



Instituto Politécnico de Tomar

**Escola Superior de Tecnologia de Tomar**

**OS BASTIDORES DA IMPRENSA COR-DE-ROSA:  
O CASO DO CORREIO DA MANHÃ/  
REVISTA VIDAS**

Relatório de Estágio

**Margarida Sebastião de Almeida**

Mestrado em  
Design Editorial

**Tomar / Outubro / 2017**



Instituto Politécnico de Tomar

**Escola Superior de Tecnologia de Tomar**

**Margarida Sebastião de Almeida**

**OS BASTIDORES DA IMPRENSA COR-DE-ROSA:  
O CASO DO CORREIO DA MANHÃ/  
REVISTA VIDAS**

Relatório de Estágio

Orientado por:  
Especialista Luís Filipe Cunha Moreira (IPT)

Relatório de Estágio  
apresentado ao Instituto Politécnico de Tomar  
para cumprimento dos requisitos necessários  
à obtenção do grau de Mestre  
em Design Editorial

**Tomar / OUTUBRO / 2017**



# Resumo

O presente relatório de estágio visa apresentar numa primeira fase a experiência profissional que adquiri através do estágio curricular do Mestrado em Design Editorial no Instituto Politécnico de Tomar, com a duração de seis meses, na empresa Cofina e, mais especificamente, no jornal Correio da Manhã. Nesta primeira fase aborda-se essencialmente a minha primeira experiência profissional num jornal diário, jornal de que falo, ainda que sucintamente, reportando-me a todo o processo conducente à sua realização, bem como a minha participação em tal processo.

Numa segunda parte, a intenção subjacente é o descortinar todo o “backstage” da imprensa cor-de-rosa, e mais especificamente o caso do Correio da Manhã - Vidas, desde tudo o que o público quer saber (as fontes de informação, os paparazzi, a escolha das notícias...), à abordagem do aspeto da transformação das notícias para todas as áreas em que a Vidas está implementada (TV, jornal, revista e online), passando pela análise gráfica, até chegar à revista. De salientar que todos os aspetos abordados e aqui explanados se basearam em pesquisa e em entrevistas feitas a profissionais na área.

Palavras-Chave:

estágio, jornal, revista, vidas, figuras públicas, ética



# Abstract

The following report intends to present, in an early stage, the professional experience that I acquired through attending the six months long curricular internship within the scope of the Master's Degree on Editorial Design at Instituto Politécnico de Tomar, that was developed at the company Cofina and more specifically in the newspaper Correio da Manhã . This first phase deals especially with my first professional experience in a daily newspaper which I come up with, although briefly, by relating the whole process leading to its realization, as well as my participation in this process.

The aim that lies beneath the second part of this report, is to reveal the whole backstage of the tabloid journalism, and more specifically the case of Correio da Manhã-Vidas, from everything the public wants to know (sources of information, paparazzi, the choice of news ...), to explaining the aspect of the transformation of news to all areas in which Vidas is implemented (TV, newspaper, magazine and online), throughout all graphic analysis, until the magazine final result. I must hereby emphasize that all mentioned and explained aspects were based on research and interviews with professionals of the area.

Key words:

Internship, newspaper, magazine, vidas, public figures, ethic



# Agradecimentos

Agradeço a todos aqueles que de forma direta ou indiretamente me ajudaram no desenvolvimento deste trabalho. Não posso deixar de fazer um agradecimento especial às pessoas que me acompanharam diariamente, e deste modo quero agradecer ao meu grande amigo Cláudio Silva por todas as dicas, ajudas e horas infinitas ao telemóvel a apoiar-me incansavelmente. Às minhas grandes amigas Ana Teresa e Beatriz Delgado que acompanharam bem de perto todo este processo, pelas ajudas prestadas, pelas orientações dadas e pela compreensão, um muito obrigado do fundo do coração. Gostava de agradecer a toda a equipa do CM por toda a dedicação, ajuda e confiança que me foram dando ao longo dos seis meses de estágio. Ao professor Luís Moreira pelo incentivo e amizade. Por fim, e o mais importante, um agradecimento sem preço a três pessoas muito importantes, em primeiro lugar ao João Teixeira por ser a pessoa com mais paciência que conheço e que só assim é que consegue aturar os meus devaneios, e ainda agradecer aos meus pais que apesar de tudo sempre me apoiaram incondicionalmente nas minhas decisões, pela força e coragem que sempre me transmitiram.



# Índice

13	<b>Introdução</b>
14	Relatório de estágio
19	Cofina
20	Correio da Manhã
21	Linha cronológica do CM
24	CM Redação
26	Estrutura do jornal
27	Layout
27	Primeira página
28	Cores
28	Grelha do jornal
29	Construção de uma página
31	Linguagem cromática do jornal
32	Construção de uma página passo-a-passo
33	O meu percurso
40	<b>Os bastidores da imprensa cor-de-rosa: o caso do Correio da Manhã/ Revista Vidas</b>
43	Contextualização histórica
43	A imprensa: a história e evolução
45	O caso da imprensa cor-de-rosa
46	A ética e os valores da imprensa cor-de-rosa
50	Opinião e curiosidades dos leitores
52	O que dizem os profissionais da área
54	Vidas
54	A sua história
55	Backstage da revista
56	Secções que definem a revista
58	Quem protagoniza este tipo de imprensa
58	Fontes de informação
59	Paparazzi
60	Critérios das notícias
61	Vidas nos vários meios de comunicação
63	Evolução gráfica da revista Vidas

71	Comparação gráfica da Vidas com três revistas internacionais cor-de-rosa
72	Apresentação das revistas internacionais
72	Revista !Hola!
72	Revista Contigo!
73	Revista Star
75	Análise Gráfica
83	<b>Conclusão</b>

# Índice de Figuras

## Relatório de estágio

- 19 Fig.1. Jornal Correio da Manhã
- 19 Fig.2. Jornal de Negócios
- 19 Fig.3. Jornal Record
- 19 Fig.4. Jornal Destak
- 19 Fig.5. Revista Sábado
- 19 Fig.6. Revista Máxima
- 19 Fig.7. Revista TVGuia
- 19 Fig.8. Jornal Mundo Universitário
- 19 Fig.9. CMtv
- 21 Fig.10. Primeira a capa do jornal Correio da Manhã
- 23 Fig.11. Edifício da Cofina
- 23 Fig.12. Director do grupo Octávio Ribeiro
- 25 Fig.13. Redação do Correio da Manhã
- 25 Fig.14. Secção da paginação
- 26 Fig.15. Coordenadoras Lucinda Peres e Ana Teixeira e o director de arte final Pedro Freire
- 26 Fig.16. Restante equipa da paginação
- 27 Fig.17. Exemplo da primeira da primeira página do jornal
- 28 Fig.18. Exemplo da página de abertura da secção sociedade
- 28 Fig.19. Exemplo da página de abertura da secção televisãoemédia
- 28 Fig.20. Exemplo da página de abertura da secção mundo
- 28 Fig.21. Grelha do jornal
- 28 Fig.22. Exemplo da grelha numa página
- 33 Fig.23. Plano geral do jornal em plena execução
- 39 Fig.24. Fachada do edifício da Cofina

## Os bastidores da imprensa cor-de-rosa: o caso do Correio da Manhã/ Revista Vidas

- 45 Fig.25. Jornal francês Gazette de France
- 45 Fig.26. Jornal inglês Ladies Mercury
- 46 Fig.27. Primeiro número da revista NovaGente
- 54 Fig.28. Suplemento Sport de 2007
- 54 Fig.29. Suplemento Vidas de 2007

54	Fig.30. Suplemento Êxito de 2007
55	Fig.31. Capas da Vidas com os diferentes layout's que a revista já sofreu
56	Fig.32. Exemplo de uma página da secção Opsss
56	Fig.33. Exemplo de uma página da secção Sensualidade
56	Fig.34. Exemplo de uma página da secção Êxito
57	Fig.35. Exemplo de uma página da secção Mude a sua Vida
57	Fig.36. Exemplo de uma página da secção Passatempos
57	Fig.37. Exemplo de uma página da secção Jornal Nacional
61	Fig.38. Vidas no jornal
61	Fig.39. Vidas online
61	Fig.40. Vidas no programa televisivo FlashVidas no canal CMtv
64	Fig.41. Exemplo de uma página Vidas de 2005
64	Fig.42. Exemplo de uma página Vidas de 2007
65	Fig.43. Exemplo de uma página Vidas de 2008
65	Fig.44. Exemplo de uma página Vidas actual
67	Fig.45. Exemplo de uma página da Vidas de 2005
67	Fig.46. Exemplo de uma página da Vidas de 2007
68	Fig.47. Exemplo de uma página da Vidas de 2008
68	Fig.48. Exemplo de uma página da Vidas actual
69	Fig.49. Exemplo de uma página da Vidas de 2005
69	Fig.50. Exemplo de uma página da Vidas de 2007
70	Fig.51. Exemplo de uma página da Vidas de 2008
70	Fig.52. Exemplo de uma página da Vidas actual
73	Fig.53. Revista ¡Holla!
73	Fig.54. Revista Contigo!
73	Fig.55. Revista Star
77	Fig.56. Exemplo de uma página ¡Holla!
77	Fig.57. Exemplo de uma página ¡Holla!
79	Fig.58. Exemplo de uma página Contigo!
79	Fig.59. Exemplo de uma página Contigo!
81	Fig.60. Exemplo de uma página Star
81	Fig.61. Exemplo de uma página Star

# Introdução

Primariamente, o relatório de estágio começará por apresentar experiência pessoal e profissional a que me propus na empresa Cofina, no jornal Correio da Manhã. No relatório de estágio será ainda abordada a Cofina como empresa, o jornal Correio da Manhã(CM) bem como a sua história e todo o seu processo de construção e edição. Vou ainda explicar a minha passagem pelo CM e o trabalho que desenvolvi.

Para Mar de Fontcuberta (1990), “há momentos em que o público sabe que o que está a ver ou a ler não é verdade. As revistas do cor-de-rosa geralmente oferecem uma imagem diária dos seus personagens que não corresponde à realidade. (...) É um jogo inocente, certas regras que existem entre a revista e seus leitores, que não afetam de todo a sua credibilidade. O público da imprensa cor de rosa muitas vezes imagina que o que ele está ler não é exatamente verdade, mas precisa cobri-lo com uma aparência de realidade, isto é, para torná-lo plausível.” reafirmando ainda que “O discurso da imprensa do cor-de-rosa tem suas próprias características em relação ao discurso jornalístico ortodoxo: predominância absoluta dos personagens, cultivo de interesse humano no interesse público, dedicação importante à informação do cotidiano e ao uso do plausível ao verdadeiro”

Foi com a curiosidade de perceber como funciona a esfera cor-de-rosa e com o intuito de compreender o porquê de tanta crítica a este tipo de imprensa que me envolvi neste tema.

Como tema principal deste trabalho vou explorar o processo de desenvolvimento que está por detrás da revista Vidas. O ponto de partida foi um inquérito que desenvolvi para perceber o que é que as pessoas pensam deste tipo de imprensa e quais as curiosidades que gostavam de ver justificadas. Procurei também profissionais da área que me ajudaram a compreender melhor este mundo. Tanto as entrevistas, como o inquérito, foram cruciais para o desenvolvimento deste trabalho.

Numa segunda parte, vou mostrar o desenvolvimento da revista Vidas ao longo de quatro redesign pelos quais passou. Procedo, ainda, a uma comparação gráfica entre a Vidas e três revistas cor-de-rosa internacionais para perceber quais as suas diferenças.

# parte

Relatório de estágio

e 1



# Introdução ao estágio

O estágio curricular trata-se de uma grande oportunidade para a integração no mercado de trabalho. Entramos numa realidade completamente diferente da que estamos habituados no curso. É uma experiência mais aproximada daquilo que realmente exige a profissão.

Relativamente à escolha do local, a minha primeira ideia seria a estagiar para uma empresa ou atelier de design onde pudesse aprender e desenvolver as minhas capacidades criativas. O meu objetivo estava assenta na premissa de aproveitar ao máximo aquilo que o estágio me pudesse ensinar.

Como nem sempre as coisas correm como nós esperamos e, uma vez que me encontrava com o tempo a terminar, a decisão final acabou por ser um jornal diário, o Correio da Manhã. Inicialmente, foi difícil interiorizar a ideia de que o meu estágio seria no CM, dado que seriam seis meses a trabalhar num jornal que nunca tinha comprado e que não me chamava à atenção. O que sabia sobre o jornal era aquilo que ouvia grande parte da população dizer: um jornal sensacionalista.

Contudo, aceitei esta decisão encarando todo este cenário como um grande desafio, tanto a nível profissional como a nível pessoal. Parti, então, para esta aventura com a vontade de assimilar tudo aquilo que a experiência me poderia proporcionar.



# Cofina

A Cofina, fundada em 1995 e uma das principais empresas do país, teve participações em diversos sectores de negócios, passando, no entanto, a dedicar-se exclusivamente aos ativos da imprensa desde 2005.

Atualmente, a Cofina lidera o domínio da imprensa Portuguesa. Conta com quatro jornais: Correio da Manhã, Record, Jornal de Negócios e Destak; quatro revistas: Sábado, Máxima, TV Guia e Mundo Universitário; e mais recentemente um canal televisivo: CMtv<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Informação retirada do site [http://www.cofina.pt/business-overview.aspx?sc\\_lang=pt-PT](http://www.cofina.pt/business-overview.aspx?sc_lang=pt-PT)

FIGURA 1-9. Publicações periódicas do grupo e o canal televisivo: CMtv, Correio da Manhã, Jornal de Negócios Record, Destak, Sábado, Máxima, TVGuia e Mundo Universitário



# Correio da Manhã

O jornal nasceu em 1979, pelas mãos de Vítor Direito, Carlos Barbosa e Nuno Rochas. Nesta altura já existia um nicho razoável no mercado de tablóides, o que fez com que fosse necessário criar um jornal diferente.

Um dos principais pontos de enfoque foi o título da nova publicação, dado que já existiam alguns “diários” na altura (*Diário de Lisboa*, *Diário Popular* e *Diário de Notícias*). Este, seria sem dúvida um ponto forte a favor da nova publicação que, escolhido unanimemente pela equipa, viria a surgir com o nome de “*Correio da Manhã*”.

É desta forma que no dia 19-03-1979 se publica o primeiro número do então jornal diário *Correio da Manhã*.

O *Correio da Manhã* passou por diversas dificuldades, mas, conseguiu erguer-se e sair para as ruas, graças àqueles que acreditaram no projeto e ajudaram a que este se concretizasse.

Com um formato e conteúdos inéditos, era uma grande novidade para a sociedade que não estava de todo habituada nem a este tipo de jornal nem a este tipo de notícias.

Caracterizava-se por ser original e dinâmico, destacava temas do dia-a-dia numa linguagem acessível. Era o único jornal publicado ao domingo, dando-lhe assim uma maior visibilidade. Jornal generalista, de cariz popular, que não dava um destaque aos assuntos políticos, estas eram algumas das características que levaram o *CM* a destacar-se no mercado.

O diretor Vítor Direito começou a ter uma prosa diária no jornal, chamada “*Bilhete Postal*”, sintética, incisiva e irreverente dando assim uma imagem de marca ao jornal.

Com o seu formato tablóide, a primeira página era maioritariamente representada por manchetes, o conteúdo destacava-se dos outros uma vez que era bastante moderno para a altura. O *CM* apostou ainda num maior acompanhamento dos cidadãos no terreno de forma a poder dar-lhes também uma voz e começou a patrocinar eventos fazendo desta forma a cobertura dos mesmos.

Hoje em dia o antigo diretor do *CM* diz que já não reconhece o jornal. Afirma que quando o criou tinha como objetivo fazer um tipo de jornalismo que não existia em Portugal, e que hoje é um jornal que se ridicularizou, (Carlos Barbosa, 2008).

No entanto o atual diretor, Octávio Ribeiro (2009) em funções desde 2007, diz que o jornal continua inalterado e afirma: “Somos um jornal generalista, que privilegia a notícia e estabelece um elo de estreita confiança com os leitores. Buscamos o pulsar do país, dia após dia. O *Correio da Manhã* tem uma história repleta de génio, esforço, trabalho e sucesso.”

## Linha cronológica do CM

- 1979 Sai para a rua no dia 19 de Março o primeiro número do jornal que se assumiu desde início como sendo um jornal popular. A redacção começou numa cave em Lisboa perto do Príncipe Real.
- 1980 O *CM* reuniu as condições necessárias para começar a crescer e inaugurou a primeira delegação no sul do país, Faro. O objectivo era de que o jornal fosse o mais lido do país. Foi com essa vontade que posteriormente começaram a expandir mais delegações pelo país.
- 1981 Foi lançada a primeira revista incluída no jornal que passou a sair todos os domingos. O *Correio Domingo*, assim designada, era uma revista de cariz generalista.
- 1986 Com o passar dos anos o jornal começou a ficar cada vez mais sólido apesar dos tempos difíceis que o país atravessava. A circulação diária já superava os 60 mil exemplares.
- 1988 Com o crescimento do jornal, foi também crescendo o número de trabalhadores sendo desta forma necessário mudar de instalações. Foi então nesta altura que a redacção mudou de instalações para um novo edifício na Avenida Mouzinho da Silveira em Lisboa.
- 1991 Nasceu uma revista semanal que passava a sair às sextas-feiras com o jornal, chamada *Correio Tv*, cujos conteúdos eram dedicados exclusivamente à televisão. Foi uma grande novidade para a imprensa portuguesa. Neste ano Vítor Direito foi nomeado presidente Director-Geral.



FIGURA 10. Primeira a capa do jornal Correio da Manhã

- 1992 A capa do jornal passou a ser a cores o que a fez sobressair dos outros jornais diários.
- 1993 Chegou às bancas uma nova revista, denominada *Casa*, mais destinada ao público feminino. Passou a ser o primeiro jornal português a oferecer três revistas semanais.
- 1997 Com todo este crescimento foi necessária uma nova mudança de instalações, desta vez na Avenida João Crisóstomo em Lisboa.
- 1998 O jornal passou a estar online, tendo notícias no portal Netc. Passou a ter informações em constante actualização.
- 2000 Foi o ano em que a empresa Press-livre, proprietária do *CM*, foi comprada pelo grupo Cofina. Passou a fazer parte de um dos principais grupos de imprensa portuguesa que continha vários títulos, meios de distribuição e explorava o mercado publicitário.
- 2002 O *CM* passou a estar online mas desta vez de uma forma autónoma, criou o seu próprio site. O grupo mudou de direção, nomeando João Marcelino director.
- 2004 A secção *Correio Leitores* foi renovada, passou a dar voz aos leitores através da aproximação do jornalista com os cidadãos.

2007 Octávio Ribeiro foi nomeado director deixando assim o cargo de director-adjunto do jornal. Neste ano foram lançados novos suplementos entre eles o *Êxito* e a *Vidas*.

2008 Deu-se a junção dos suplementos *Êxito* e *Vidas* nascendo assim um único suplemento (de nome *Vidas*) com um novo design, passando a sair aos sábados. O site do *CM* sofreu também uma remodelação para aproximar ainda mais o leitor da informação.

2011 Foi criada uma aplicação do jornal para tablete.

2011 Houve uma nova mudança de instalações onde o grupo Cofina reuniu todas as suas publicações num só edifício. Desta vez para a Rua José Maria Nicolau, em Lisboa, onde ainda hoje se encontra.

2012 Neste ano o grupo deu um grande salto e lançou o canal televisivo *CMtv*

2017 Actualmente o grupo Cofina encontra-se numa situação complicada a nível financeiro. Algumas publicações quiseram sair do grupo. Octávio Ribeiro deixou a direcção do jornal *CM* e do canal *CMtv* para ser o nomeado o publisher do grupo Cofina.

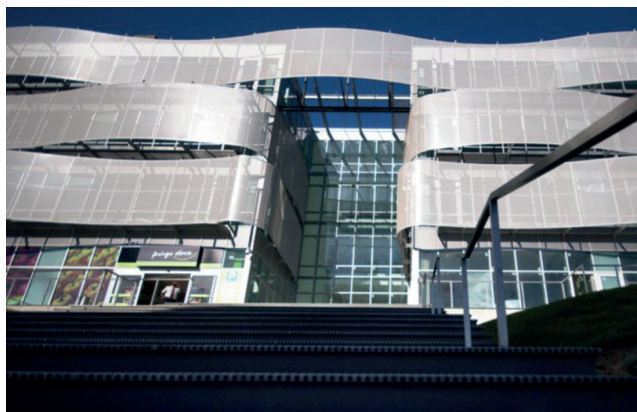


FIGURA 11-12. Edifício da Cofina e o Director do Grupo, Octávio Ribeiro

# CM redação

A sede é em Lisboa mas conta com várias delegações espalhadas pelo país, tais como, em Braga, Porto, Coimbra, Viseu, Leiria, Évora, Faro e Portimão, mas é em Lisboa que todo o jornal é feito.

