uma grande dificuldade chamada – internet. Eu criei a revista como um hobby para poder trabalhar assuntos que são do meu interesse, mas que o tempo não permitia que fossem trabalhados em outros veículos”, respondeu Luiz Melo falou perguntado sobre o motivo pelo teria criado a revista Diário.

Percebeu-se que os diretores da Diário não detinham o conhecimento claro sobre o INFOtenimento, algo que foi constatado durante entrevista realizada com o superintendente. Logo, os assuntos que são trabalhados na revista como a utilização do entretenimento + informação não eram utilizada de forma proposital, mas sim porque eram do agrado tanto dos editores, quanto dos leitores que respondem de forma positiva para com esse tipo de produto. Portanto, sem ao menos saber sobre o INFOtenimento, a revista já se atentava para um público alvo que almeja por esse produto.

## 6 DESFECHO DAS INFORMAÇÕES

Este trabalho pretendeu analisar o INFOtenimento e discutir por meio de autores e análise os seus conceitos no Jornalismo Brasileiro, como também analisar a Revista Diário do Estado do Amapá, que também possui circulação em Belém (PA) e Brasília (DF), para constatar suas eventuais aproximações enquanto veículo de INFOtenimento.

Após apresentação e discussão de autores que defendem e contestam o INFOtenimento na fundamentação teórica, que abordou os assuntos de Informação, Entretenimento, Novo Jornalismo, Sociedades da informação e INFOtenimento, destinou-se a realizar uma análise sucinta sobre as publicações da Diário no que tange A Linha editorial, Capas, Fotografias, Diagramação e Textos. Em sua fase bibliográfica esta pesquisa aprofundou-se nos conhecimentos e teoria disponíveis a respeito do INFOtenimento do jornalismo brasileiro. Em uma segunda fase, concentrou-se na análise da revista diário, onde se buscou estudar características presentes na capa, editoria, fotografias, textos e linha editorial.

A partir do conceito definido na pesquisa sobre o neologismo informação + entretenimento, pode-se fundamentar e por em prática de forma a ilustrar por meio de imagens e textos, a presença ou não do INFOtenimento nas respectivas publicações analisadas, no intuito de comprovar que o veículo está migrando de forma positiva para essa nova vertente do Jornalismo que já possui um público interessado.

Pode-se perceber que a Linha Editorial da Revista Diário busca trabalhar os assuntos mais variados, sem priorizar os tópicos como mais tradicionais em detrimento dos julgados como subprodutos, ainda que a revista esteja atenta para o público que busca por editorias do entretenimento. Com relação à Diagramação percebe-se que é bem organizada, com vasta área de respiro, mudança na organização dos textos, imagens e afins pode resultar num trabalho mais agradável e leve que auxiliam na compreensão e interpretação das informações. Da mesma forma com as imagens e textos que andam juntos nas páginas da Diário, um texto *light*, proporciona uma leitura leve e agradável, sem uma linguagem prolixa o leitor poderá compreender de maneira mais rápida a informação, as imagens que estão para dar sentido ainda maior aos textos, apresentam-se com estruturas modernas e diferenciadas, buscando levar até o leitor, uma percepção mais agradável, figurando como de suma importância para o leitor.

Por meio da análise realizada neste trabalho e com embasamento adquirido no decorrer de sua produção, constatou-se que a Revista Diário figura de forma positiva como

um produto de comunicação que apresenta em suas publicações características do INFOtenimento, com destaque para sua Diagramação, elemento este que apresenta maiores resquícios da utilização do INFOtenimento, o que conseqüentemente, influencia os demais elementos da revista em só produto. Confirmando ainda, por meio de estudos e entrevistas com os editores da revista, que existe um público que almeja por este tipo de serviço e cobra de forma corriqueira que o mesmo seja trabalhado e disponibilizado para os leitores. Confirmando ainda, que o jornalismo até então engessado, aos poucos migrará cedo ou tarde para o INFOtenimento que tanto agrada o público que nos dias atuais, em decorrência de seu dia a dia corrido, no pouco tempo livre, busca tanto se informar sobre política e economia, quanto saber sobre assuntos mais ligados a editoria do entretenimento e notícias *light*.

Sabe-se que existem poucos trabalhos disponíveis, que conceituam o INFOtenimento, e os que se apresentam não demonstram de forma clara o que seria esta vertente. O pouco material que se teve acesso no decorrer desta pesquisa, fala basicamente sobre a teoria do INFOtenimento. Fato, que esta pesquisa buscou além de fundamentar também o que seria esta nova vertente, demonstrar por intermédio de análise do produto onde e como se apresenta o INFOtenimento.

Espera-se que com esta pesquisa, outros acadêmicos e profissionais da área possam despertar o interesse por estudar e pesquisar ainda mais sobre, contribuindo desta forma para um acervo maior possa ser utilizados por estudantes e profissionais que ainda sintam dificuldades de compreender o que seria essa vertente, que aos poucos vem dominando não somente a Televisão, Rádio, mas também os veículos de comunicação impresso.

É possível observar que acadêmicos e profissionais da área da comunicação que julgam está Editoria como um subproduto do jornalismo estão desmerecendo de forma equivocada uma vertente que se percebe parte essencial das notícias e informações dos mais variados tipos de veículos de comunicação atual. O fato de verificar uma leitura de Política e Economia trabalha de forma mais leve, e notícias mais *light* não prejudica a compreensão da informação por parte do leitor. De acordo com Dejavite (2006) em suas pesquisas, contatou-se que no pouco tempo disponível do leitor, ele busca se informar e entreter, ao mesmo tempo, que realiza um momento de lazer, por exemplo.