A redação é composta por diversas secções, podendo destacar a Direção; a Chefia de Redação; as secções dos jornalistas, coordenadas por um editor; a Revisão; a Fotografia; o Tratamento de Imagem; a Infografia e por fim a Paginação. Existem outros elementos que fazem também parte da construção do jornal tais como colaboradores, cronistas, secretaria, entre outros.

## **Diretor**

A direção do jornal é liderada pelo Octávio Ribeiro desde 2007. Dirige toda a redação com a ajuda dos diretores-adjuntos e tem como principal responsabilidade a parte legal de todos os conteúdos publicados.

## **Chefia de redação**

Os chefes de redação têm como responsabilidade verificar todas as páginas do jornal antes de seguirem para a gráfica, têm o poder de fazer qualquer tipo de alteração nas páginas e são eles que planificam a capa do jornal com a aprovação do diretor.

## **Secções/ Editores**

A redação está dividida por várias secções (Política, Desporto, Economia, entre outros) e cada secção é dirigida por um editor. O editor coordena a sua secção, define os temas para o jornal e revê todos os textos escritos pelos jornalistas da sua secção.

## **Revisão**

Compete à revisão verificar todos os textos e páginas, corrigindo os erros ortográficos e outras falhas que possam existir.

## **Fotografia**

Existem todos os dias dois fotógrafos a trabalhar no jornal que fazem as escolhas das fotografias consoante o que os jornalistas lhes pedem.

## **Tratamento de imagem**

Todas as fotografias que são escolhidas para entrar no jornal passam pelo tratamento de imagem para garantir uma maior qualidade.

## **Infografia**

Diariamente algumas notícias fazem-se acompanhar por infografias e

na redação trabalham dois infografistas que as produzem de acordo com o que os jornalistas lhes pedem e com o material que lhes fornecem.

### Paginação

O ponto de partida para todo o desenvolvimento do jornal é a paginação. É liderada pelo diretor de Arte Final e por duas coordenadoras. É na paginação que são desenhadas as páginas ou então são escolhidas a partir de um catálogo, onde estão guardadas páginas previamente feitas, adaptando-as aos pedidos dos jornalistas.



FIGURA 13-14 Redação do *Correio da Manhã* e a secção da paginação

# Estrutura do jornal

No *CM* trabalha-se com os programas QuarkXpress e Millenium. Este último é utilizado por toda a redação. O Quark é utilizado exclusivamente pelos paginadores, uma vez que é o programa que permite modificar tudo o que é possível, como modificar o texto, colocar fotografias ou infografias, desenhar, entre outras coisas. Estes dois programas funcionam em simultâneo, o que permite a redação trabalhar toda ao mesmo tempo.

Existe um catálogo dividido por secções e cada secção tem algumas páginas já desenhadas de forma a que o paginador possa utilizá-las facilitando assim o trabalho. Existe, contudo, a necessidade diária de desenhar páginas de raiz, páginas como as atualidades que são normalmente desenhadas pelas coordenadoras, abertura de algumas secções e as páginas da secção *Vidas* executadas pelos paginadores.

O diretor de Arte Final coordena toda a parte gráfica do jornal, é ele que na maioria das vezes faz a capa e tem como principal função garantir que o jornal não vai com nenhum erro gráfico para a impressão.

As coordenadoras são responsáveis pelas principais páginas do jornal e auxiliam ainda na revisão gráfica do jornal.

Os restantes paginadores paginam o resto do jornal, existindo três funções distintas entre eles: um é responsável pelo plano diário do jornal; outro é responsável pela revisão gráfica assim como pelo envio do jornal para a gráfica; e por fim dois ou três paginadores arranjam as páginas conforme os pedidos dos jornalistas: colocam as fotografias, desenham algumas páginas e arranjam graficamente cada uma delas.

FIGURA 15-16. As coordenadoras, Lucinda Peres e Ana Teixeira, director de arte final, Pedro Freire e a restante equipa de paginação



# Layout

## Primeira página

A primeira página é o elemento mais importante de um jornal. A capa é decisiva para a venda de um jornal, por isso tem que cativar o leitor.

A capa tem que conter elementos suficientes acerca do seu interior, de forma a transmitir ao leitor um resumo da informação presente no jornal. Estas informações são dadas por manchetes, fotografias, breves, chamadas, entre outros. Todos estes elementos têm de se apresentar organizados de forma a transmitir uma imagem coesa de leitura agradável e simplificada.

O *Correio da Manhã* é caracterizado por ter muita informação e poucos espaços brancos o que dificulta a leitura e pode deixar o leitor confuso em relação à hierarquia da informação.

QUARTA-FEIRA 13/09/2017 | (DIÁRIO) €1 (CIVIL)

ALENTEJO  
**MORTO A TIRO EM FESTA POR AMIGO**  
P.10

**CORREIO da manhã**  
www.cmjornal.pt  
VITOR: OCTÁVIO BENEITO DIR. -GR.: ROBERTO CETEVEZ PEREIRA, CARLOS RODRIGUES E JOSÉ CARLOS CASTRO

CORTES NA EDUCAÇÃO  
**ESTADO POUPA 20% COM PROFESSORES**  
P.18

**HORROR EM ALDEIA DA GUARDA** **MÃE ASFIXIA MENINO DE NOVE ANOS ATÉ À MORTE** P.12

**DECLARAÇÃO DO ANTIGO MINISTRO**  
**VARA SALVA FILHA DO MARQUÊS**  
ASSUME PROPRIEDADE DO DINHEIRO EM OFFSHORE  
ASSEGURA QUE BÁRBARA É INOCENTE NAS OPERAÇÕES SUSPEITAS  
EM CAUSA ESTÃO LUVAS PARA EX-GESTOR DA CAIXA  
P.21

OLYMPIACOS 2 | 3 SPORTING  
**ENTRADA DE LUXO GARANTE VITÓRIA**  
P.6 E 7

BENFICA 1 | 2 CSKA  
**FALSA PARTIDA NA LUZ**  
P.4 E 5

DIZ SÉRGIO DRAGÃO QUER FAZER BOLA FICAR NA CHAMPIONS  
Portistas recebem turcos  
P.8 E 9

MAL P.32  
JUIZ ADEPTO DO FC PORTO JULGA PROVIDÊNCIA DAS ÁGUAS

VIDAS P.41 A 45  
**DANIELA BASSO É A NOVA BOMBA DE JIMÉNEZ**  
EX-NAMORADA DE DAVID CARREIRA IRRITADA COM RIVAL

COBRANÇA DISPARA P.24 E 25  
**Avaliação do IMI duplica valor das casas para o imposto**  
ENTREVISTA P.26  
**Assunção Cristas defende baixa do IRS para todos os contribuintes**  
EM TRIBUNAL P.23  
**EDP envolvida em guerra judicial milionária com Governo**

BARROSLINHO  
Somos os MELHORES a levar até si  
PRODUTOS DE QUALIDADE  
Venda Directa / Novidade  
Repartição de Barroslinho

FIGURA 17. Exemplo da primeira página do jornal

# Cores

O jornal está dividido por várias secções, como já referi, e cada secção tem a sua cor. As secções são divididas por um retângulo no canto superior esquerdo com a respetiva cor e nome. Estes retângulos só aparecem na primeira página de cada secção.



FIGURA 18-20. Exemplos das páginas de abertura de algumas secções

# Grelha do jornal

As grelhas têm um papel fundamental na parte gráfica uma vez que os elementos como: títulos, subtítulos, textos, imagens e legendas necessitam de estar organizados de forma lógica, para que seja proporcionada uma leitura rápida e fácil.

O jornal CM é composto por uma grelha, que é constituída por 5 colunas. Cada coluna conta com 47mm de largura e espaçamento entre elas de 4mm. As imagens também respeitam este espaço.

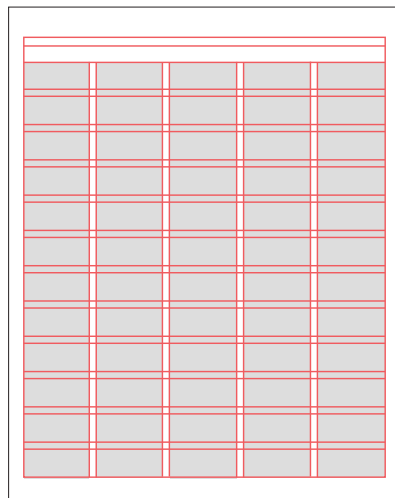


FIGURA 21-22. Grelha do CM mais um exemplo em página.



# Construção de uma página

1. Após a chefia ter delineado a estrutura do jornal do dia seguinte, contabilizado o número de páginas para cada secção e ter organizado a publicidade que o jornal irá ter, é dada uma folha com todas estas diretrizes ao paginador responsável pelo plano do jornal do dia seguinte. O paginador faz uma cópia da estrutura do jornal do dia e posteriormente (no dia seguinte) faz as alterações conforme está no plano que lhe foi dado (este processo é feito após o fecho do jornal).

2. No dia seguinte os jornalistas podem começar a desenvolver as suas páginas, têm acesso ao catálogo onde escolhem a página que mais se adequa ao que pretende, podendo começar a escrever. Na maioria das vezes as páginas sofrem alterações, quer para acrescentar ou para substituir elementos, sendo que essas alterações só poderão ser executadas pelos paginadores.

3. Quando o jornalista já tem delineada a sua página, solicita (através de e-mail) à secção de fotografia as imagens.

Uma vez recebido o e-mail, o fotógrafo procede à escolha das fotografias conforme o pedido, esta escolha é feita através de um arquivo que o *CM* tem, ou através de bancos de imagem ou da compra em agências. Feita a escolha, este imprime-as anexando a cada uma delas a sua referência e respetivos créditos. Por fim, entrega-as na paginação.

4. Quando são entregues as impressões (das imagens) na parte da paginação, os paginadores introduzem a referência que vem acompanhada pela fotografia numa base de dados onde estas estão todas armazenadas. É conferida a foto para verificar se a mesma corresponde à foto pedida e é colocada em página. Durante este processo os jornalistas ficam impossibilitados de entrar nas suas páginas, ou seja, quando o paginador entra na página esta fica automaticamente com a cor vermelho, significando que o paginador está dentro da página. Durante este período é negado o acesso à página a outra pessoa. Os jornalistas poderão estar a trabalhar em simultâneo com o paginador desde que reservem previamente as caixas de texto.

5. Depois das imagens colocadas na página os paginadores imprimem dois exemplares desta para serem entregues na secção do tratamento de imagem. Sendo que uma abarca a visualização dos conteúdos e a outra inclui as medidas que as fotografias vão ocupar.

6. Após as imagens estarem convertidas em CMYK e terem sofrido outro qualquer tipo de tratamento, estão prontas e é passada a informação à paginação. Os paginadores voltam assim a puxá-las para página e colocam-lhes o estado “imagem tratada”.

7. Durante este processo o jornalista tem oportunidade de escrever. Após ter terminado é colocado o estado “verde escuro” que significa estar pronto pelo jornalista, mas que o editor de secção ainda não deu ordem para que seja lido pela revisão. Quando o editor de secção lê o

texto coloca o estado “azul” que permite à revisão saber que o texto está pronto para ser revisto.

8. A revisão é uma das secções onde o jornal fica muito tempo parado. Aqui, os paginadores têm que aguardar que o texto seja revisto e que seja colocado o estado “amarelo” para que possam então começar a tratar do texto.

9. Após as imagens estarem tratadas e os textos amarelados, as páginas estão prontas para serem mais uma vez revistas, desta vez pelos paginadores, tratando-se assim de uma revisão gráfica. Os paginadores têm a responsabilidade de rever todos os elementos gráficos, certificando-se de que tudo está correto. Alinhar os textos, verificar as cores das secções, ajustar as entrelinhas, os alinhamentos, tentar minimizar os “dentes de cão”<sup>2</sup>, e remover as “orfãs”<sup>3</sup>, são alguns dos procedimentos que os paginadores têm que executar para que a página fique totalmente pronta.

10. Após o processo de arte final e depois de estarem atribuídas as páginas, estas passam pelo paginador responsável pelo envio do jornal para a gráfica. Assim que ele verifica que está tudo bem coloca o símbolo de um esquadro. Este símbolo permite que a chefia perceba que pode dar uma última revisão nas páginas antes destas seguirem para a gráfica. Assim que é dada esta última revisão pela chefia é substituído o símbolo do esquadro por um de uma medalha.

11. Depois da medalha colocada, a página está pronta para a gráfica. O paginador responsável pelo envio, vai enviando as páginas assim que se encontrem medalhadas. O envio é feito por correio eletrónico, contudo está em constante contacto telefónico com a gráfica para se certificar de que está tudo a correr com normalidade.

2

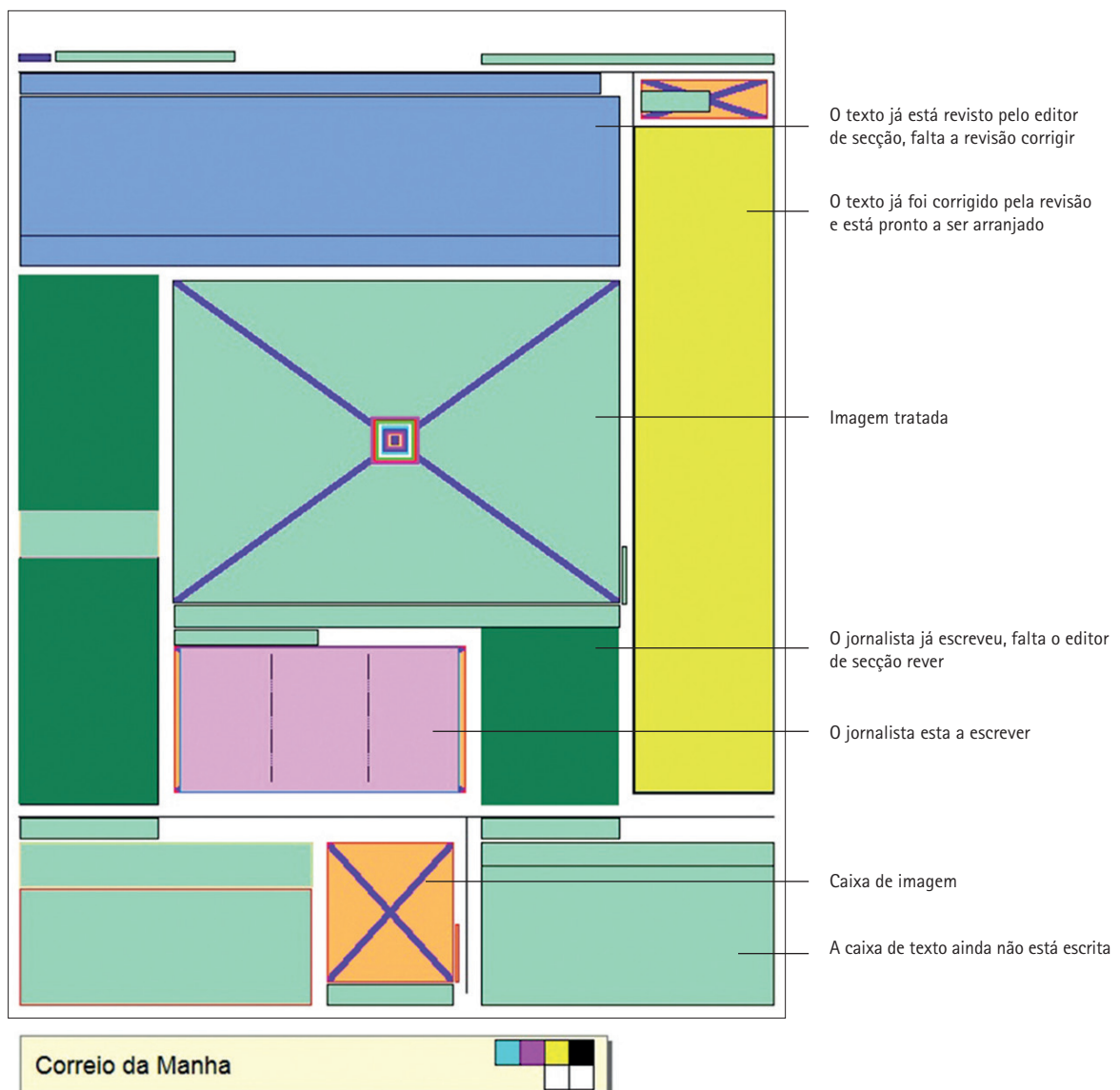
dentes de cão - expressão utilizada para defenir os espaços entre as palavras

4

orfãs - expressão utilizada para defenir as sílabas deixadas soltas no final de um parágrafo

# Linguagem cromática do jornal

Com uma redação tão grande e todos a trabalhar no mesmo programa, tem que existir uma língua comum, e essa linguagem é através de cores.



# Constituição de uma página

Existem dois tipos de notícias, as notícias principais e as secundárias. As principais são compostas por subtítulos, títulos, subtítulos, podem ou não levar destaque no texto, legendas nas imagens, imagem/ilustração/infografia, e têm maior destaque na página. As peças secundárias de menor dimensão podem, ou não ser, acompanhadas de imagens e respectiva legenda.

1. O jornal é dividido por várias secções e cada secção tem a sua cor
2. Na abertura de cada secção existe o sobe e desce, que consiste na escolha de duas personalidades ligadas à secção, uma vai para o sobe por motivos positivos a algo que tenha feito ou dito e a outra vai para o desce pelos piores motivos
3. É a legenda onde explica o motivo pelo qual a personalidade foi escolhida para estar naquela posição
4. Esta composição é chamado o panini. O panini na maioria das vezes é utilizado para mostrar o local do acidente e as fotos mais pequenas são as pessoas envolvidas na notícia, acompanhado sempre pela legenda
5. São os créditos das fotografias. As fotografias são sempre assinadas com o nome do fotógrafo
6. Legenda, todas as imagens/fotografias são acompanhadas por uma legenda
7. Título principal
8. São as chamadas caixas, pertencem à notícia principal e ajudam a complementá-la
9. Infografia
10. Destaque, a peça principal pode ou não ter o destaque, depende do jornalista
11. Texto principal.

12 | PORTUGAL

QUARTA-FEIRA 13 SETEMBRO 2017 CORREIO

**SOBE** **LUÍSA MAIA GONÇALVES** DIR. NACIONAL DO SEF

Numa operação feita com a polícia alemã, o SEF desfaz uma rede internacional que legalizava nigerianas na Europa, pelo casamento.

**DESCE** **JOSÉ FERREIRA** INCENDIÁRIO CONDENADO

Ex-bombeiro, de 46 anos, foi condenado a 12 anos e meio de prisão pelo Tribunal de Castelo Branco, por ter atado 9 fogos em 2016.

**PORTUGAL**

**GUARDA**

**Mãe asfixia menino com peça de roupa**

**HOMICÍDIO** Ilda Gonçalves, com cerca de 40 anos, matou o filho de 9 e tentou o suicídio ingerindo medicamentos **MENSAGEM** Após a morte da criança escreveu uma carta à família a pedir desculpa

**QUANDO UM MARTINS**

Rafael Gonçalves, um menino de 9 anos, foi ontem asfixiado até à morte pela mãe na casa onde a família reside em Sortelhão, na freguesia de Ilda Gonçalves, com cerca de 40 anos, asfixiou o filho com uma peça de roupa e terá tentado suicidar-se ingerindo medicamentos, mas sobreviveu. Deixou uma carta à família a pedir desculpa e justificá-la.

**PELOS SINAIS NO CORPO, CRIANÇA AINDA TENTOU RESISTIR, SEM SUCESSO**

O homicídio ocorreu durante a manhã, quando mãe e filho estavam em casa sozinhos. Rafael Gonçalves ainda terá oferecido resistência, como não é possível concluir pelos sinais que apresentava no corpo, mas de nada valeram. A tragédia só foi detetada à tarde quando o pai da criança chegou após um dia de trabalho e encontrou o filho, caído no hall de entrada, e a mulher, consciente mas desorientada, no primeiro andar.

**MORTOS EM INCENDIÁRIO**

Dois irmãos, bebés de um e dois anos, foram mortos pelo mãe, que atou fogo ao sofá para lhes causar a morte por inalação de fumo, em Alenquer.

**AFOGADAS EM CAXIAS**

Dois meninos de dois e quatro anos, irmãs, morreram afogadas na praia de Caxias. Foi a mãe que as lançou à água e depois tentou o suicídio.

**ASFIXIADO AO NASCER**

Um recém-nascido morreu por asfixia, por ter sido envolvido em toalhas e colocado num saco de plástico atado, pela mãe, em Castanheira de Pera.