Com base nesses estudos, admite-se que o INFOtenimento é uma vertente muito importante para os dias atuais, tendo em vista, que a sociedade atual busca por informações mais leves, e por veículos de comunicação que ao mesmo tempo que apresentam editoria de política, apresentem também editoria de cultura, saúde e gastronomia. Espera-se que com esta pesquisa outros possam comprovar e se adequar ao fato de que: O entretenimento não é um

subproduto do Jornalismo, o profissional que trabalha nesta área não é menos capacitado que outro que aborda política e, que o leitor atual busca por produtos mais leves e dinâmicos.

Portanto, pode-se inferir por meio desta pesquisa, que o INFOtenimento é uma vertente jornalística, que chega nos dias atuais para somar e não subtrair nas editorias e publicações. Como também, percebe-se que no Brasil alguns veículos de comunicação já estão migrando para o INFOtenimento, por exemplo, (Fantástico, Jornais Esportivos, A Liga, CQC etc), visando atender a um público que já anseia por este tipo de produto.

## 7 ACESSO AOS ARQUIVOS

BARBOSA, B. A.; MARTINS, C. N.; GUNJI, L. M. **Estudo Comparativo da Linha Editorial das Revistas Veja e Carta Capital**. Dissertação (Universidade Braz Cubas, Comunicação Social) Mogi Das Cruzes, 2014.

BELL, Daniel. **O Advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão social**. São Paulo, Cultrix, 1973.

BERTRAND, Claude-Jean. **A dentologia das mídias**. Bauru (SP), Edusc, 1999.

BRAZ, J. R. B. **Capas de revista e o elemento fotografia: uma análise da primeira página da Veja**. Trabalho Acadêmico (Revista Temática), 2012. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23506>

CARDOSO, M. C. S. **Jornal Leia Agora: análise do planejamento gráfico de um jornal opinativo de pequeno porte**. Dissertação (Universidade Federal de Santa Maria, Departamento de Ciências da Comunicação) Rio Grande do Sul, 2012.

CONDE, M. G.; SOLON, D. **Infotainment: a notícia light no Jornal O Dia, de Teresina**. Trabalho Acadêmico (Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) Maceió, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0599-1.pdf>

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. 2. São Paulo: Futura, 2000.

DEJAVITE, F. A. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment**. 2007. Artigo Científico apresentado ao Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>

DEJAVITE, Fabia Angélica. **INFOtenimento: informação + entretenimento no jornalismo**. São Paulo, 2006.

DORNELES, Felipe Rigon. **O Infotainment e a Crítica ao Processo de Comunicação Televisivo**. Ijuí – RS. Artigo Científico apresentado ao Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1745-1.pdf>

DOMINGUES, Juan. **Novo jornalismo: reflexões sobre a relação entre reportagem e romance**. Trabalho Acadêmico (Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul – v. 12, n. 24, jul./dez. 2013).

FERRER, D. R. **Quem Vê Capa Vê Coração: as capas de revistas como forma de síntese de perfil do público leitor**. Dissertação (Pontifícia Universidade CATÓLICA do Rio Grande do Sul), Porto Alegre, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**. 8ª ed. - Rio de Janeiro: Record, 2004. Inclui glossário.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa**. Elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Tradução Heloisa Monteiro e Francisco Settineri. — Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMQ, 1999.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LINS, Marina Osorio Navarro. **Novo Jornalismo no Brasil: caso da revista realidade**. Monografia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2012. Rio de Janeiro. Disponível em sua versão online: <http://zonadigital.pacc.ufrj.br/wp-content/uploads/2014/02/Novo-Jornalismo-no-Brasil-caso-da-revista-Realidade.pdf>

MASUDA, Yoneji. **A sociedade da informação como sociedade pós-moderna industrial**. Rio de Janeiro: Ed. Rio, 1982.

MAZANO, Rodrigo. **Reality jornalismo show**. Revista Imprensa, São Paulo, n. 170, pp.100-103, abr.2002. Acesso 20/01/2017.

MUNIZ, Flavia. **Programa ‘Encontro com Fátima Bernardes’ completa três anos no ar**. Jornal O Dia, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em sua versão online: <http://odia.ig.com.br>. Acesso 05/01/2017.

O SHOW NÃO PODE PARAR: **mercado de entretenimento está otimista**. São Paulo, 2015. Disponível em sua versão online: [www.deolhonomercado.com.br](http://www.deolhonomercado.com.br). Acesso 05/01/2017.

PRADANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico** – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

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

SILVA, Ana Mafalda Falcão. **Sociedade da Informação**. 2007. 24 p. (Monografia) – Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

SILVIA, M. C. M. **O Homossexual em Pauta: uma análise da revista júnior**. Dissertação (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação e Centro de Filosofia), Rio de Janeiro, 2011.

SILVA, H. S. **Análise de conteúdo: fazemos o que dizemos? Um levantamento de estudos que dizem adotar a técnica**. Trabalho acadêmico (IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade). Brasília, 2011.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. **Entretenimento: uma crítica aberta**. São Paulo: SENAC, 2003.

XAVIER, Antonio C. S. **O Hipertexto na Sociedade da Informação: a constituição do modo de enunciação digital**. Tese de doutorado Unicamp, 2005.