**OUTROS CASOS**

Quando os bombeiros chegaram encontraram a criança em paragem cardiorrespiratória, situação que não foi possível reverter. A mãe foi assistida no local e posteriormente transportada para o hospital da Guarda.

Segundo os vizinhos, Ilda Gonçalves "não andava nada bem nos últimos tempos". Tinha o hábito de se automedicar e ultimamente tinha tido problemas com uma tia que reside nas proximidades. "Acusava-a de lhe roubar água e até mudou os contadores", conta a vizinha Natércia Pires. Era "um sinal claro de que não andava nada bem". Mas "nunca ninguém imaginou que pudesse fazer uma coisa destas".

**NOTÍCIA EXCLUSIVA**  
GRADUAÇÃO EM PAPEL

**CORREIO**

**GNR reforçou meios para conter revolta da população**

Quando o caso foi descoberto, os vizinhos concentraram-se junto à casa da família, temendo o desfecho que se viria a confirmar, com a morte do menino, Rafael Gonçalves. Para conter a revolta da população e evitar descalços, a GNR entendeu que devia solicitar o envio de reforços para o local. Quando aconteceu, foi graças à concentração de militares que a população regressou às suas casas. O sentimento geral era de revolta e indignação para com a atitude de Ilda Gonçalves.

**NEM nada pôde fazer pela criança**

**Vizinhos acusam mulher de passar os dias na cama**

Além de Rafael, o casal tem ainda um filho de 20 anos, que continua a amar com os pais, em Sortelhão. Entre os vizinhos, é conhecida a dedicação do marido de Ilda Gonçalves à família, sendo que ele tem a seu cargo as tarefas domésticas, incluindo as refeições, quando regressa a casa do trabalho. "Ela passa os dias na cama e a fumar", disse um vizinho, que pediu para não ser identificado.

**Tragédia marcou a vida de Sortelhão**

# Construção de uma página passo-a-passo

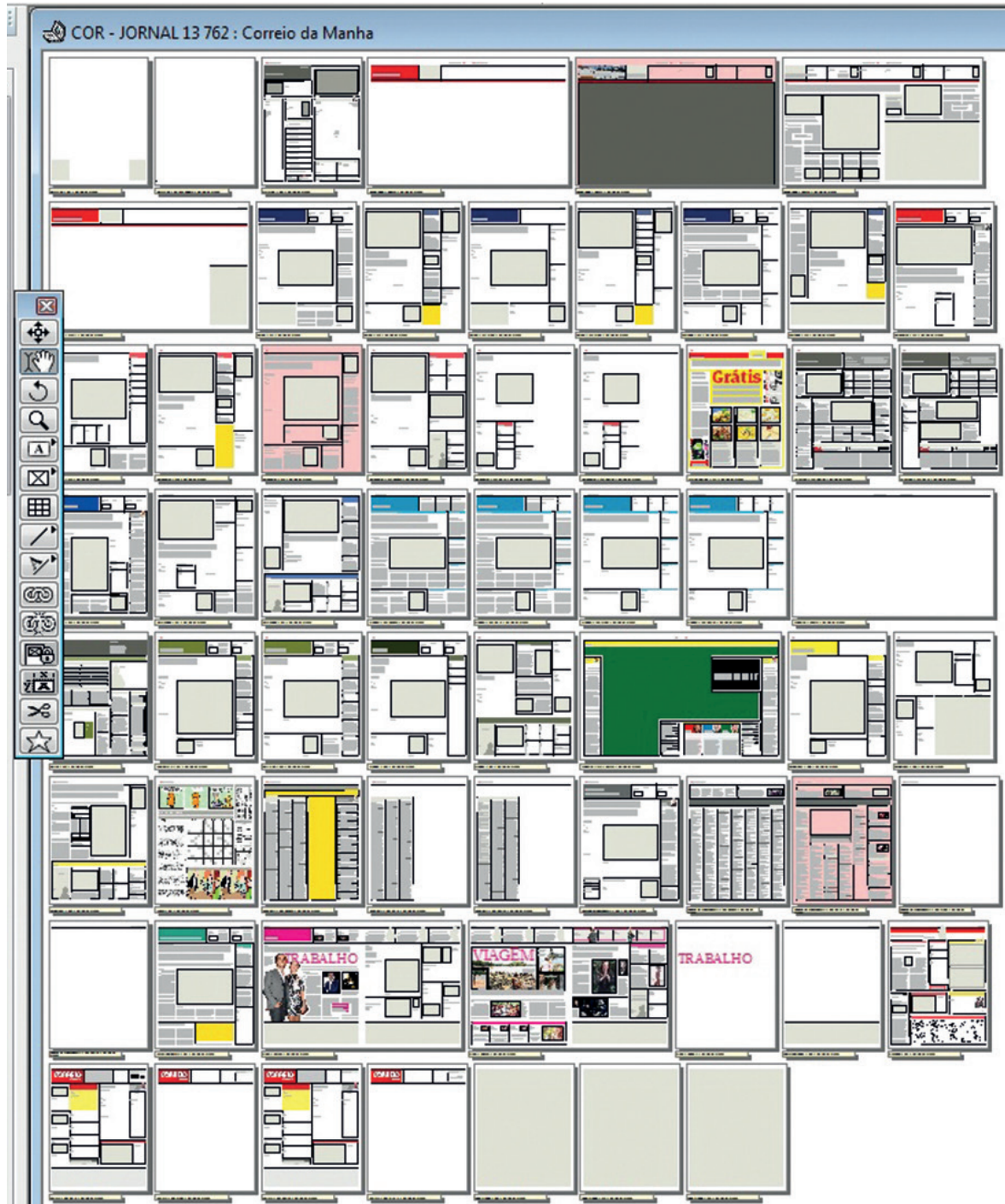
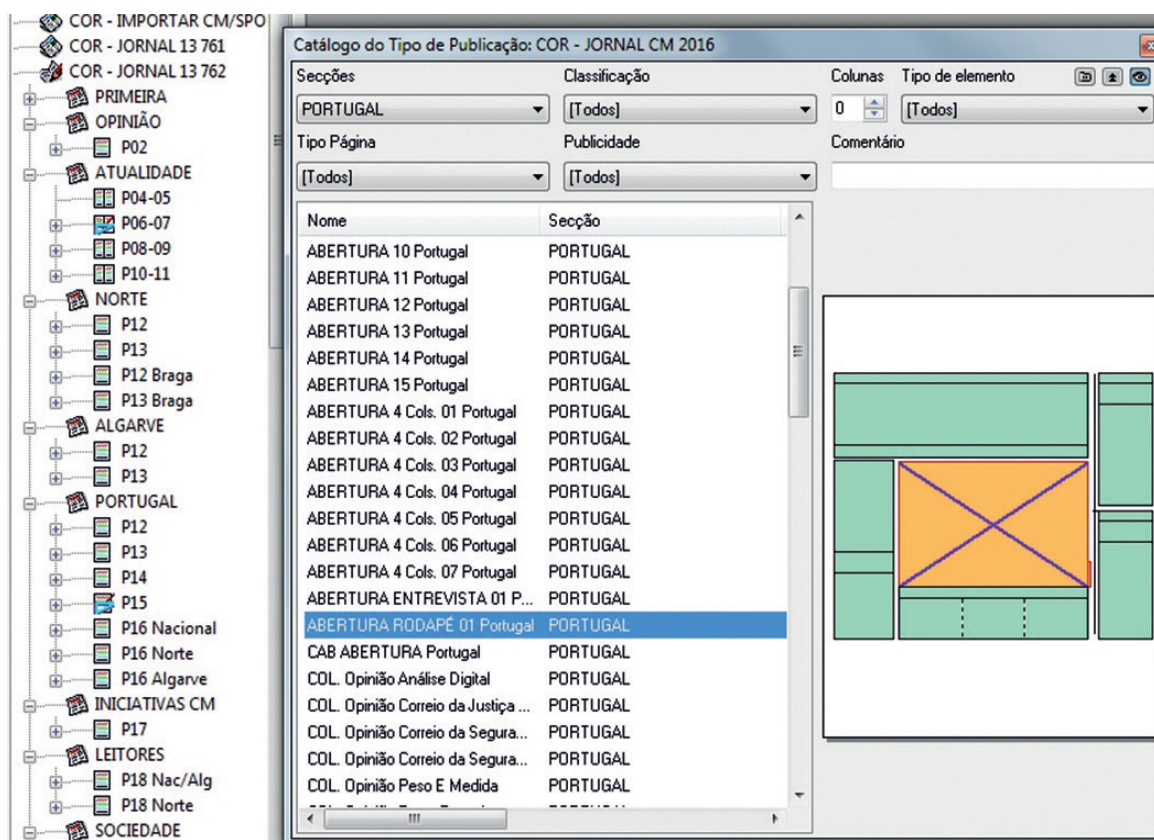
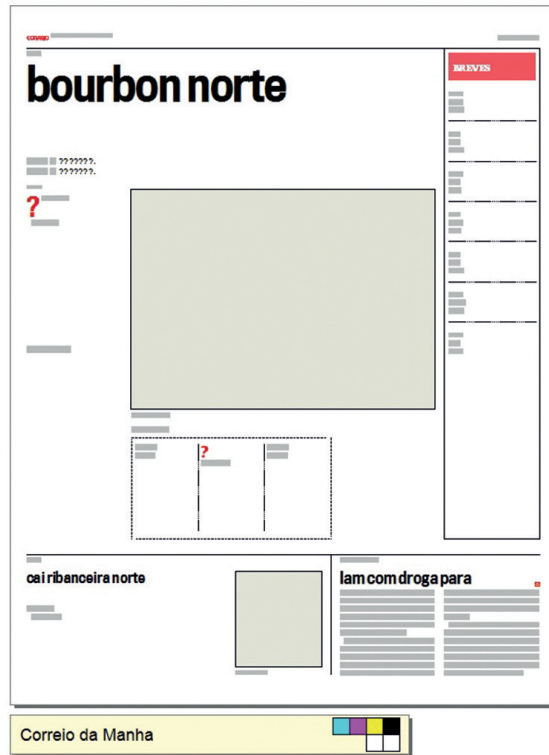


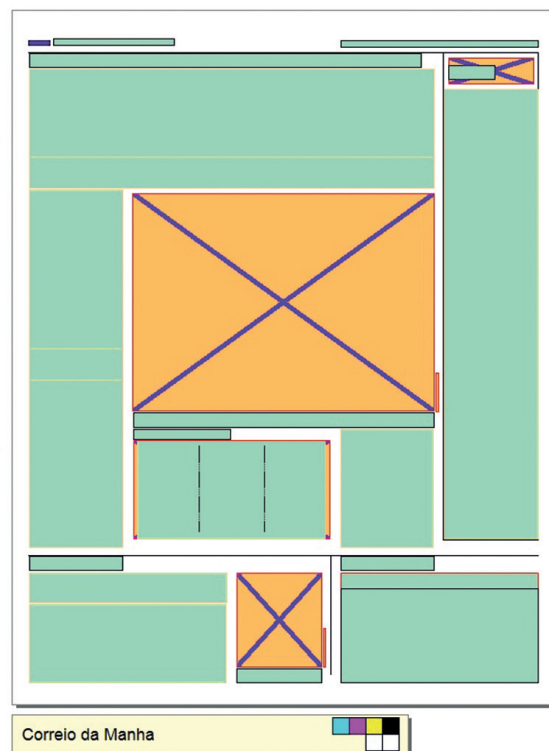
FIGURA 23. Plano geral do jornal em plena execução.



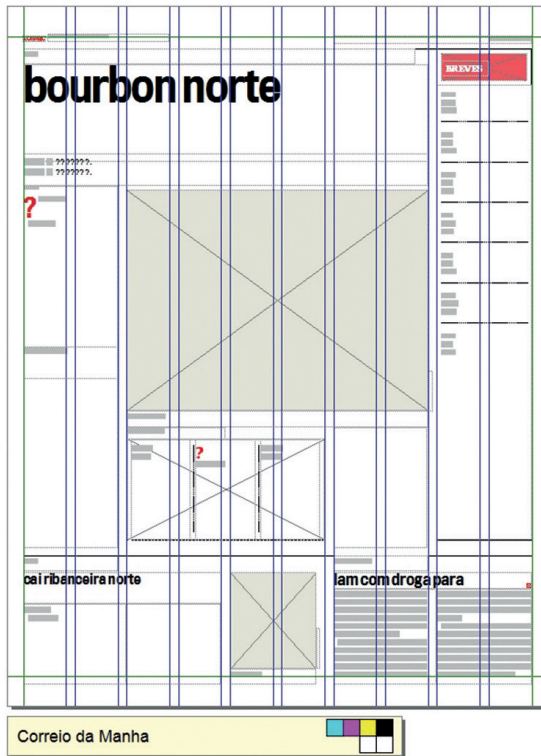
1. Catálogo, onde os jornalistas vão buscar as suas páginas



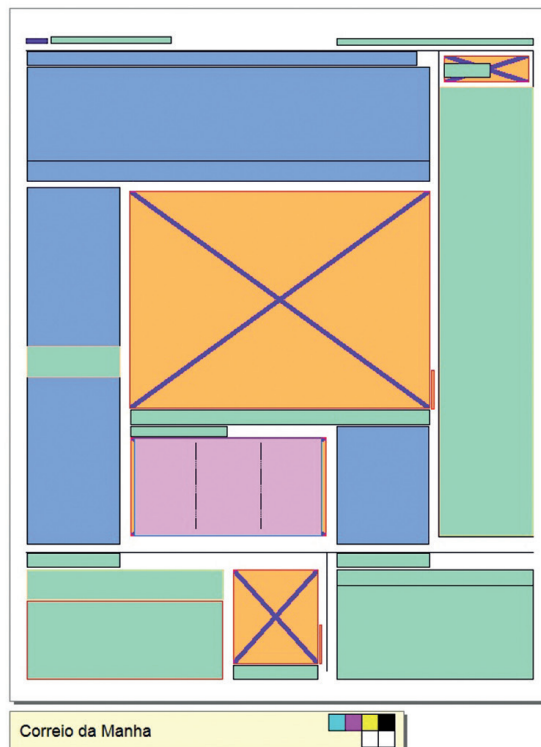
2. Aspeto da página como vem da base



3. Estados da página (verde claro, caixas de texto; laranja caixa da fotografia)



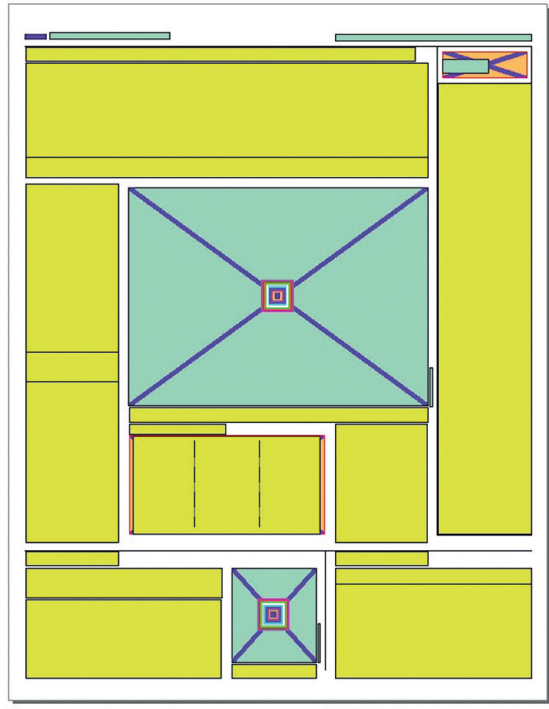
4. Grelha da página



5. Estados rosa (quando o jornalista está a escrever, azul quando o texto está pronto para ser lido na revisão)



6. Página pronta, falta a coordenadora ver se está tudo bem e por esquadro



7. Quando está pronta os aspecto dela nos estados é este, toda amarela e com as imagens em alta



8. Página com esquadro, pronta para a chefia ver



9. Página com medalha, pronta para ir para a gráfica

# O meu percurso

Os meus dois/três primeiros dias foram a observar os paginadores. Primeiro, percebi como funcionava o programa e só depois é que comecei a entender a dinâmica da construção do jornal. Apontei sempre tudo o que me explicavam: os atalhos, a ordem das coisas, cores, etc.

No primeiro dia em que finalmente me sentei à frente de um computador fiquei bastante nervosa e receosa, afinal era uma enorme responsabilidade. Criaram-me uma conta pessoal para poder começar a trabalhar e tudo começou.

A minha evolução foi bastante rápida. Comecei por colocar as fotografias nas páginas e pouco depois avancei para a edição de páginas mais simples (cinemas, programação, passatempos e serviços), uma vez que estas são sempre feitas da mesma forma: vai-se às páginas fixas, puxamo-las para a edição em que estamos a trabalhar e arranjamo-las.

Uma semana depois de ter começado o estágio já sabia tratar de uma página sozinha e era responsável pelas páginas mais simples, referidas em cima. Entretanto chegou o dia em que me foi dada uma dupla da secção *Vidas* para desenhar. Sentia que ainda não estava preparada para tamanha responsabilidade e pressão que estas páginas acarretam, uma vez que os jornalistas só podem começar a escrever quando nós acabamos de desenhar as páginas. Demorei algum tempo, precisei de ajuda assim como de orientação, mas correu tudo bem.

Entretanto também comecei a desenhar a página de abertura da secção do Desporto, e, de repente já fazia tudo que os outros paginadores faziam sem qualquer necessidade de recorrer aos meus apontamentos. Já não tinha vergonha de falar com os jornalistas, já tinha o “poder” de dizer aos jornalistas “o texto não cabe, vai ter que cortar”, já ligava para as delegações... resumindo, já fazia parte do jornal.

Empenhei-me ao máximo neste estágio, tentei dar resposta a todas as tarefas a que me propus e às que me propuseram. Estive sempre acompanhada pelos meus colegas que me ajudaram imenso e que me ensinaram ainda mais.

A vida de um jornal não é de todo fácil uma vez que se trata de uma constante corrida contra o tempo, corrida essa que temos de ganhar ultrapassando as imensas dificuldades e percalços de última hora que vão surgindo. Estes obstáculos fizeram-me crescer profissionalmente. Fizeram-me ganhar autonomia e confiança, tanto em mim como no meu trabalho.

Hoje digo com o maior orgulho que estagiei no jornal Correio da Manhã, defendendo todos os profissionais que nele trabalham e acabo a dizer que o Correio da Manhã nasceu para dar resposta àquilo que os leitores procuram noutros jornais e que não encontram.



FIGURA 24. Fachada do edifício da Cofina.

parte

Os bastidores da imprensa cor-de-rosa:  
O caso do Correio da Manhã

e 2



# Contextualização histórica

## A imprensa: a história e evolução

Inicialmente, imprensa dizia respeito exclusivamente à máquina de impressão de caracteres tipográficos (em papel ou noutra tipo de suporte). Mais tarde, o termo foi alterado para tipografia, designando assim o espaço onde se encontravam as máquinas de impressão e todos os objetos ligados à tipografia. (Tengarrinha, 2013)

Nos dias de hoje o termo jornalismo e imprensa é dado às mais variadas formas de comunicação. Mas a principal função destes é informar, é ser o veículo entre as notícias e as pessoas.

O primeiro periódico a aparecer em Portugal foi o chamado *Gazetas da Restauração* da Independência em 1641. Tinha como objetivo dar a conhecer as notícias deste período. Por coincidência, o jornal surgiu ao mesmo tempo que a Restauração, e assim sendo, era maioritariamente utilizado para fazer propaganda política, transformando-se no principal órgão de informação, (Tengarrinha, 2003).

A imprensa portuguesa transformou-se no veículo que transmitia as notícias, tanto nacionais como internacionais, diminuindo assim a distância geográfica que separava os países e as pessoas. Tratava-se ainda de um jornal mensal que era impresso na corte real.

Mais tarde, em 1663 surgiu uma segunda edição periódica designada *Mercúrio Português*. Esta relatava toda a guerra que existente entre Portugal e Castela.

No início do século XIX com o aparecimento de mais edições periódicas a imprensa portuguesa começou a ter um leque bastante mais diversificado e o panorama tornou-se bastante favorável. Durante o século XVIII devido à censura e a uma apertada vigilância, o controlo das publicações era muito maior. A expansão da aventura Napoleónica por toda a Europa deu origem a uma imprensa anti-napoleónica, na maioria ilegal e outra pró-napoleónica. Nos países ocupados, as forças francesas eram os principais impulsionadores e financiadores para o aparecimento de novos periódicos pró-napoleónicos, como o *Diário do Porto*, um jornal exclusivamente noticioso. Foi adoptado o modelo britânico de jornalismo, critério estabelecido no princípio da liberdade de imprensa. Com isto, reuniram-se as condições para que surgisse um maior número de jornais (sediados principalmente nas três grandes cidades portuguesas: Lisboa, Porto e Coimbra). Surgiram também novas técnicas e moldes de jornalismo europeu que chegavam com o regresso de alguns exilados portugueses, (SOUSA, J. 2008).

Ainda no século XIX, criaram-se, novamente, condições para o florescimento da imprensa. Os empresários começaram a perceber que o negócio da imprensa popular dava bastante lucro. Começaram de novo a reaparecer em Portugal jornais noticiosos, direcionados para toda a sociedade, com meios técnicos e capital que proporcionavam tiragens em grande escala, com um baixo preço por exemplar e mais importante, uma linguagem simples, que não seguiam qualquer linha política, mas procuravam relatar acontecimentos interessantes, com a verdade e a objectividade possíveis. O jornal *Diário de Notícias* foi o pioneiro, foi assim, que nasceu o jornalismo industrial em Portugal e que perdura até aos dias de hoje, (SOUSA, J. 2008).

Com este desenvolvimento na imprensa tiveram de haver grandes alterações, as redacções que normalmente eram compostas por dois ou três elementos e onde se faziam os periódicos de forma artesanal deram, gradualmente, lugar a redacções com várias dezenas de profissionais.

Ao longo da ditadura de Salazar o jornalismo português não conseguiu desenvolver-se na mesma medida que noutros países mas nunca deixou de estar a par dos modelos franceses e britânicos. Não conseguiu desenvolver-se sobretudo pela censura, e pelo medo das represálias que pudessem haver para aqueles que desafiavam o Estado Novo com palavras, (SOUSA, J. 2008).

Estas não eram as únicas medidas impostas durante o Estado Novo, chegavam a haver publicações que ficavam suspensas por determinados períodos de tempo, chegou a existir multas a jornalistas, editores e até vendedores, e a prisão podia ser uma realidade bem presente. Não permitiram aos órgãos de comunicação fazer a cobertura de acontecimentos a nível mundial.

A revolução do 25 de Abril de 1974 trouxe grandes alterações à imprensa portuguesa. Trouxe o fim da censura e a liberdade de expressão. Passámos a ser um povo ativo, com opinião própria deixando assim para trás o medo e a submissão a que tanto tempo estivemos sujeitos.

# O caso da imprensa cor-de-rosa

Antes de falar em qualquer outro assunto é necessário perceber a história e as características da imprensa feminina porque está intimamente ligada à origem da imprensa cor-de-rosa.

Segundo a autora Isabel Menéndez Menéndez (2009), este tipo de imprensa já existe desde do século XVII, as primeiras apareceram foram a conhecida *Gazette de France* (1631) e a *Ladies Mercury* (1693). Afirma ainda que o objetivo primário era de cariz pedagógico, pretendiam ensinar as mulheres a comportarem-se de acordo com os costumes e regras do momento. O seu aparecimento aconteceu por iniciativa de mulheres, ainda que lideradas por homens. Mais tarde no século XIX, as revistas começam a surgir como as conhecemos hoje. No entanto, até meados do século XX o conceito de periódicos sofreu várias mudanças, a fim de conceber a publicação como um todo: consistindo em abertura, conteúdo e finalização. Foi neste novo formato que a grelha adquiriu um papel muito importante, a estrutura alterou-se optando-se por colocar a página estruturada verticalmente e em colunas, criando uma integração visual mais coerente. Desde então, começou-se a ter em conta a página dupla e introduziu-se o design, onde os limites do formato retangular foram excedidos e as famílias tipográficas foram utilizadas com uma hierarquia organizada e com o objetivo de acomodar todos os elementos. Ou seja, o design assume assim um papel de protagonista na base para as novas revistas.

Falando agora da imprensa cor-de-rosa, esta define-se por dar a conhecer a vida dos famosos (“jet-set”), atores, apresentadores, jogadores de futebol, entre outras figuras públicas), através da publicação de notícias sensacionalistas, exageradas e algumas de cariz falso, sendo que o principal objectivo é obter um grande número de audiências. Tal como refere Leandro Marshall (2003) “Os jornais cor-de-rosa, o jornalismo cor-de-rosa, a notícia cor-de-rosa, os jornalistas cor-de-rosa são aqueles que trabalham para favorecer os interesses e as necessidades do mercado. A ordem é agradar a todos ou, de preferência, não desagradar a ninguém, sobretudo eles.” Este tipo de imprensa tem como único objetivo a venda e nada mais, independentemente do método usado, geralmente o sensacionalismo, divulgação exagerada de acontecimentos e factos e falta de veracidade dos conteúdos publicados.

Leandro Marshall (2003), afirma ainda, que este tipo de imprensa nasceu da junção entre a imprensa amarela com a imprensa marrom. A imprensa amarela nasceu nos Estados Unidos na segunda metade do século XX, quando começaram a aparecer notícias com pouca credibilidade nas páginas amarelas do jornais. Esta época ficou marcada pelo início da era do sensacionalismo, com o “vale tudo” para angariar leitores. Já



FIGURA 25-26. Jornal francês *Gazette de France* e jornal Inglês *Ladies Mercury*

5

fonte - [http://expresso.sapo.pt/life\\_style/gente/fernanda-dias-muitos-pagariam-para-aparecer=f601723](http://expresso.sapo.pt/life_style/gente/fernanda-dias-muitos-pagariam-para-aparecer=f601723)  
Expresso on-line, entrevista realizada pela Jornalista Mafalda Anjos a 01-09-10.

6

Jacques Rodrigues fundador da revista *Nova Gente*

a imprensa marrom é marcada pelos escândalos, divulgação exagerada dos factos e principalmente pelo sensacionalismo.

Em Portugal, Fernanda Dias ex-directora da revista *Caras*, numa entrevista ao *Expresso*<sup>5</sup>, diz que em 1978, no período pós-revolução, o jornalismo de sociedade era bastante diferente, existia apenas a revista *Nova Gente*.

Antes da *Nova Gente*, existiu uma revista chamada *Gente* que não resistiu ao 25 de Abril. Foi então que Jacques Rodrigues<sup>6</sup> pegou nela e a transformou na *Nova Gente*, lançando-a no mercado em Setembro de 1976 e fazendo-a acompanhar por outra três revistas, *Mulher Moderna*, *Florbela* e *Cigarra*. A *Nova Gente* continha 52 páginas e custava cerca de 20 escudos na altura, (Duarte 2008)



FIGURA 27. Primeiro número da revista *Nova Gente*

## A ética e os valores da imprensa cor-de-rosa

A ética é um conjunto de processos mentais reflexivos que derivam em práticas concretas da vida. O jornalismo sendo uma actividade social revela dados e liga factos, de forma a orientar, instruir e denunciar sobre acontecimentos no mundo (Christofoletti, 2008).

Os códigos deontológicos surgem com a intenção de combinar a liberdade de imprensa e a sua responsabilidade, a liberdade de informação e os seus limites. Embora difícil de gerir, combinando a liberdade de informação com um autocontrolo, a comunicação social oferece uma imagem de responsabilidade e do bem público (Branco, A. M.).

Segundo Christofoletti (2008), a ética não é somente uma dimensão que toca o lado individual das pessoas. Os valores orientam a conduta, as acções e os julgamentos humanos. Muitas vezes o juízo pessoal fica suspenso e decide-se optar por valores do coletivo. Neste caso as injunções sociais, as pressões das massas e os pensamentos coletivos atuam como factor decisivo.

Desta forma, no jornalismo quando é necessário escolher entre fotografias ou assuntos delicados o editor recorre não só à sua consciência mas também aos valores sociais. São vários os factores que influenciam a decisão, como por exemplo o valor noticioso, o ambiente de concorrência e o contexto sociocultural em que se encontra. Quando se trata de decisões morais e acções éticas, é complicado estabelecer a boa e a má escolha.

Branco afirma ainda que “a solução está na tomada de consciência dos jornalistas e dos responsáveis dos mass media, já que os mesmos não devem nem podem repudiar a dialéctica liberdade/responsabilidade, de modo a

que os telespectadores e os leitores descodifiquem livremente a mensagem.” É importante referir que a ética deve estar presente em tudo o que o jornalista faça. Sendo que a questão é mais complexa, uma vez que a ética transcende largamente uma crise de confiança entre o público e os media, assim como aborda e se sustenta na mobilização ética do jornalista. O segredo é balançar as relações entre a liberdade de imprensa e os outros direitos individuais.

Uma das questões centrais quando se aborda questões de ética jornalística é a imparcialidade. É muitas vezes complicado distinguir textos jornalísticos objectivos do jornalismo opinativo, no entanto a imprensa cor-de-rosa, caracterizada por opiniões e sensacionalista, não suscita qualquer dúvida nesta distinção. Assim sendo a imprensa cor-de-rosa rege-se por condutas menos apropriadas e pouco sustentadas na ética jornalística.

# Opinião e curiosidades dos leitores

A imprensa cor-de-rosa segue vários processos até chegar à conclusão da Revista. Alguns desses processos suscitam a curiosidade de muitos leitores.

Numa amostra de 55 pessoas, onde procurei que a maioria fossem leitores da revista *Vidas* abordei-os com um questionário onde responderam a um conjunto de perguntas sobre a imprensa cor-de-rosa e a revista *Vidas*. Esta abordagem ocorreu em Lisboa e em Tomar, entre os dias 25 e 27 de Agosto.

O objetivo deste questionário foi perceber o que é que interessa aos leitores que seja descortinado em relação ao que está por detrás da revista. O questionário foi realizado maioritariamente em cafés e através da internet. Procurando leitores da revista *Vidas*.

Esta amostra é anónima, tendo respondido a este questionário 75% de mulheres e 25% de homens. A faixa etária dos entrevistados é entre 18 a 60 anos.

O questionário era composto por 17 perguntas com o intuito de perceber a curiosidade dos leitores em relação à revista e a todo o mundo cor-de-rosa, e a sua opinião sobre este tipo de revistas/imprensa. Assim, no questionário constavam as seguintes perguntas:

*Sabe o que é a imprensa cor-de-rosa?*

*Gosta da imprensa cor-de-rosa? Porquê?*

*Tem alguma ideia de como surgiu a imprensa cor de rosa no nosso país?*

*Em poucas palavras descreva aquilo que pensa que é a definição da imprensa cor -de-rosa.*

*Acha que os conteúdos que fazem a imprensa cor-de-rosa seguem os padrões éticos? Porquê?*

*Caso tenha respondido não à resposta anterior, a quem atribui as culpas de falta de ética? Aos jornalistas, aos leitores, à imprensa no geral ou aos editores das revistas?*

*Na sua opinião, quem são os protagonistas deste tipo de imprensa e porquê?*

*Tem conhecimento pessoal de alguma notícia falaciosa que tenha sido publicada?*

*Qual a sua opinião sobre o tópico anterior, ou seja, o facto de saírem notícias que nem sempre correspondem à realidade?*

*Sabe o que é um paparazzo?*

*Considera que ser paparazzi é uma profissão ética?*

*Acha que os paparazzi trabalham: De forma independente e autónoma, com foco naquilo que conseguirem encontrar; segundo as orientações dadas por uma identidade ou das duas maneiras?*

*Considera as notícias deste tipo de revistas interessantes? Porquê?*

*Conhece a revista Vidas do Correio da Manhã?*

*Compra o Correio da Manhã de propósito para ler a revista?*

*Sabia que a revista Vidas está em vários vertentes da comunicação (jornal, revista, Tv e site)?*

*O que gostava de saber sobre a revista Vidas?*

A seleção de respostas apresentadas foi feita com o interesse para este trabalho. Assim, a primeira constatação que resulta deste questionário é que a maioria dos leitores da revista Vidas são mulheres e que compram o jornal Correio da Manhã para terem acesso à revista.

A maioria afirma que sabe o que é a imprensa cor-de-rosa, e caracteriza-a como “A Imprensa cor de rosa, é um tipo de jornalismo que tem como o seu principal foco a vida dos famosos”; “Acompanham a vida de figuras, procurando informar os leitores de vários pormenores da sua atividade ou vida privada.”; “Imprensa sensacionalista que interfere com a vida privada, dedicada não à informação mas à proliferação de boatos e acontecimentos de credibilidade duvidosa.”. Alguns dos exemplos das respostas dadas pelos leitores selecionados.

*Gosta da imprensa cor-de-rosa? Porquê?* a maioria respondeu que não com a justificação “Detesto, considero que a imprensa deve promover a informação rigorosa, precisa e objectiva, não boatos que não interessam a ninguém. Ainda assim, concordo que haja liberdade para a existência de qualquer tipo de imprensa.”; “Prefiro uma revista com outro tipo de conteúdos, que me possa informar, ensinar alguma coisa. Ou até uma revista com dicas de lifestyle, saúde, entretenimento.”; “Como disse anteriormente é sobre a vida alheia das pessoas, é um mundo que não me chama muito a atenção”

À questão colocada “Acha que os conteúdos que fazem a imprensa cor de rosa seguem os padrões éticos?Porquê?” a totalidade dos leitores selecionados responderam que não justificando, “Arrisco a dizer que maior par-

te não, pois muitas das fontes a que a imprensa cor-de-rosa recorre não são fidedignas e maior parte é tudo inventado para causar polémica e ser vendido”; “Muitas vezes os limites éticos são completamente ultrapassados. A vida privada, bem como imagens explícitas da mesma são muitas vezes publicadas sem qualquer autorização ou bom senso.”; “Muitas vezes ultrapassam limites de intimidade e privacidade dos retratados, seja ao expor informações sobre a sua vida pessoal ou a divulgar fotos da sua intimidade.” são algumas das justificações. Este estudo foi feito por um conjunto pequeno de leitores mas se na sua totalidade responderam que estas revistas não seguem os padrões da ética isso significa que este tipo de imprensa não está a assumir com o leitor um compromisso de confiança nem de credibilidade, como deveria, onde a maioria dos leitores culpa a imprensa no geral por esta falta de compromisso.

Metade dos leitores respondeu que sim e outra metade respondeu que não à questão “*Tem conhecimento pessoal de alguma notícia falaciosa que tenha sido publicada?*” e deram a sua opinião sobre o facto de saírem notícias que nem sempre correspondem à realidade, “*Acho muito triste, acho ridículo existirem meios que se dedicam quase em exclusivo a este tipo conteúdo, porque isto nem pode ser considerado imprensa. Pois quando não se confirmam factos nem fontes, quando se publicam “notícias” que nem são notícias na verdade e que não têm interesse informativo nem cultural, não pode ser considerado conteúdo jornalístico.*”; “*O problema é que há muitos leitores interessados neste tipo de “mexericos”, há pessoas mais preocupadas com o novo carro do Ronaldo ou onde a Cristina Ferreira ou as Ritas Pereiras passam férias em vez de se preocuparem com a sua própria vida e saber se vão ter dinheiro para pagar as contas ao fim do mês, e informarem-se em com assuntos mais preocupantes divulgados em outros meios de comunicação como os noticiários, jornais ou revistas de informação, como assuntos da atualidade, sobre as leis e obrigações que o governo nos impõe, como reportagens sobre ciência, sobre o meio ambiente, sobre o futuro do planeta...*”; “*Não tem qualquer mérito, mas cabe ao cidadão comum reflectir e decidir se quer acreditar em tudo o que lê ou não.*”; “*Acho que a imprensa deve ser feita de notícias verdadeiras.*”. Por estes exemplos de respostas podemos perceber que os leitores não ficam em nada agradados com este tipo de jornalismo, preferem um jornalismo verdadeiro do que um jornalismo cheio de histórias que não correspondem à realidade só para cativar os leitores.

Com as respostas que as pessoas deram à pergunta “*Sabe o que é um paparazzo?* dá para perceber que a maioria das pessoas sabem o que é, “*Paparazzo são pessoas que andam atrás dos famosos, à procura de alguma coisa fora do normal, para fotografarem e (eventualmente) enviarem para as revistas/jornais*”; “*É uma pessoa, que persegue uma celebridade para conseguir fotografias inéditas e que possam criar impacto ao público.*” e maioria respondeu que não à questão “*Considera que ser paparazzi é uma profissão ética?*” e que trabalham de forma independente mas também segundo orientações dadas por uma identidade. Com as questões relacionadas com o paparazzo verifica-se que as pessoas sabem o que são e como trabalham mas não acham ético a sua profissão.

Em relação à questão sobre as notícias serem ou não interessantes, tivemos metade das pessoas a responderem que sim com respostas, “*Por muito que se critique, os leitores gostam de saber “cusquices” dos famosos*”; “*Algumas sim, claro ... outras nem tanto, consoante os envolvidos, e as notícias em questão , mas confesso que as mais escandalosas é que me interessa mais.*” e a outra metade respondeu que não com respostas; “*A vida dos outros não me diz muito*”; “*Porque nem sempre são verdadeiras*”.

A maioria das pessoas selecionadas conhece a revista *Vidas do Correio da Manhã* mas só metade é que conhece as várias vertentes de comunicação em que a revista está inserida. Acontece porque as pessoas mais velhas, só conseguem ter acesso à revista e ao jornal.

À pergunta “*O que gostava de saber sobre a revista Vidas?*” as pessoas na sua maioria respondeu “*Nada*” mas houve algumas respostas concretas como “*Conheço-a principalmente por causa do Correio da Manhã, talvez a sua origem, acho que é sempre interessante saber de onde tudo começou.*”; “*Como é que escolhem as notícias e que critérios utilizam.*”, “*A revista trabalha com paparazzi*”, “*Quais são as suas fontes*”. Estes são todos os pontos reunidos do total das entrevistas.

Traçando algumas considerações finais deste questionário, é fácil perceber que a maioria das pessoas não gosta deste tipo de imprensa por considerar, “*fútil*”, “*sensacionalista*”, “*credibilidade duvidosa*” e que não suscita muito interesse na maior parte dos leitores.

Este questionário é o meu ponto de partida para o meu trabalho. Com este questionário percebi o que as pessoas não sabem, como o aparecimento da imprensa cor-de-rosa em Portugal e percebi o que os leitores gostavam de ver descortinado em relação ao que está por detrás da revista.

Com este trabalho vou tentar dar respostas a todas as questões que os leitores gostavam de ver respondidas e ajudar a compreender melhor este mundo cor-de-rosa através da revista *Vidas* do jornal *Correio da Manhã*.

# O que dizem os profissionais da área

Realizei três entrevistas a pessoas ligadas ao mundo cor-de-rosa. Rute Lourenço, editora da revista *Vidas*, ao Duarte Roriz, fotojornalista e paparazzo, e a Lili Caneças, uma grande protagonista deste tipo de imprensa. (Entrevistas na íntegra em anexos a, b e c)

Estas entrevistas foram desenvolvidas com o objetivo de perceber como tudo funciona antes de chegar à revista e saber a opinião de pessoas relacionadas com a área, tanto profissionais como uma figura pública, para poder desmistificar alguns pontos de interesse dos leitores.

As entrevistas apresentam um ponto importante para este trabalho. Com a opinião dos profissionais consegui responder a alguns pontos que os leitores colocaram e consegui desenvolver todo o trabalho.

Foi colocada a mesma pergunta do inquérito à Rute e à Lili Caneças, “O que é que acha da imprensa cor-de-rosa?” e as respostas, respectivamente “

*Acho que tudo tem lugar na sociedade, há espaço para todo o tipo de notícias. Obviamente que as notícias das secções mais nobres que interessam e afetam o dia-a-dia dos portugueses merecem um destaque maior, agora estas acabam por ser notícias mais leves mas que também complementam o resto, ou seja, o que eu acho é que há espaço para tudo na informação. Não considero que seja imprensa cor-de-rosa, considero que seja na mesma informação só que é uma informação mais leve, mais direcionada para outras áreas como a televisão, notícias sobre entretenimento mas considero que na mesma que seja uma forma de informar as pessoas ainda que seja uma informação mais leve.”;*

*“A imprensa cor-de-rosa gosta de sensacionalismos, escândalos, talvez a meu ver a imprensa cor-de-rosa esteja mais cinzenta do que era há 30 anos. “ .*

Rute ,como editora da revista *Vidas*, afirma que os conteúdos “*são como outros quaisquer e direcionados para as pessoas que procuram este tipo de conteúdos. Quem gosta de ver uma novela, uma senhora que esteja a ver uma novela, gosta de saber o que é que está para lá da pessoa que interpreta aquela personagem e nós vamos contextualizar e dar a conhecer um bocadinho mais das pessoas que todos os dias entram na casa dos portugueses pela televisão ou imagina por outra área qualquer, vamos mostrar quem é essa pessoa, imagina o Ronaldo é um futebolista conhecido em todo o mundo e é normal que as pessoas queiram saber um bocadinho mais sobre ele porque uma pessoa não é só aquilo que é no trabalho, é um conjunto, e a vida pessoal faz parte desse conjunto, daí nós querermos mostrar o outro lado das figuras públicas às pessoas.”. Lili Caneças “Acho que a imprensa cor-de-rosa se limita a aproveitar essas notícias que lhes são dadas para vender, até acho que*

não há tabloides, acho que a imprensa cor-de-rosa em Portugal é muito mais soft do que a imprensa em Espanha ou do que em Inglaterra que é muito mais agressiva e que ataca as pessoas e que as persegue, porque aí já há dinheiro para meter jornalistas atrás das pessoas. A imprensa cor-de-rosa a portuguesa não é exagerada em relação a estar em cima das pessoas ou tirarem a privacidade.”

Em relação aos conteúdos deste tipo de imprensa já dá para concluir com o inquérito, que as pessoas na sua maioria não gostam deste tipo de imprensa e tão pouco dos conteúdos justificando pela sua falta de interesse e a falta de veracidade mas Rute Lourenço responde à pergunta “*Quais os critérios da notícia para a revista?*” “*tudo tem a ver com o peso de cada notícia, a importância de cada notícia e a curiosidade que suscita nas pessoas. O que interessa ao público é o que eu vou considerar o mais importante.*” e responde também à pergunta “*Investigam a veracidade dos conteúdos que publicam?*” “*Claro porque se não tu podias chegar aqui e dizer-me uma coisa e se eu escrevesse não estaria a fazer a minha função (...) confirmo se a informação está correta, se está errada, confrontando a pessoa envolvida na informação e só se tivermos a certeza que está correta então é que avançamos com a notícia.*”. Com estas duas respostas que a Rute deu, dá para perceber que os profissionais da revista *Vidas* tentam agradar os seus leitores com as notícias que estes esperam encontrar neste tipo de revista e que a confirmação da notícia é um procedimento feito sempre, a veracidade é sempre investigada.

Segundo Rute Lourenço as fontes utilizadas na revista *Vidas* “*são pessoas que nós vamos conhecendo ao longo da nossa carreira de jornalista, tu vais conhecendo cada vez mais pessoas em diversas áreas e essas pessoas acabam por te contar coisas e obviamente à fontes e fontes.*”

Em relação ao tema paparazzo, Duarte Roriz explica o que é e o que fazem “*Supostamente um paparazzo é alguém que fotografa famosos sem que eles se apercebam que estão a ser fotografados (...) Na minha opinião paparazzo é quando fotografas e a pessoa não sabe de todo que está a ser fotografada.*”

Em suma os inquiridos criticam este tipo de imprensa, contudo os profissionais garantem fazer o melhor para o público que procura este tipo de imprensa.

# VIDAS

## A sua história

Foi um desejo do Correio da Manhã criar três suplementos que completassem o jornal, e foi assim que criaram a Vidas, o Êxito e o Sport. O Sport foi um suplemento novo que vem da evolução da secção do desporto, tal como o nome indica. O Êxito já era um título antigo no Correio da Manhã, que tinha sido descontinuado mas foi reaproveitado para falar sobre temas de cultura e espetáculos.

A Vidas foi também um suplemento que veio substituir uma outra revista que era o Correio Mulher e passou a existir com o intuito de colmatar essa falha da secção do social e do “jet set”.

A Vidas começou com o formato de revista em 2005. Em 2007 adotou a estrutura dos outros dois suplementos, que nasceram em 2006, mudando assim todo o seu layout e a sua estrutura para formato de jornal. Passado um ano fez-se uma reformulação geral e fez-se a junção da Vidas com o Êxito, e criou-se uma só revista, Vidas. Em 2015, houve outra alteração a nível gráfico que é o mesmo que vemos hoje em dia. O Sport continua ainda suplemento com o formato jornal até aos dias de hoje.

FIGURA 28-30. Os três suplementos do CM, Sport, Vidas e Êxito de 2007



# Backstage da revista

A revista *Vidas* é uma revista semanal que sai ao sábado juntamente com o jornal *Correio da Manhã*.

A revista fecha entre terça e quarta-feira e a partir daí é planeada a edição da semana seguinte. No início de cada semana os jornalistas reúnem-se com a editora e apresentam as informações que foram reunindo durante o final da semana e fim-de-semana, com recursos a idas a festas, eventos, promoções, contactos e a fontes de informações que tenham. Reunido todo o material é feita uma seleção, perceber qual é a notícia mais importante que possa ser capa e decidir o que é que vai para cada rubrica. Sendo que os temas de actualidade são deixados para último lugar, começando por serem feitas as rubricas mais fixas, aquelas que não precisam de estar tão dependentes da actualidade.



FIGURA 31. As capas da *Vidas* com os diferentes redesign que a revista já sofreu

# Secções que definem a revista

A revista é composta por várias secções, tais como:

**ROSA CHOQUE** - É a primeira rubrica que abre a revista, é composta pela notícia mais bombástica da semana;

**OPSSS** - É um momento divertido, caricato que tenha acontecido durante a semana com um famoso;

**VESTIDAS PARA SAIR** - São looks que estiveram em voga durante a semana;

**CLICK** - Momentos divertidos na vida dos famosos na última semana, seja em eventos ou redes sociais;

**APANHADOS NA REDE** - São frases ou descrições que os famosos tenham dito nas redes sociais;

**A FERVER** - É o tema de capa, é a história que faz a capa, um assunto que merece o destaque principal da revista;

**BOCAS COR-DE-ROSA** - São frases humorísticas que as figuras públicas disseram em entrevista a outras revistas;

**RADAR DA FAMA** - É o radar internacional, ou seja, são as notícias dos famosos internacionais;

**REALEZA** - São notícias sobre a realeza internacional;

**GENTE** - Uma rubrica composta por várias páginas com notícias dos famosos em Portugal, são notícias que não são tão importantes como o tema de capa mas que são suficientemente importantes para merecerem destaque numa página. Esta rubrica fecha com o termómetro cor-de-rosa que é uma análise das figuras que mais e menos se destacaram ao longo da semana;

**SENSUALIDADE** - Rubrica sobre uma produção sensual que uma figura pública tenha feito para uma revista nacional ou internacional;

**CONFISSÕES** - É composta por uma entrevista semanal. É uma entrevista de vida, as pessoas nesta entrevista falam de tudo, desde a sua vida pessoal, privada, o seu percurso, entre outras coisas. É com este tema que a parte mais cor-de-rosa da revista termina;

**ÊXITO** - É a parte ligada à música e à cultura que também entra na revista, começa com uma notícia de maior destaque;

**NOTAS SOLTAS** - São pequenas notícias sobre músicos, bandas, lançamentos, entre outros;

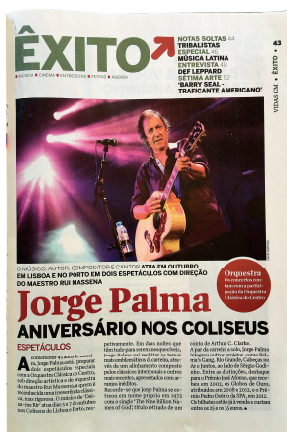


FIGURA 32-34. Exemplos de secções da revista *Vidas*

CAMINHO DAS ESTRELAS - É uma rubrica parecida com a Cofinssões mas é neste caso é com uma figura relacionada com a música;

7ª ARTE/CEDETECA - São as estreias da semana no cinema e temos também a cedeteca que são lançamentos de cd's;

AGENDA - A agenda cultural tem tudo o que as pessoas podem ver e ouvir durante a semana em Portugal como concertos e teatros;

EM FORMA COM... - É um tema ligado ao bem estar e ao exercício físico. É convidado uma figura pública para ensinar os leitores os seus truques;

MUDE A SUA VIDA - É a área dedicada à nutrição, onde uma nutricionista dá conselhos;

FASHION - É onde o “polícia da moda” avalia dois looks um bom e outro mau da semana;

LIFESTYLE - Uma parte da revista dedicada à decoração onde os leitores se podem inspirar para decoração de espaços;

SHOPPING - São sugestões de produtos, tanto de vestuário, calçado, perfumaria, maquilhagem, entre outros;

CONSULTÓRIO SEXUAL - É um espaço dedicado à sexualidade, onde os leitores podem enviar as suas dúvidas ou os seus problemas e a sexologa responde e ajuda as pessoas;

CLAVE DE SOL - É um página que contém um conto erótico escrito por uma colaboradora da revista, e onde contém mais três artigos relacionados com sexo;

HORÓSCOPO - A Maya é a tarologa da Vidas, é ela quem trata desta secção, é escolhido um famoso que faça anos durante a semana, são respondidas questões que os leitores enviam para a redação e o horóscopo para a semana seguinte;

PASSATEMPOS - É uma parte dedicada ao lazer onde contém vários passatempos;

EM FESTA - São festas ou eventos mais badalados da semana;

JORNAL NACIONAL - É a última rubrica da revista e constituída por uma análise humorística feita por um jornalista sobre temas que tiveram em destaque durante a semana.



FIGURA 35-37. Exemplos de seções da revista Vidas

## Quem protagoniza este tipo de imprensa

Com uma influência indireta mas muito poderosa, a imprensa cor-de-rosa acaba por determinar quem são as personalidades do chamado “jet set”. Quando existe um evento e as revistas são convidadas para estarem presentes, estas precisam de saber em primeiro lugar que convidados vão estar no evento. Se não existir ninguém conhecido, mediático e que faça vender revistas, o evento não tem qualquer interesse. Uma boa presença e estatuto pode não ser suficiente para aparecer.

Quando começaram a aparecer este tipo de revistas, quem as protagonizava eram as ditas pessoas do “*jet set*”. Lili Caneças (entrevista em anexo c), define “*jet set*” como “um certo núcleo de pessoas de alta posição social, com muito dinheiro e que se deslocavam nos seus aviões particulares para irem almoçar a Nova Iorque, jantar em Londres e esquiar em São Moritz.”

Contudo, com o passar dos anos o “jet set” começou a perder o protagonismo cor-de-rosa, hoje em dia qualquer pessoa que entra num *reality show* pode ser capa de revista, (Lili Caneças, entrevista em anexo c)

O critério para aparecer neste tipo de imprensa alterou-se, a definição de “jet set” já não se enquadra nestas novas escolhas das revistas.

Estas novas escolhas surgem para acompanhar as fontes de comunicação como a televisão, rádio e plataformas digitais. Se os canais televisivos passam programas com altíssimas audiências, as revistas aproveitam para poderem vender mais.

É neste sentido, que a imprensa cor-de-rosa quando começou era um imprensa com algum respeito e todas as pessoas que as protagonizaram sentiam orgulho em fazer parte dela, mas rapidamente passaram a serem revista pouco recomendáveis e a maioria das pessoas do “jet set” começaram a fugir delas.

## Fontes de informação

As fontes de informação são talvez a parte mais importante de qualquer órgão de comunicação social. As notícias devem ser regidas pelas condutas deontológicas do jornalismo, pois a fonte fidedigna irá ter em conta o bom ou mau profissionalismo do jornalista envolvido (Barros, 2015).

Embora os profissionais da área admitam que a origem das informações possam nascer de certas especulações, podendo levantar algumas dúvidas sobre a veracidade da fonte, a verdade é que as fontes podem ser testemunhas de factos, especialistas, dirigentes, entre outros, como

arquivos, documentos e bibliotecas, fontes que os jornalistas vão conhecendo ao longo da sua carreira. Rute Lourenço, editora chefe da revista *Vidas*, afirma que “As fontes são fundamentais para desvendar notícias”, pois são elas que poderão dar credibilidade à história.

Apesar da existência e do uso das fontes de informação, nem sempre o uso destas fontes são credíveis. Segundo Wolf (2003), o problema da credibilidade da fonte nem sempre diz respeito à quantidade de informação dada mas sim à veracidade do conteúdo que acompanha a informação, ou seja, a credibilidade da fonte é que dita a sua aceitação e veracidade.

Rute Lourenço menciona que compete ao jornalista perceber a veracidade dos factos contados, “A nossa função é a partir do momento que recebemos uma informação, venha ela de onde vier, é verificar se é verdadeira ou não” Rute ainda vai mais longe na questão da procura da veracidade das fontes, “confronto a pessoa envolvida na informação e só se tivermos a certeza de que está correta é que avançamos com a notícia.”

É então neste sentido que são apontados dois problemas em relação às fontes de informação e em relação ao jornalismo cor-de-rosa; as fontes para este tipo de jornalismo são sobretudo pessoas (Antastácio, 2012), quer familiares, amigos ou conhecidos dos protagonistas das notícias, que falam ou comentam acontecimentos de outras ou possíveis casos.

No século XIX, surgiram agências noticiosas que se tornaram numa outra fonte de informação, como a Reuters<sup>7</sup>, tornando assim a informação mais acessível ao jornalista. Este novo tipo de fontes acabam por tornar a recolha de informação mais rápida e acessível.

<sup>7</sup> Reuters – é uma agência de notícias britânica, a maior agência internacional de notícias do mundo, fundada em 1851, com sede em Londres..

Em suma, apesar das fontes de informações serem através de agências ou de outra natureza, a veracidade das fontes são sempre postas em causa, havendo uma grande ambiguidade no que diz respeito à credibilidade da fonte.

## Paparazzi

Cristiane Bazilio (2016) define que paparazzi é “Estar onde não é bem-vindo, fotografar quem não deseja aparecer, mostrar o que tentam esconder. Tirar dessas situações o melhor ângulo, o flagra mais indiscreto, uma revelação bombástica.” Duarte Roriz afirma (entrevista anexo b) “um paparazzi é estar dez horas à porta de um prédio, fazer cinco quilómetros numa praia para encontrar uma pessoa que se anda à procura para se fotografar.”

Quando falamos de fontes de informação não podemos esquecer dos paparazzi que são muito utilizados neste tipo de imprensa. Uma fonte que por vezes não é bem aceite mas que cada vez está mais presente

neste tipo indústria, cor-de-rosa, e é talvez a fonte que dá a conhecer as mais polémicas e bombásticas notícias.

A fotografia deixa de ser um complemento das notícias, passou a ter um valor tão ou mais importante que o texto escrito. Este valor passou a ser dado de outra forma, muito pelo avanço das tecnologias que permitiram uma maior qualidade de imagem e a realização de múltiplas fotografias, captando as figuras públicas em momentos de descontração. Condições fundamentais para a actividade de um paparazzo (Silveira, 2014)

## Critérios das notícias

Reginaldo Rodrigues de Almeida (2007) define os critérios de notícia como “tendo presentes muitos dos temas tido como sérios são debatidos cada vez mais por uma imprensa cor-de-rosa com matizes mais cor-de-sangue, como sexo, drogas, relações incestuosas, funerais..., coisas que até aqui não estávamos habituados e impõe-se desmistificar este conceito e tentar demonstrar a todos aqueles que assistam direta ou indiretamente à importância deste segmento da comunicação.”

As pessoas gostam de acompanhar a vida dos famosos e este tipo de imprensa faz isso mesmo, dá a conhecer a vida de quem entra todos os dias pela casa das pessoas, principalmente através da televisão. As revistas cor-de-rosa mostram para além do que as pessoas estão habituadas a ver na televisão, mostram a vida pessoal e privada dos famosos e figuras públicas, porque são esse tipo de notícias que as pessoas esperam destas revistas (Rute Lourenço, entrevista em anexo a).

Neste sentido, podemos perceber que a notícia, sofreu alterações. Anteriormente a notícia servia para informar, hoje em dia a notícia serve para entreter os consumidores deste tipo de imprensa.

Este tipo de imprensa é feita de sensacionalismos e de escândalos. As notícias boas não vendem tanto como as notícias más, por isso a imprensa cor-de-rosa aproveita-se desse facto para ganhar dinheiro. Este tipo de imprensa faz-se maioritariamente de desgraças, (Lili Caneças, entrevista em anexo c).

# Vidas nos vários meios de comunicação

Observando a multiplicidade da revista *Vidas*, esta pode ser encontrada não só em revista e no jornal do *Correio da Manhã*, como também nas plataformas digitais e num programa na televisão no canal do *CMtv*.

Apesar da *Vidas* ter várias extensões, o formato revista difere-se da edição jornal não só pelo tratamento visual, mas também pela sua periodicidade, uma vez que a *Vidas* jornal é diário e a revista é semanal. Fazendo com que os seus próprios temas sejam diversificados, a *Vidas* jornal trata de assuntos ocorridos em cima do acontecimento, enquanto a revista pode realizar uma cobertura dos acontecimentos mais precisa e mais detalhada.

Rute Lourenço, editora chefe da revista *Vidas*, menciona que a revista “apresenta aspetos relativos à vida dos famosos, as suas opiniões, os seus pensamentos, as suas festas, os seus amores”, ou seja, uma visão mais íntima da vida dos famosos. Enquanto no jornal é mais “relacionado a notícias das vidas dos famosos, o que eles fizeram, as cusquices e as novidades de última hora”. Rute ainda ressalta outros aspetos que singularizam a *Vidas* do *CM* comparativamente à revista, como a sua dimensão editorial. A *Vidas* jornal é integrada na grelha do jornal, enquanto na revista é utilizada uma grelha completamente diferente.

Assim como qualquer tipo de publicação impressa, a revista *Vidas* também se encontra online, como um complemento à revista, pois assim consegue estar dentro das últimas novidades 24 horas por dia. Com uma equipa de jornalistas exclusiva para a versão online, Rute Lourenço diz que “o site é uma extensão à família *Vidas*, uma forma combater a lacuna que o suporte físico possui, pois o site online tem uma grande vantagem de ter um carácter momentâneo”.

Para complementar esta extensão, recentemente a publicação ganhou espaço na grelha televisiva no canal *CMtv*, um programa televisivo que é a junção da revista *Flash* com a revista *Vidas*, titulada como *FlashVidas*. Este programa televisivo tem como objetivo acompanhar as publicações, quer online, quer impressas na *Vidas* e na revista *Flash*, apresentado por vários jornalistas especializados da área e que durante o programa comentam as várias notícias.

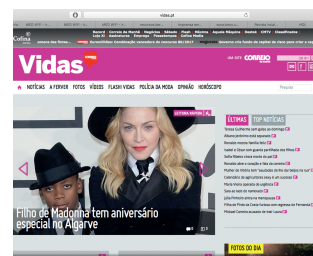


FIGURA 38-40. *Vidas* no jornal; *Vidas* online e *Vidas* no programa televisivo *FlashVidas*



---

# Evolução gráfica da revista Vidas

---

## Formato

Os formatos foram variando à medida que as revistas foram sendo alteradas. A primeira revista tinha o formato de 200x275mm e era composta por 60 páginas. O segundo formato que passou a ter as dimensões do jornal 280x370mm e com 24 páginas. As duas últimas revistas já têm um formato igual de 200x295mm e com as mesmas 76 páginas.

## Layout

Entende-se por *layout* a organização dos elementos num determinado espaço. Neste sentido em todas as revistas o layout não é propriamente fixo, varia consoante as secções e pela quantidade de texto e imagem existentes por página.

Consuante o tempo os *layout* foram cadavez mais modernizando, actualmente utiliza um design simples, sofisticado de acordo com o perfil da revista e do seu público.

## Grelha

A grelha é um elemento bastante flexível na história da revista Vidas. Qualquer das revistas tem uma grelha base, sendo a primeira de 3 colunas, a segunda de 4, e as duas últimas de 6 colunas, mas qualquer uma das revistas nunca respeitou na totalidade estas grelhas, foram sempre adaptadas para fazer face às necessidades das páginas.

FIGURA 41-42. A *Vidas* em 2005 e 2007 da *Vidas*





FIGURA 43-44. A *Vidas* de 2008 e a actual

## Hierarquia da informação

É importante para o leitor perceber a importância de cada notícia. Neste sentido os elementos têm que estar dispostos de uma forma ordenada. No caso das revistas *Vidas* sempre foi bastante perceptível a hierarquização de todos os elementos. Para ajudar a essa hierarquização as revistas sempre utilizaram o contraste com a cor, tamanhos de letra e a utilização de *bold*.

## Tipografia

A escolha tipográfica é extremamente importante para uma publicação por ser o principal elemento visual utilizado.

Nas quatro fases pelas quais a revista passou, nota-se uma evolução tipográfica, inicialmente era composta por uma tipografia mais clássica e à medida de foi mudando de *layout* foi adoptando uma tipografia mais moderna, tanto nos títulos como no texto. Com esta evolução a legibilidade do texto tornou-se melhor.

## Margens e espaços brancos

As margens são o espaço entre a área impressa e os limites do papel. Os espaços em branco dentro do layout são de extrema importância, não só ajudam à hierarquização dos conteúdos como separa os diferentes elementos.

Na revista vidas não há propriamente uma evolução a este respeito, sempre ultrapassou as margens com algumas páginas com excepção da Vidas em formato jornal que cumpria a margens.

Relativamente aos espaços em branco todas as revistas respeitaram dando um ar mais leve às publicações.

## Imagens

As imagens inseridas em qualquer uma das publicações nunca obedeceram a um formato específico. Uma das características da Vidas é o uso de recortes nas fotografias e essa característica acompanha desde a primeira revista até aos dias de hoje.

Desde de sempre que as fotografias ocupam um lugar de destaque nas páginas.

## Cor

A cor que sempre acompanhou a revista foi o cor-de-rosa, sempre com o mesmo tom.

A primeira publicação foi a que utilizou mais a cor, cada secção da revista era marcada com uma cor. Já as outras publicações adaptaram um leque mais reduzido de cores, utilizando actualmente a cor preto, branco, verde e alguns tons de cor-de-rosa.

# Imagens comparativas

18 Gente

**Almoço requintado**  
As modelos Natalia Vodniana e Heliana Charalassan foram algumas das presenças que marcaram o almoço Imperia, na Estúdio da Liberdade.



**Romance no ar**  
A atriz Níckia Krihan mostrou grande amizade com um desconhecido, num dos jogos dos quartos-de-luz da Queen da Tênis dos Estados Unidos.



**Desfile da 'Tommy'**  
O cantor Ryan Cabrera e a modelo Petra Nemcova assistiram juntos ao desfile do estilista Tommy Hilf, ger para a Primavera de 2006, na Semana da Moda de Nova Iorque.



**Amor e moda**  
A atriz Ken Caillat, de 47 anos, assessora a um desfile da estilista Alon Tshemyley acompanhada do novo namorado, o chef canadense Alan Wynn, 26 anos mais novo.



CORREIO VIDAS  
Semana de 17 a 23 de Setembro

19

## "Quero alicerçar a carreira na moda"



**Desda que Nuno Homem de Sá assumiu publicamente a ruptura com Marina Medeiros a modelo está mais confiante do que nunca**

**M**arina Medeiros parece uma outra mulher desde que o ator Nuno Homem de Sá, pai da sua filha Joana de dois anos e meio, decidiu assumir publicamente a separação que já acontecera há um ano. "Sempre vivemos cada um na sua casa e, separados já estamos há mais de um ano. O único elo que nos liga é a Joana e quem amamos incondicionalmente", revelou a *Vidas* Marina Medeiros que diz sentir-se "feliz do que nunca e sem o peso de estar a escondido".

Contudo, para a modelo a separação não é propriamente uma tragédia pois afirma que entre os dois já não existia nada. "Separar-se mas a minha vida continua a ser a mesma de antes com a vantagem de estar mais confiante e cheia de vontade de continuar a meu

**JA ESTÁ NA FACE**

Marina, que trabalha na DTL, decidiu optar pela FACE e, agora, quer experimentar novas situações.

Após a saída de gema, Marina começou na moda aos 15 anos tendo feito um estágio entre os 18 e os 21. "Fui a Joana e decidi-me a ser a esposa de um modelo. Fui para a NSP há dois anos e estou a fazer o curso de moda e agora estou com algumas ideias de fazer coisas diferentes", diz ela. A modelo, que se trata na DTL, decidiu voltar a trabalhar na moda e agora está com algumas ideias de fazer coisas diferentes, diz ela. A modelo, que se trata na DTL, decidiu voltar a trabalhar na moda e agora está com algumas ideias de fazer coisas diferentes, diz ela.

**“QUALQUER CASAL QUE TENHA UMA RELAÇÃO SÉRIA FALA EM CASAMENTO”**



Raquel Prates e o pintor João Murillo continuam de pedra e cal na relação que já tem mais de um ano. Sobre os rumores de que o casal já estava a enviar convites de casamento aos amigos mais próximos João Murillo diz: "Sempre fu questiono de não falar da minha vida para jornalistas e revistas. De qualquer forma é natural, entre amigos, falar-se desse tipo de coisa pois qualquer casal com uma relação seria falar em casamento. Quando isso acontecer os amigos serão avisados", rematou o pintor que faz questão de não falar sobre a relação com Raquel Prates, com quem vive. A expectantíssima da TVI tem a mesma atitude e evita expor a intimidade: "A minha vida é igual a de muita gente. Não tem nada de especial para anunciar", garante a r.

**DIVERTIDOS**  
João e Raquel estiveram na Loulé a passar o fim-de-semana no hotel de charme Media Boutique onde cantaram os parabéns ao amigo Miguel, que não é figura pública, "mas é muito especial". Certo é que não se privaram de dançar, rir, conversar mostrando uma enorme complicidade.

Vidas de 2005

6 VIDA | CORREIO VIDAS

**EM DESTAQUE**

Têm 14 anos de diferença mas a idade não conta para Joana Solinão e André Carqueira. Prescasitos com a idade é coisa que não existe entre os nossos famosos

CORREIO VIDAS

7

# O amor não tem idade

**D**iferença de 14 anos não impede a união de Joana Solinão e André Carqueira. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois. "A idade não conta para nós", afirma Solinão, 34 anos, que está casada com o ator de 48 anos. "O amor não tem idade", diz Carqueira, que também tem 48 anos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**Carla e Paulo**  
Carla e Paulo são casados há 14 anos e têm dois filhos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**Marcelo e a mãe**  
Marcelo e a mãe são casados há 14 anos e têm dois filhos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**Josefina e o pai**  
Josefina e o pai são casados há 14 anos e têm dois filhos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**Josefina e o pai**  
Josefina e o pai são casados há 14 anos e têm dois filhos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**Josefina e o pai**  
Josefina e o pai são casados há 14 anos e têm dois filhos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**HELENA PREFERE OS MAIS NOVOS**

A atriz Helena Sobral tem um novo namorado. Ela prefere os mais novos.

**CONJUGATOS FELIZES**

Apesar de a diferença de idade, Paulo Moreira de 40 anos, vive feliz com a atriz Helena Sobral de 26 anos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**RELAÇÃO JÁ ASSIMILADA**

Apesar de a diferença de idade, Paulo Moreira de 40 anos, vive feliz com a atriz Helena Sobral de 26 anos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**RELAÇÃO JÁ ASSIMILADA**

Apesar de a diferença de idade, Paulo Moreira de 40 anos, vive feliz com a atriz Helena Sobral de 26 anos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**RELAÇÃO JÁ ASSIMILADA**

Apesar de a diferença de idade, Paulo Moreira de 40 anos, vive feliz com a atriz Helena Sobral de 26 anos. O casal já tem um filho e a idade não é um obstáculo para os dois.

**67**

Vidas de 2007





**'Navalha na Carne'**  
O actor José Carlos Pereira é o restante elenco de 'Navalha na Carne', mudaram-se para o Teatro Rivoli, no Porto, onde a peça vai estar em exibição de 18 a 24 de Setembro.

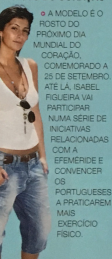


**MAITÉ LANÇA LIVRO**



A actriz brasileira vem a Portugal lançar o seu livro 'Maite: Proposta entre casais e a escrita', com prefácio do jornalista Miguel Sousa Tavares. Ela fala sobre o seu casamento com Carlos.

**ROSTO DO CORAÇÃO**



A A MICHELLE E O ROSTO DO PRÓXIMO DIA. ISABEL FIGUEIRA VAI PARTICIPAR NUMA SÉRIE DE INICIATIVAS RELACIONADAS COM A FEMINEIDADE E CONVICER OS PORTUGUESES A PRATICAREM MAIS EXERCÍCIO FÍSICO.

# Marisa Cruz já é mãe babada

A modelo está radiante com o pequeno João e vive na plenitude a experiência da maternidade

TEXTO ANDRÉIA VALENTE

Chama-se João, em homenagem ao pai, o futebolista João Pinto, e o novo amor da vida de Marisa Cruz. A modelo deu à luz o seu primeiro filho no passado dia 10 de Setembro, na Ordem da Carmo, no Porto, e encontra-se agora em casa a recuperar. O bebé, o terceiro filho de João Pinto — que já tinha Diana e Inês, frutos do seu casamento com Carla — nasceu de cesariana, com 3,190 quilos e 50 centímetros, conforme revela o comunicado dos pais à imprensa. Segundo uma fonte do hospital, o menino é mais parecido com a mãe: "Ele tem a boca da Marisa". Entretanto, o "reco-papai" tem-se mostrado muito dedicado e, os únicos momentos em que esteve afastado de Marisa e do seu novo rebento, foi para tratar e jogar pela Bauvista. O casal, muito assediado pela imprensa, já pediu para o seu bebé não ser fotografado, pois "este é um momento de grande felicidade, que gostariam de poder preservar". No entanto, tal se tornou difícil uma vez que, além de filho de duas figuras mediáticas, Joãozinho vai ser afilhado de Fátima Lopes, uma das personalidades mais famosas da moda nacional.



## Vidas de 2005

**4 Vidas**

**RADAR DA FAMA**

**Não tenho segredos: o que me inspira como apresentadora, Neri mesmo**  
por VERÓNICA LOPES

**Comida ajuda**  
A actriz brasileira Maite Faria lançou o seu livro 'Maite: Proposta entre casais e a escrita'.

**A mais feio**  
Do dia da amnésia pessoal em Vila do Conde até ao fim da carreira de Courtney Love e a banda de metal de Michael Jackson.

**FAMÍLIA ■ FILHAS JÁ PEDEM PRESENTES**

# Primeiro Natal com Terruta

A relação corre tão bem que Maria Aragão Pinto e o responsável da TVI vão passar a consoadas juntos

**Q**uando, a meio do dia 24 de Dezembro, Maria Aragão Pinto comparece ao primeiro Natal de filhas a celebração pública da televisão portuguesa esperada. Depois de ter acompanhado o lançamento do lançamento da TVI e de ter estado no primeiro Natal de filhas, a relação entre as duas que se dá em privado é perfeita e consagrada.

Como se os presentes fossem a mesma coisa, a relação entre as duas é perfeita e consagrada. Como se os presentes fossem a mesma coisa, a relação entre as duas é perfeita e consagrada.

**Na casa de Marta**  
A relação entre as duas é perfeita e consagrada.

**Consagrada e tradicional**  
A relação entre as duas é perfeita e consagrada.

**Yolanda Nalvo**  
A relação entre as duas é perfeita e consagrada.

**Joana Lenas**  
A relação entre as duas é perfeita e consagrada.

## Vidas de 2007



Vidas de 2008



FIGURA 45-52. Algumas páginas dos vários layout's pelos quais a Vidas já passou onde podemos ver todos os elementos gráficos referidos a cima

Vidas actual

---

Comparação  
gráfica da *Vidas*  
com três revistas  
internacionais  
cor-de-rosa

---

# Apresentação das revistas internacionais

Dados retirados dos sites:  
<http://abcas3.auditedmedia.com/ecirc/magtitlesearch.asp>  
[https://www.infopedia.pt/\\$hola!](https://www.infopedia.pt/$hola!)  
<http://www.revistas.com.br/revistas-de-famosos.html>  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Star\\_\(magazine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Star_(magazine))

Para esta análise escolhi três revistas, a *¡Hola!* espanhola, a *Contigo!* brasileira e a *Star* americana porque são revistas internacionalmente conhecidas e para além disso a tiragem de cada publicação alcança mais de 200 mil exemplares por semana sendo que a revista *¡Hola!* chega a atingir mais de 700 mil exemplares.

## Revista *¡Hola!*

A revista *¡Hola!* foi fundada em 1948, inicialmente era conhecida como uma revista feminina mas passou a pertencer à imprensa cor-de-rosa. É uma publicação semanal com um nível de vendas bastante elevado em Espanha e noutros países. Esta revista só mostra amor, luxo, riqueza, alta sociedade e estrelas, evitando os escandalos que possam perturbar os protagonistas que aparecem regularmente nas suas páginas.

A revista foi lançada pouco tempo depois do final da Segunda Guerra Mundial, apesar do tempo que já passou os seus fundadores mantiveram sempre o mesmo estilo, alterando só a parte gráfica.

Inicialmente a revista *¡Hola!* só tinha a versão espanhola mas na década de 90 lançou a versão em inglês chamando-a *Hello!*, vendida para países como Inglaterra, Estados Unidos da América e Canadá. No final do ano de 1998 foi lançada a versão francesa intitulada *Allô!*

Esta revista opta preferencialmente por mostrar momentos felizes da vida dos famosos.

## Revista *Contigo!*

A revista *Contigo!* foi criada em 1963. É uma revista semanal que faz a cobertura do mundo dos famosos, como cantores, atores e em especial figuras públicas internacionais. Em 2004 a revista teve uma forte reformulação a nível editorial e gráfico.

*Contigo!* tenta mostrar aos seus leitores as mais interessantes histórias do mundo dos famosos, a partir de reportagens e fotografias que faz questão de ter em primeira mão.

Esta revista é vendida principalmente em supermercados e através de assinaturas.

## Revista Star

A *Star* foi fundada em 1974 para competir com o tabloide National Enquirer. Originalmente era uma revista de supermercado, com um preço bastante acessível e impresso em papel de jornal.

No início de 2004, a *Star* ganhou um novo visual, com mudanças a nível de formato, do tipo de papel em que era impressa, entre outras, negando assim a sua origem de tabloide. O *layout* das páginas foi a única coisa que permaneceu igual ao de quando tinha as características de um tabloide.



FIGURA 53-55. As três capas internacionais escolhidas, ¡HOLA!, Contigo! e Star.



# Análise gráfica

## *Vidas*

A revista *Vidas* tem o formato de 200x295mm, composta por 76 páginas, e é impressa num papel reciclado. O seu design gráfico é o que se utiliza neste tipo de revistas pouco texto, muitas imagens e fotografias que normalmente falam por si. É um design simples, sofisticado de acordo com o perfil da revista e do seu público. Usa uma mistura bem definida de cores como o preto, branco, verde e de alguns tons de rosa o que faz com que a revista tenha harmonia em termos de cor. Os textos, na sua maioria, são em preto e em alguns casos a branco, o cor de rosa aparece com bastante destaque em títulos e em caixas de destaques ou citações. As fontes são contrastadas entre si com negritos, *light*, caixa baixa e caixa alta, contrastando tamanhos e fontes não serifada e serifadas, deixando a página com dinamismo.

As páginas são compostas por uma única grelha que é constituída por 6 colunas por página. A grelha é adaptada ao longo da revista, numa página existem 3 colunas, noutras 2 e noutras 1 mas a base da grelha é sempre a mesma.

O que mais chama a atenção na revista é o uso da imagem, a revista usa muitas imagens e com uma grande dimensão. A média de ocupação de imagem por página é de 65% e de texto é de 35% o que realmente dá para perceber que este tipo de imprensa é feita de imagem e pouco texto.

## Capa

A capa é sempre constituída por uma imagem principal, aquela que ocupa a maior área da capa, que representa o artigo principal da revista, contém sempre três chamadas na parte inferior da revista com as notícias secundárias e outra no canto superior esquerdo. O título principal é sempre a cor-de-rosa, branco ou preto, consuante a escolha da imagem. Os textos são sempre a preto com exceção aos das chamadas que variam entre o branco, verde, preto, rosa.

A sobreposição da fotografia sobre a logo é um recurso utilizado na maioria das capas da revista.

## *¡Hola!*

Número de páginas: 118 páginas

Dimensão: 240x330mm

Grelha: a grelha é constituída por 4 colunas tendo um layout bastante flexível consuante os artigos, pode variar entre 1, 2 e 3 colunas.

Tipografia: esta publicação aposta numa tipografia sem serifas para os títulos, subtítulos e caixas sendo que no texto utiliza uma tipografia serifada de forma a criar um contraste entre texto e título. Os títulos também são marcados pela força da utilização do *bold*.

Cor: a revista é muito simples em cor, utilizando apenas a cor branca, preta e dourada.

*Layout*: o *layout* varia muito consuante os artigos, não existe uma estrutura fixa para cada artigo, o texto é adaptado à grelha. Existem poucos espaços em branco o que não deixa os artigos respirarem entre si.

Capa: a capa é composta por uma fotografia principal e com um forte título em *bold* e é contrastada por textos em caixa alta e baixa. Na parte inferior existem duas chamadas para as notícias secundárias. Raramente há subreposições da imagem com o logo da revista.

Há um contraste agradável entre todos estes elementos. A cor vermelha acaba por se destacar e chamar a atenção dos leitores, no geral há um resultado harmonioso entre a tipografia, as cores usadas e a imagem.

Média de imagem ocupada por página: 88%

Média de texto ocupado por página: 11%



Georgina ha la seguridad de acompañar a Cristiano, Jr. (arriba), en su primer día de colegio, ya que su padre es encantador y atendiendo sus compromisos profesionales.

**Georgina tiene previsto dar a luz en noviembre a la niña que espera junto a Cristiano Ronaldo, que será el cuarto hijo del «crack» del Real Madrid**

COMO la mayoría de los niños de nuestro país, Cristiano Ronaldo, Jr. volvió de nuevo al colegio la semana pasada. Aunque en años anteriores fue su padre el que le acompañó en su primer día de clase, en esta ocasión, fue la novia del futbolista, Georgina Rodríguez, la encargada de llevar al pequeño al centro escolar.

Y a pesar de los rumores que dicen que últimamente la modelo no cuenta con el favor de la matricula del club de «CR7», Dolores Arévalo, está claro que con quien él tiene una relación excelente es con el hijo del «crack» del Real Madrid.

Georgina, que espera junto Ronaldo su primer hijo —cuarto para el astro portugués— ya sabe lo que es ejercer de mamá, al menos de un niño como Cristiano, Jr., al que ha dedicado numerosas muestras de cariño en las imágenes y mensajes que difunde a través de su perfil de Instagram.

De acuerdo con la prensa local, Georgina será madre de una niña, a la que está previsto que dé a luz en noviembre. La joven modelo, que siempre se ha caracterizado por vestir prendas ajustadas, permanecerá fiel a su estilo en el séptimo mes de embarazo, puesto que el día que acompañó al hijo de su novio al colegio presentaba de silbata con un top y unos zapatos muy ceñidos.

Con la llegada de la pequeña, Cristiano Ronaldo sumará un miembro más a su familia numerosa. Como recordará, a finales del pasado mes de junio, el futbolista daba la bienvenida a sus dos nuevos hijos, los gemelos Eva y Marco, nacidos al igual que el mayor, que ya tiene siete años, mediante vientre de alquiler. Al parecer, los planes del jugador pasan por seguir ampliando la familia hasta tener siete hijos, según comentó en una entrevista a una televisión china.

Fotos: GTRÉS



Sobre estas líneas, detalle de la mesa imperio del jardín. Abajo derecha, otra vista de la zona «chil» que junto a la piscina. Entre los platos que su marido ha diseñado también se encuentra el famoso «Skatido» Charles Simonyi, el perro que destruyó los programas de ordenador Word y Excel.

secreto, en el que nadie cuenta nada, es notable que el famoso «Skatido» de Paul Allen, cofundador de Microsoft, es otra cosa. Así hasta unos 50 que se dedican por el mundo. Y en cuestión de cinco minutos la mano y el intelecto de Salinas.

«Siempre me he gustado la moda y coordinarla mi ropa de niña, pero mi primer recuerdo está unido a la «televisión» que hacíamos de la casa de mis padres mi hermana y yo, cuando nosotros nos encerramos, y ellos se iban de cruceros. Hoy, Soy el trabajo conmigo en la empresa y también mis dos hijos. ¡Es verdaderamente maravilloso! Tengo una gran suerte». Su experiencia en el comercio le viene de sus padres. El caso de (de Omas), entre otras personalidades) y Salinas empezó con una tienda de moda (Salinas Fashion Doo) y luego, poco a poco, fue evolucionando. «Acababa de comprar un piso en México. Lo decoré. Quedó espectacular... por dentro. Pero a la hora de hacer la terraza nada me gustaba. Así que decidí hacerla yo. Muchas personas se fijan en ello y me piden que me ocupara de su cocina. Luego, de forma casual pasamos a hacer... los barcos llegaron muy pronto. En ese momento podía decir que más del sesenta y cinco por ciento de mi trabajo son tops. Aunque también, claro. En mi opinión, decorar una nueva casa, un barco o un avión, ha de ser una experiencia maravillosa, divertida, especial. En mi misión hacerlos la vida fácil y agradable».

De eso explica. También porque tiene la reputación de solo trabajar con algunas de las firmas más prestigiosas del mundo, como Hermès.



FIGURA 56-57. Duas páginas do interior da revista ¡Hola!

## *Contigo!*

Número de páginas: 92 páginas

Dimensão: 271x361mm

Grelha: a revista apresenta uma grelha com 3 colunas, não existe muita variação na utilização das mesmas

Tipografia: os textos apresentam-se justificados, com exceção das legendas e dos subtítulos que são alinhados à esquerda ou à direita salvo em determinadas casos. Para esta publicação é usada uma tipografia serifada, aplicada para os títulos, subtítulos e para os textos contribuindo para que as páginas tenham um tom leve.

Cor: as cores usadas nesta publicação são muito conservadoras, em quase toda a sua totalidade dos textos a cor predominante é o preto sobre o fundo branco, há apenas um ou outro apontamento de cor ao longo da revista, mas muito discreto.

*Layout:* mostra ser uma revista com um tom muito contido e pouco inovador, porém aposta na utilização de fotografias de grandes tamanhos.

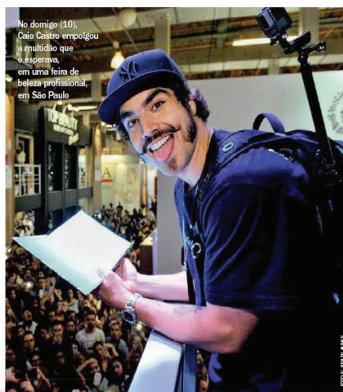
Capa: o logótipo da revista tem um grande destaque e há uma interação entre a fotografia da capa e o seu logo, fazendo com que o nome da revista não seja perceptível, acabando por destacar a fotografia. A sua capa é organizada, com vários destaques e com apontamentos de cores que acabam por destacar e combinar com a fotografia, de uma forma simples mas que enriquece e dá uma harmonia à revista.

Média de imagem ocupada por página: 80%

Média de texto ocupado por página: 20%

## No meio da multidão

**BELEZA É UM TEMA QUE ATRAI TODO mundo, né? Não foi diferente com um time de famosos, que conferiu de perto as novidades de uma feira de beleza profissional no Expo Center Norte, em São Paulo. Calo Castro, 28 anos, deu uma folga na maratona de gravações da novela *Novo Mundo* (TV Globo), no Rio de Janeiro, e empolgou a multidão de mulheres que se aglomerou para vê-lo no domingo (10). O próprio ator impressionou-se com a quantidade de pessoas que o aguardavam e fez questão de autografar os pandetos e flyers que eram jogados para ele. Além do artista, outras celebridades visitaram os estandes, como Fluk, 26, a irmã Cleo Pires, 34, e Rafaela Brites, 29. No sábado, o apresentador Rodrigo Faro, 43, participou do lançamento da nova empresa Cless Multinível e foi o mestre de cerimônias do evento. A feira terminou na terça-feira (12). ■**



No domingo (10), Calo Castro empolgou a multidão que o esperava, em uma feira de beleza profissional, em São Paulo.



À esq., Cleo Pires atende várias fãs que passaram na feira, enquanto seu irmão, Fluk (acima), fez um pocket show em um dos estandes.



Rodrigo Faro foi o mestre de cerimônias do lançamento da Cless Multinível.



Rafaela Brites deixou o filho Rocco em casa para visitar o evento.

contigo.com.br | 27

contigo!

## CURTAS

### Livros, fãs e muito romance

**ELA COMEÇOU NO MUNDO VIRTUAL, MAS agora quer dominar também o universo da literatura. Na terça-feira (12), Kéfera Buchmann, 24 anos, simplesmente conhecida pelo público como a youtuber Kéfera, levou uma multidão ao lançamento do seu terceiro livro, *Querido Desejo*, que aconteceu em shopping de São Paulo. "Tentei trazer um romance com várias mensagens, entre elas o empoderamento feminino, assunto que mecorreu. Não é uma leitura clichê", disse a dona do canal *Sócio Minutos*. Além dos fãs, Kéfera foi prestigiada pelo novo namorado, o empresário Tacyo Munhoz. Antes da sessão de autógrafos, ela e o marido posaram para as fotos em clima romântico, com direito a muitos beijos. "Ele é gato, tem olhos verdes. Estamos juntos há um mês", já disse Kéfera, que está apaixonada. ■**



Na terça-feira (12), Kéfera Buchmann participou do lançamento do seu terceiro livro, *Querido Desejo*, em São Paulo. Além de centenas de fãs, a youtuber foi prestigiada pelo novo namorado, o empresário Tacyo Munhoz.

4 | contigo.com.br

FIGURA 58-59. Duas páginas do interior da revista *Contigo!*

## *Star*

Número de páginas: 86 páginas

Dimensão: 197x267mm

Grelha: apresenta uma grelha de 3 colunas, apesar de haver uma variação do uso das mesmas.

Tipografia: há uma aposta no uso de *bolds* para os destaques e títulos, de forma a captar a atenção aos leitores, a tipografia usada para os textos, é serifada justificada à esquerda .

Cor: para esta publicação são usadas várias cores, desde fortes amarelos, a vermelhos garridos, azuis passando pelos rosas e os violetas, apesar do uso diversificado das cores e de dar um ar vibrante à publicação, acaba por ter um tom confuso pois não existe coerência nas cores usadas.

*Layout*: a revista usa uma grande quantidade de fotos, uma grande quantidade de destaques e muitas cores, acabando por dar uma sensação de desorganização e um ar confuso na composição da paginação da revista, pois são muitos elementos juntos numa página só.

Capa: para a capa são usadas cores garridas de forma a chamar atenção, dá uma sensação de confusão devido ao conjunto das fotos, das chamadas e das fotografias escolhidas, dificultando assim a sua leitura.

Média de imagem ocupada por página: 76%

Média de texto ocupado por página: 24%

**StarBUZZ**  
Hollywood gossip, hot off

**TIGHT SQUEEZE**  
Drake and Jennifer Lopez went public with a very private moment on Instagram on Dec. 28 (and J.Lo was conspicuously flashing a large rock on her ring finger). Apparently, Rihanna was not amused!

**J.Lo vs. RiRi**

# CATFIGHT OVER DRAKE!

RIHANNA'S RAGING AS JENNIFER LOPEZ APPEARS TO BE MOVING IN ON HER MAN.

**RYEBROWS** were raised when Rihanna suddenly unfollowed her friend Jennifer Lopez over Christmas weekend. Now we know why: On Dec. 28, J.Lo and hip-hop hottie Drake each posted the same shot of themselves cuddling on Instagram. And there's a good reason why Riri would suddenly rear up over this budding romance: She and Drake were a steamy item themselves recently! "J.Lo may fancy herself as Jenny from the Block, but if there ever was a throw-down between those two, my money would be on Rihanna to knock her block off," says a source. "That girl has got a wicked temper!" Things started innocently enough between Drake, 30, and J.Lo, 47, with reports that they're collaborating on new material. Then he caught her Vegas act twice, and word is he dropped \$5,000 on orchids as a gift for the star. And on Dec. 19, he took over L.A. restaurant Delilah so he and J.Lo could have a very private party. But it was only four months ago, during the VMAs, that Drake—who's been an on-and-off suitor of Rihanna, 28, for the past seven years—was gushing that Riri is "someone I've been in love with since I was 22," and sharing passionate kisses with her for the cameras. Some consider the snugly snap of J.Lo and Drake to be merely a publicity stunt (and there have also been whispers about her getting back with her ex-husband Marc Anthony, who recently announced he's divorcing his third wife, Shannon De Lima). "Whether their romance is real or not," adds the source, "I think everyone would have to admit Drake and J.Lo make one sexy couple!" Everyone but Riri, that is. \*

**CHEEK TO CHEEK**  
Last August, Rihanna and Drake sparked rumors of a renewed romance with their touchy-feely display during the VMAs in NYC.

JANUARY 16, 2017 Star |

**StarDISH**  
All the best Hollywood news!

**Washed up?**  
Jake sported quite the dad bod during a Christmas getaway to the Caribbean.

**GLOVES ARE OFF AND THE GRILL IS ON!**

**JAKE JIGGLE-HAAL!**

**TALK ABOUT A HEAVY WEIGHT! THE ACTOR KO'D HIS SOUTHPAW DIET IN EXCHANGE FOR COMFORT FOOD AND A NEW ROMANCE**

**NOW**

If your pants are fitting a little tighter than usual after a holiday eat-a-thon, **Jake Gyllenhaal** can commiserate. The once-ripped actor showed off a much softer silhouette on the beach in St. Barts with girlfriend **Greta Caruso**, making it clear he's left his brutal fitness regime behind for 2017. Jake's eased up on the dieting and grueling workouts, and it's certainly showing, a source tattles to Star. "All that muscle he packed on for *Southpaw* has transformed into fat."

Jake had starved himself down to 147 lbs. for his role in 2014's *Nightcrawler*, then switched gears, bulking up with six-hour daily workouts to play a fighter in the acclaimed 2015 drama *Southpaw*. "You can eat a lot when you're in that mode," Jake explained. "It was always high protein. I remember eating a lot of Chipotle." But while his gym time has dwindled, his calories haven't, adds the source: "He's flaked out on the workouts and doesn't go running every morning like he used to, but he's still eating burritos and tacos!" After such a brutal body year, **Taylor Swift's** hunky ex seems content to enjoy his new romance with Greta (daughter of CSI star **David Caruso**)—as well as a few extra trips to the resort buffet! "He's completely let himself go, but he doesn't seem worried. He wants to live the good life for a while," says the insider, adding that his new scruff is strategic as well. "He thinks he looks hot with the beard—and it just happens to hide his double chin, too!" \*

4 Star | JANUARY 16, 2017

FIGURA 60-61. Duas páginas do interior da revista Star



# Conclusão

Ao tema a que me propus, a imprensa cor-de-rosa, tentei perceber junto de algumas pessoas-chave a sua opinião sobre este tipo de imprensa e quais as questões que gostavam de ver desvendadas.

O universo da imprensa cor-de-rosa é pouco compreendido e muito criticado. Talvez porque as pessoas não compreendam que existe espaço para todo o tipo de informação e só procura este tipo de imprensa quem quer. Este tipo de imprensa é concebida para um público específico e esse público espera notícias da vida dos famosos, dos escândalos, tudo o que os envolva, é uma imprensa de entretenimento segundo Rute Lourenço.

Podemos concluir que este tipo de imprensa, tem um padrão de ética e de valores tal como os outros tipos de jornalismo mas nem sempre se rege por esses padrões e é por nem sempre se reger pelos padrões que surgem as críticas a este tipo de jornalismo. Mas o que é facto é que em Portugal vendem-se mais de 35 milhões de revistas sociais e de televisão, o que revela o interesse e existência de leitores deste tipo de imprensa.

Dados retirados dos sites:  
[http://www.apct.pt/Analise\\_simples.php](http://www.apct.pt/Analise_simples.php)

Por existir muitos leitores deste tipo de imprensa é que no ponto três deste trabalho resolvi descortinar o “backstage” da imprensa cor-de-rosa, com o exemplo da revista *Vidas*. Dei a conhecer como é todo o procedimento para o desenvolvimento da revista com as dúvidas que os inquiridos puseram. Tentei ao máximo analisar, com a ajuda dos profissionais, o que é a vida da revista.

Para finalizar este trabalho fiz uma comparação pelos quatro redesign que a revista *Vidas* já passou. E terminei o meu trabalho com a comparação gráfica entre a revista *Vidas* e três revistas internacionais, para podermos perceber se existem muitas diferenças entre a imprensa cor-de-rosa nacional e a internacional a nível gráfico. Desta análise surgiram as seguintes conclusões:

Destas três publicações, sendo uma portuguesa e as outras três estrangeiras, podemos concluir de imediato que a revista *Vidas* é a publicação que menos imagem ocupa por página e mais texto tem.

As páginas das quatro revistas são muito semelhantes mas o número de página já difere de publicação para publicação, sendo que a portuguesa é a revista com menor número de páginas.

Existem vários elementos que distinguem a revista portuguesa das internacionais, e a grelha é um deles. A *Vidas* utiliza uma grelha com 6 colunas, onde é possível hierarquizar todos os elementos da página, fazendo adaptações à grelha de uma forma organizada, sendo que o mesmo não acontece nas outras duas publicações.

As revistas estrangeiras são também mais desorganizadas a nível de layout, o que torna a página bastante confusa. Existem poucos espaços

em branco entre todos os elementos, o que dificulta a leitura e a compreensão da hierarquização dos elementos, ou seja, o leitor fica sem perceber qual a ordem de importância das notícias.

Este tipo de publicações aposta muito na tipografia, contrastando cores fortes, tamanhos de letras e espessuras. Apesar da revista *Vidas* não utilizar um leque variado de cores, ficando apenas pelo preto, branco, rosas e alguns apontamentos de verdes, as revistas analisadas já abrangem um maior número de cores. Este aspeto tanto pode ser positivo, ajudando a diferenciar notícias, como pode ser considerado um aspecto negativo se for usado em exagero, o que acontece nas publicações internacionais.

A característica que aproximou a revista portuguesa com as internacionais é o facto de terem uma elevada percentagem de ocupação de imagem por página e pouco texto, que é uma característica deste tipo de revista.

O objetivo primário do estágio foi refletir sobre a prática de seis meses de estágio no Grupo Cofina Média, tendo em conta o meu percurso académico na área do design editorial, as suas principais características e funcionamento. Não tinha qualquer tipo de ideia da estrutura de um jornal e muito menos qual o procedimento para a sua criação. Foi, contudo, um processo de adaptação bastante rápido. Empenhei-me ao máximo, tentei dar resposta a todas as tarefas a que me propus e às que me propuseram. Estive sempre acompanhada pelos meus colegas que me ajudaram muito e que me ensinaram ainda mais. A vida de um jornal não é de todo fácil, uma vez que se trata de uma constante corrida contra o tempo, corrida essa que temos de ganhar ultrapassando as imensas dificuldades e percalços de última hora que vão surgindo. Estes obstáculos fizeram-me crescer profissionalmente, ganhar autonomia e confiança, tanto em mim como no meu trabalho.



# Referências Bibliográficas

Anastácio, M. (2012), *A Imprensa Cor-de-Rosa em Portugal – Uma Análise ao Discurso Jornalístico*. Instituto Politécnico de Portalegre.

Barros, M. L. P. (2015), *Estudo de Caso do Programa Flash!Vidas- informação ou Entretenimento?*. Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa.

Bazilio, C. (2016), Paparazzi revelam a rotina na busca das melhores fotos das celebridades mais badaladas. Obtido a 2 de Outubro em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2016/06/paparazzi-revelam-a-rotina-na-busca-das-melhores-fotos-das-celebridades-mais-badaladas-6041608.html>

Branco, A. M., *A ética e a informação: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa*. Obtido a 15 de Setembro em <http://www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf>

Chistofolletti, R. (2008), *Ética no Jornalismo*. Brasil: Editora Contexto

Duarte P. R. (2008, Junho 5). Pré-História [mensagem de blog]. Disponível em: <http://pre-historia.blogs.sapo.pt/2706.html>

Expresso. (2010, Agosto 28). Fernanda Dias: “Muitos pagariam para aparecer”. Disponível em: [http://expresso.sapo.pt/life\\_style/gente/fernanda-dias-muitos-pagariam-para-aparecer=f601723](http://expresso.sapo.pt/life_style/gente/fernanda-dias-muitos-pagariam-para-aparecer=f601723)

ExpressoMultimedia (2007, Novembro 23). O poder da imprensa cor-de-rosa [ficheiro em vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QG5qFoTprWU>

Fontcuberta, M (1990) El discurso de la prensa corazón, Revista Anàlisi (nº 13), pp-53-72. <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view-File/41093/89101>

Imprensa em Portugal até ao século XVII in Artigos de apoio Infopédia [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2017. [consult. 2017-10-11 10:58:51]. Disponível na Internet: [https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/\\$imprensa-em-portugal-ate-ao-seculo-xvii](https://www.infopedia.pt/apoio/artigos/$imprensa-em-portugal-ate-ao-seculo-xvii)

Lima, M. L. (2014), *O Campo Jornalístico em Portugal – Convergências e disparidades entre o jornalismo televisivo e a imprensa escrita na atualidade*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

LUSA. (2009, Março 18). “Correio da Manhã” cumpre 30 anos. Público. Disponível em: <https://www.publico.pt/2009/03/18/portugal/noticia/correio-da-manha-cumpre-30-anos-1369744>

Luz, L. P. (2007), *Revistas femininas generalistas no Brasil: – um estudo de caso da revista Claudia (2006 – 2007)*. Universidade Federal do Rio de Janeiro Centro de Filosofia e Ciências Humanas Escola de Comunicação.

Marshall, L. (2003, Outubro 7). A imprensa cor-de-rosa. Consultado em Setembro 20, 2017 em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd071020034.htm>

Menéndez, M. (2009), *Aproximación teórica al concepto de prensa femenina*. Universidad de Navarra Facultad de Comunicación.

Silveira, C. (2014), O paparazzo sob a ótica do fotojornalismo: uma análise histórica da atividade do fotógrafo de redação. Universidade Federal de Juiz de Fora Faculdade de Comunicação Social.

Sousa, P. S. (2008). Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo

Tengarrinha, J. (2013). *Nova História da Imprensa Portuguesa Das origens a 1865*. Lisboa: Temas e Debates.

TVI (2016, Junho 23). Portugal VIP (parte 1) [ficheiro em vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sNQHSGV2sNA>

TVI (2016, Junho 26). Portugal VIP (parte 2) [ficheiro em vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Jax80MeUrvo&tt=5s>

TVI (2016, Junho 26). Portugal VIP (parte 3) [ficheiro em vídeo]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=baDHbSdoD88>

Woff, M. (2003). *Teorias da Comunicação de Massa*. (8ª ed.). Lisboa: Editorial Presença

# anexo

Entrevistas

os



## anexo a



b.i.

Nome: Rute Lourenço

Profissão: Jornalista

Cargo: Editora da secção Vidas

### Como chegaste ao CM?

Já tinha passado por outros sítios, comecei na Sábado a estagiar, depois passei pelo jornal A Bola, entretanto, estava no 24Horas (jornal) quando me convidaram para vir aqui para o Correio da Manhã.

### Começaste com que cargo?

Comecei como jornalista da secção Vidas que tinha na altura uma Editora, pronto, e depois fui fazendo o percurso normal. Já estou cá há 10 anos e há dois anos e meio é que sou Editora.

### Como é ser Editora da Revista Vidas?

É muito trabalhoso, sempre coisas a acontecer todos os dias e tu tens que tentar sempre avaliar o que é mais importante para o leitor e às vezes não é fácil tu saberes o que é que verdadeiramente, acho que esse é que é o desafio diário, saber o que é verdadeiramente importante para o leitor, o que é que o leitor espera de nós e surpreendê-lo todos os dias, acho que isso é o mais difícil.

### Qual é a tua opinião sobre a imprensa cor-de-rosa?

Acho que tudo tem lugar na sociedade, há espaço para todo o tipo de notícias. Obviamente que as notícias das secções mais nobres que interessam e afetam o dia-a-dia dos portugueses merecem um destaque maior, agora estas acabam por ser notícias mais leves mas que também complementam o resto, ou seja, o que eu acho é que há espaço para tudo na informação. Não considero que seja imprensa cor-de-rosa, considero que seja na mesma informação só que é uma informação mais leve, mais direcionada para outras áreas como a televisão, notícias sobre entretenimento mas considero que na mesma que seja uma forma de informar as pessoas ainda que seja uma informação mais leve.

### **Qual é a tua opinião sobre os conteúdos dessas revistas?**

Acho que são conteúdos como outros quaisquer e direcionados para as pessoas que procuram este tipo de conteúdos. Quem gosta de ver uma novela, uma senhora que esteja a ver uma novela, gosta de saber o que é que está para lá da pessoa que interpreta aquela personagem e nós vamos contextualizar e dar a conhecer um bocadinho mais das pessoas que todos os dias entram na casa dos portugueses pela televisão ou imagina por outra área qualquer, vamos mostrar quem é essa pessoa, imagina o Ronaldo é um futebolista conhecido em todo o mundo e é normal que as pessoas queiram saber um bocadinho mais sobre ele porque uma pessoa não é só aquilo que é no trabalho, é um conjunto, e a vida pessoal faz parte desse conjunto, daí nós querer-mos mostrar o outro lado das figuras públicas às pessoas.

### **Quais são as fontes utilizadas?**

As fontes são, imagina, há pessoas que nós vamos conhecendo ao longo da nossa carreira de jornalista, tu vais conhecendo cada vez mais pessoas em diversas áreas e essas pessoas acabam por te contar coisas e obviamente à fontes e fontes. As fontes são fundamentais no jornalismo para desvendar notícias e casos mas a verdade é que a fonte tem que ser bem confrontada para nós sabermos se essa notícia é verdade. As fontes servem muitas vezes para dar notícias só que como não querem dar a cara por essa notícia. É uma forma de nós chegarmos à notícia e irmos desvendando coisas e furando.

### **Investigam a veracidade dos conteúdos que publicam?**

Claro porque se não tu podias chegar aqui e dizer-me uma coisa e se eu escrevesse não estaria a fazer a minha função, a minha função é, ou seja, recebo a informação seja através de uma fonte, de um e-mail, tudo é uma fonte e confirmo se a informação está correta, se está errada, confrontando a pessoa envolvida na informação e só se tivermos a certeza que está correta então é que avançamos com a notícia.

### **Quais os critérios da notícia para a revista?**

É assim, a importância da notícia, imagina, tu tens duas notícias uma é que o Cristiano Ronaldo vai ser pai de gémeos, e a outra é a Rita Pereira comprou um vestido novo, acho que o que o leitor vai querer saber mais é que o Cristiano Ronaldo vai ser pai de gémeos, tudo tem a ver com o peso de cada notícia, a importância de cada notícia e a curiosidade que suscita nas pessoas. O que interessa ao público é o que eu vou considerar o mais importante.

### **Existem diferenças entre os conteúdos publicados na revista *Vidas* com as do jornal?**

Sim, claro que sim, a revista *Vidas* apresenta aspetos relativos à vida dos famosos, como as suas opiniões, os seus pensamentos as suas festas até mesmo os seus amores. Acaba por ter uma abordagem mais pessoal da vida dos famosos, digamos assim, ao passo que os conteúdos do jornal é mais

relacionado a notícias mais abrangentes, como o que eles fizeram, algumas cusquices e novidades de última hora que merecem ser abordadas no jornal.

**E da *Vidas* online, existem diferenças também?**

Sem dúvida, até porque temos um grupo de pessoas que trabalham especificamente para o online e vão atualizando os conteúdos da *Vidas* online, na verdade o site acaba por ser uma extensão à grande família *Vidas*, e é também uma forma de combater a lacuna que o suporte físico possui, pois o site online tem uma grande vantagem de ter um caráter momentâneo e ser possível atualizar em qualquer momento.

**O mais importante é a notícia ou a pessoa que protagoniza a notícia? Ou seja, vamos imaginar que existem duas notícias uma de romance e outra de economia, a de romance é que a Cristina Ferreira está apaixonada pelo Pedro Teixeira e a de economia é que o Cristiano Ronaldo está a entrar em falência. Se só pudesse sair uma qual delas seria?**

Entraria obviamente a do Cristiano Ronaldo, porque se o Cristiano Ronaldo é o melhor jogador do mundo e se está a viver um a situação económica difícil, nós queremos saber então o que é que está a acontecer ao Cristiano Ronaldo. Ainda que, haveríamos sempre de arranjar espaço de dar as duas notícias. O que é que aconteceria aqui, a do Cristiano Ronaldo ia ter uma dimensão maior e a da Cristina Ferreira acabava por ser se calhar mais pequena derivado ao facto do Cristiano Ronaldo estar numa situação mais delicada. Tudo tem haver com a quantidade de notícias que nós temos por dia, porque nós só temos quatro páginas por dia, temos que escolher o que é mais importante mediante aquilo que temos.

**Como lidam com as consequências dos artigos publicados?**

Isso faz parte, agora as pessoas sabem que quando são figuras públicas há um outro lado da moeda, ou seja, não podes abrir só a tua casa para o casamento, muitas delas casam, dão uma grande festa e convidam a imprensa, mas a verdade é que depois quando se divorciam nós também vamos noticiar e eu acho que faz parte, e as figuras públicas devem estar preparadas para o outro lado. Da nossa parte nós temos a missão de informar o leitor, não é uma preocupação nossa como é que eles vão lidar. Se a notícia é verdadeira, vamos ter que a publicar sabemos que eles gostam mais de convidar para os casamentos do que para o divórcio mas faz parte.

**Já alguma vez te sentiste mal com algum trabalho que fizeste?**

Não, claro que gosto mais de dar notícias mais felizes, acho que toda a gente gosta de dar notícias boas. Qualquer das formas faz parte dar o outro lado das coisas e se a investigação é bem feita se a notícia é verdadeira então vamos ter que a dar e se tiver interesse público obviamente, portanto faz parte, não tenho que me sentir mal, é o meu trabalho



## anexo b



b.i.

Nome: Duarte Roriz

Profissão: Fotojornalista

Cargo: Reporter fotográfico  
e editor de fecho

### O que é um paparazzo?

Hoje em dia vulgarizou-se o termo “paparazzo”.

Supostamente um paparazzo é alguém que fotografa famosos sem que eles se apercebam que estão a ser fotografados. Para mim quando fotografas e a pessoa sabe que está a ser fotografada mesmo que não goste já não é paparazzo, porque estás a expor-te, a pessoa está a ver. Na minha opinião paparazzo é quando fotografas e a pessoa não sabe de todo que está a ser fotografada. Só que hoje em dia com o acesso tão fácil às máquinas e o facto do digital também facilitar muito a coisa, qualquer um de nós pode ser um paparazzo, basta ter um bom telemóvel. Se bem que ai para mim já não é paparazzo, porque as pessoas acham que fazer uma foto de um famoso na discoteca sem ele ver é um paparazzo, só porque têm um telemóvel e no meio da confusão ele não vê. Para mim um paparazzo é estar dez horas à porta de um prédio, fazer cinco quilómetros numa praia para encontrar uma pessoa que se anda à procura para se fotografar.

### O que fazem?

Fazemos de tudo, olha por exemplo o primeiro paparazzo que fiz, ainda não havia disto em Portugal, foi para a revista Lux em 2000 mais ou menos, quando António Guterres, era Primeiro Ministro na altura, se casou. Era a primeira vez que tínhamos um Primeiro-ministro em exercício que ia casar, o aparato mediático era enorme, eram as revistas todas, os jornais todos, as televisões... tudo a fazer a cobertura. E na altura a revista Lux teve um bocadinho mais à frente que os outros e perguntou-me se eu estava interessado em ir atrás dele na lua de mel e eu aceitei. Mas sempre pensei que fossem para o Algarve, mas a lua de mel era em Marrocos e mandaram-me sozinho, eu na altura tinha vinte e três anos e arranquei daqui com uma mala às costas com o material. Na altura era mesmo preciso saber fotografar porque não havia ainda digital, era em rolo e portanto tinha que se saber o que se estava a fazer porque podia chegar cá e não ter nada nos rolos. Enquanto, hoje em dia qualquer pessoa mesmo não sabendo nada de fotografia, tira a fotogra-

fia vê logo o resultado e se não tiver bom, dá para tirar de novo e com o rolo não se podia fazer isso, ou sabias ou não sabias. Eu fui atrás deles, e esse foi o meu primeiro paparazzo com montes de peripécias pelo meio. Hoje em dia já faço paparazzi todas as semanas. Mas um trabalho de paparazzo hoje pode não valer nada como daqui a uns dias valer uma pequena fortuna. Para as pessoas perceberem eu costumo contar uma história que aconteceu a um amigo meu, nós estávamos a fazer um trabalho os dois para uma agência internacional que era tentar apanhar a Jennifer Lopez. Ela vinha cá ao Pavilhão Atlântico dar um concerto e estava hospedada no hotel Ritz e como nós não íamos lá ficar o dia todo dentro do carro, combinamos que um ia das oito da manhã às duas da tarde e o outro ia das duas da tarde até às dez da noite. Ele foi de manhã e eu fui à tarde, quando eu cheguei à tarde perguntei-lhe se tinha conseguido alguma coisa mas ele disse que não, e disse-me que tinha passado a Margarida Amarante, e eu perguntei-lhe se a tinha fotografado mas ele disse que não porque não tinha interesse, mas eu respondi-lhe que quando aparece alguém conhecido fotografado sempre mesmo não sendo alguém muito importante. E a Margarida Amarante morreu nessa madrugada, portanto ele pode ter sido a última pessoa a vê-la com vida, não a fotografou porque achou que não tivesse interesse e que não ia valer nada, mal ele sabia que se tivesse fotografado essa fotografia ia valer muito. Hoje podemos tirar uma fotografia a alguém que achamos que não tenha interesse, mas passado umas horas, dias, semanas... pode valer dez vez mais que no dia em que foi tirada. Isto depende do que é que acontece no dia-a-dia.

#### **O que é que te levou a seguir este ramo?**

Basicamente sempre gostei de fotografia, numa me foi impingido, nunca me disseram que devia ser fotógrafo, simplesmente eu sempre gostei. Já o meu bisavô era fotógrafo, um dos primeiros fotógrafos de Portugal, e eu um dia estava a pensar o que é que eu faço, o que é que eu não faço e estava prestes a ir para a faculdade. Ainda cheguei a fazer uns testes psicotécnicos para ir o Instituto de Artes e Ofício da fundação Ricardo Espírito Santo mas foi aí que percebi que o que queria era fotografia.

#### **Para quem trabalham?**

Eu trabalho apenas aqui para o jornal, mas tenho um acordo de cavalheiros com o diretor do jornal desde que entrei para cá, os paparazzi que eu faça tenho que dar o exclusivo primeiro aqui ao jornal e depois de sair no jornal é que eu posso vendê-los para outros sítios especialmente quando são coisas importantes e internacionais.

#### **Como sabem dos trabalhos?**

Ora bem, temos três vertentes, uma que é a que eu mais gosto é basicamente ter sorte. Estar num lugar certo à hora certa e troças numa situação, só que em cada dez uma é assim. Depois há outra que eu também gosto, eu gosto das três mas isto por ordem é assim, que é quando um amigo teu te diz “Estou em x lugar e está aqui uma figura pública”, como já me aconteceu. Ligaram-me à uma da manhã a dizer que o Prince estava no Urban e eu meio a dormir, pensei que tivesse ouvido mal, e perguntei “Qual Prince?”

e disseram-me, o cantor americano. Nem queria acreditar que ele estava cá, quanto mais no Urban numa segunda-feira à noite. Por fim, a mais normal é aquela que quando aqui no jornal se marcam as coisas, ou porque sabemos que a pessoa vai estar em tal sítio, ou porque sabemos onde mora pessoa x ou y, ou onde vão almoçar e marcam-se as coisas.

#### **Quanto tempo demora um trabalho?**

Pode demorar, que é raro, uns minutos e pode demorar dez horas, ou mais. Depende, é preciso ter sorte. Mas o que eu menos gosto é de não saber se as pessoas estão mesmo lá. Estar num sítio à espera de alguém que não sabes se está lá, parece que estás a perder tempo da tua vida, estás ali, duas, três, quatro, cinco, seis horas, dentro de um carro à espera de uma coisa que não sabes se vai acontecer porque a pessoa pode nem se quer lá está, é o pior. Mas tudo depende do outro lado, nós estamos lá, mas a pessoa é que dita o tempo do trabalho.

#### **As fotos supostamente não são autorizadas como se lida com as consequências? E quem lida com elas?**

Muito simples, nós temos uma firma de advogados que trata de tudo, na altura dos inquéritos quando vamos prestar declarações, nas investigações, temos sempre os advogados que nos orientam e em tribunal a mesma coisa. Temos imensa segurança porque sabemos que temos esse apoio por trás.

#### **Há manipulações das fotos, com o Photoshop?**

Não, isso é um mito. A única coisa que se altera, não é em paparazzi. Mas eu estou a falar por mim e da casa onde trabalho. Noutros sítios cá em Portugal tenho a certeza disso, lá fora já não sei.

Em Portugal, as únicas fotos que são alteradas são as fotos das capas das revistas porque dizem que as pessoas têm que estar todas bonitas. Mas os paparazzi não têm alterações.

#### **Há trabalhos combinados?**

Tantos... Aí como a pessoa sabe que está a ser fotografada já está preparada, leva o melhor fato de banho, ou a melhor roupa, vai maquilhada, encolhe a barriga, e esses trabalhos combinados já podemos dizer que há manipulações mas por parte de quem está a ser fotografado porque está no seu melhor.

#### **Já alguma vez te sentiste mal com algum trabalhos que tenhas feito?**

Nós sabíamos de um aniversário de um jogador do Sporting e sabíamos que iam estar presentes vários amigos futebolistas, então fomos para a porta do restaurante. Por volta da meia noite e tal sai a Luciana Abreu com o Yannick Djaló que na altura já era jogador do Benfica e eu fotografei. No dia a seguir ele chegou atrasado ao treino, saíram as fotos no jornal e ele ficou dispensado para o jogo que ia haver. Fiquei arrependido, porque por minha causa o Djaló não jogou no jogo seguinte.



## anexo c



b.i.  
Nome: Maria Alice Monteiro  
(Lili Caneças)  
Profissão: socialite portuguesa

### O que é o jet set?

Jet-set foi uma palavra que apareceu nos anos 50. Definia um certo núcleo de pessoas de alta posição social e com muito dinheiro que se deslocavam nos seus aviões particulares para irem almoçar a Nova Iorque, jantar em Londres e esquiar em São Moritz. Eram chamados jet-set.

### O que é preciso para fazer parte do jet-set hoje em dia?

Hoje em dia o termo “jet set” generalizou-se. Agora qualquer pessoa aparece nas revistas, basta participar num daqueles reality show’s. Há 30 anos era uma escolha muito selectiva, era preciso ou ser-se muito bem-nascido, isto é, pertencer à aristocracia, ser muito rico, pertencer à classe que nós hoje chamamos dos novos ricos, ou ser lindo, lindo, lindo de morrer porque é sempre uma mais valia ser-se muito bonito. Para os fotógrafos é mais agradável fotografar uma pessoa bonita, numa festa gente bonita atrai gente bonita. Estes são os três requisitos: a aristocracia, riqueza e beleza.

### Quando é que a Lili entrou neste mundo?

Eu entrei neste mundo através de pessoas como o Abel Dias e o Carlos Castro que trabalhavam na única revista que havia de sociedade na época, a Nova Gente. E eles pediam-me para me fotografar mas eu não gostava nada e tinha imensa vergonha porque era uma revista que eu não me identificava, apesar de já ter feito não sei quantas capas e até achar que é uma revista que através dos tempos se tem mantido fiel a si própria porque não é só uma revista de sociedade mas também é uma revista que às vezes apresenta reportagens muito bem feitas sobre a rainha Isabel por exemplo, ou sobre a princesa Diana. Portanto, não é só ver vestidos, roupas e joias, tem conteúdo mas na altura eu achava um horror e tinha imensa vergonha. Na NovaGente, na altura, só apareciam apresentadores de televisão, atores, cantores e não apareciam as pessoas que eles queriam chamar socialites que se recusavam a aparecer em revistas tipo NovaGente. Por outro lado, não se importavam de aparecer numa revista chamada Eles e Elas da Maria

da Luz de Bragança que era uma revista de sociedade, que já havia também na época, que tem também quase 40 anos. Ou uma outra que quase ninguém fala que é o Olá Semanário que era uma revista que as pessoas de alta sociedade não se importavam de aparecer porque não havia misturas sociais, sem ofender ninguém, mas não aparecia uma pessoa de estrato social baixo ou um cantor “pimba” com uma pessoa de alta sociedade.

#### **Como era o jet-set há 30 anos?**

Como no mundo inteiro. Havia mais glamour, as pessoas vestiam-se melhor, era impensável alguém aparecer sem ser super bem vestida, super bem maquilhada, super bem penteada, não se repetiam muito as mesmas roupas. Havia um maior cuidado com a imagem e talvez eram pessoas mais cidadãos do mundo, pessoas que viajavam, que conheciam, que estavam interessadas em música clássica, em ópera. Pessoas talvez mais preparadas intelectualmente e culturalmente do que as pessoas que hoje em dia aparecem como socialites.

#### **O que acha desta nova era?**

Esta nova era, eu francamente já não vou às festas como ia antes, agora só vou às que realmente me interessam, por isso não sei bem definir como é esta nova era. Mas acho que aprendemos sempre qualquer coisa com as pessoas.

#### **O que é que acha da imprensa cor-de-rosa?**

A imprensa cor-de-rosa gosta de sensacionalismos, escândalos, talvez a meu ver a imprensa cor-de-rosa esteja mais cinzenta do que era há 30 anos. Há trinta anos faziam-se muito mais capas com coisas boas, como good news do que bad news, do género “casou, está feliz, teve um filho”. Hoje em dia fazem-se mais capas com desgraças, com tragédias “suicidou-se, matou-se, divorciou-se, apareceu morto” do que com coisas boas. Já se percebeu que as coisas boas não vedem, vende é a desgraça mas isso tanto na imprensa cor-de-rosa como noutro tipo qualquer de imprensa. Acho que não é um fenómeno que acontece necessariamente na imprensa cor-de-rosa.

Acho que a imprensa cor-de-rosa está muito menos cor-de-rosa, está muito mais cinzenta. Antigamente uma pessoa via as capas das revistas da imprensa cor-de-rosa e eram sempre pessoas bonitas, felizes, bem com a vida, com sorriso e agora nem são bonitas, nem estão bem vestidas, nem têm sorrisos.

#### **Gosta de fazer parte desta imprensa?**

Não me importo, já que toda a gente diz que eu sou a rainha do jet-set. As pessoas convidam-me para fazer parte delas e eu acho que isso é uma prova de carinho, uma prova de que gostam de mim.

#### **Interessam-lhe os seus conteúdos? Costuma ler?**

Não há nada para ler francamente, eu adoro leitura, sou viciada em

leitura mas prefiro ler o Valter Hugo Mãe, ou ler qualquer outra coisa que me interesse mais do que estar a ler imprensa cor-de-rosa. Às vezes vejo por graça, como é que está vestida, se está bem penteada, bem maquilhada, se está magra, se está gorda.

**Infelizmente nos tempos que correm o que interessa a muitas revistas é vender, independentemente se os limites são ultrapassados ou não. Isso assusta-a como protagonista deste tipo de imprensa?**

No meu caso não porque não tenho telhados de vidro, a minha vida já foi toda vasculhada de uma ponta a outra, toda a gente sabe a minha história de vida. Como não tenho qualquer vício, não fumo, não me drogo, não bebo, não mudo de namorados todos os dias, portanto, no meu caso não tenho medo. Se eu consigo ter uma vida privada, qualquer pessoa consegue. Hoje em dia só não tem uma vida privada quem não quer porque a imprensa em Portugal é tão pobre, que não tem condições para meter um paparazzi atrás de uma celebridade, a maioria dos momentos mais privados que são vistos nas revistas é proporcionado pelas próprias celebridades que ligam às revistas a informar que vão estar em tal sítio às tantas horas.

Acho que a imprensa cor-de-rosa se limita a aproveitar essas notícias que lhes são dadas para vender, até acho que não há tabloides, acho que a imprensa cor-de-rosa em Portugal é muito mais soft do que a imprensa em Espanha ou do que em Inglaterra que é muito mais agressiva e que ataca as pessoas e que as persegue, porque aí já há dinheiro para meter jornalistas atrás das pessoas.

A imprensa cor-de-rosa portuguesa não é exagerada em relação a estar em cima das pessoas ou tirarem a privacidade.

**Em algumas situações o que é noticiado nem sempre corresponde à realidade, alguma vez lhe aconteceu uma situação assim?**

Noticiaram uma vez que eu ia casar com o Nuno Gama, outra vez que ia casar com o Paulo Pimenta, enfim, as pessoas viram-me a sair várias vezes seguidas com estes dois senhores e houve um fotógrafo meio desatinado que fez uma capa a dizer que tinha um romance com o Nuno Gama e depois com o Paulo. Foi o máximo que a imprensa cor-de-rosa fez desses dois romances que nunca foram romances mas foram sempre pessoas que eu hoje em dia ainda sou muito amiga.

**Como é que lidou com essas mentiras?**

Fartei-me de rir porque quem me conhece sabia bem que era mentira. Tive um problema no caso com o Nuno Gama porque o meu pai ainda era vivo e diziam que eu ia casar com ele e o meu pai era oficial da marinha de guerra, uma pessoa austera, bem formada, perguntou-me se era por uma revista que ele ia saber que a filha ia casar. Foi a Nova-Gente que publicou essa notícia, tive que explicar ao meu pai que era só amizade e que não passava de uma mentira.

**Sendo a rainha do jet-set e tendo acompanhado e protagonizado o nascimento deste tipo de imprensa em Portugal, qual é a sua opinião,**

**olhando para trás, como era e como ela se transformou?**

Acho que não se modificou muito, porque continua a focar num determinado número de pessoas, hoje mais nos miúdos que fazem as novelas, focam-se mais neles porque é o que as pessoas querem. Esta imprensa precisa de vender, precisa de ganhar dinheiro, portanto, precisam de acompanhar o que os seus leitores querem ler, e hoje em dia já não se fatura com socialites nem com pessoas de estratos sociais altos.

O foco de protagonistas mudou de socialites para atores e participantes de reality shows porque a imprensa percebeu que isso é que dava dinheiro, isso é que faturava.

**Há comparação entre a imprensa cor-de-rosa portuguesa com a imprensa com a estrangeira?**

Acho que a nossa é mais soft mais delicada e que tem consideração pelas celebridades, do que a imprensa fora de Portugal que não tem consideração por ninguém. No estrangeiro veem maldade em tudo e aí sim, há imensas invenções e perseguições.

Em relação a mim não tenho nada a apontar de mal da imprensa portuguesa.



Instituto Politécnico de Tomar

[www.ipt.pt](http://www.ipt.pt)