

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**BIANCA ROSA FERREIRA**

**QUANDO A FORMA É O CONTEÚDO**

**Análise do programa TV Fama**

**VOLTA REDONDA**

**2024**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**QUANDO A FORMA É O CONTEÚDO**  
**Análise do programa TV Fama**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno: Bianca Rosa

Prof. Dr.: Heitor da Luz Silva

**VOLTA REDONDA**

**2024**

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: QUANDO A FORMA É O CONTÚDO - ANÁLISE DO PROGRAMA TV FAMA.

elaborado por: Bianca Rosa Ferreira

apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo.

Aprovado em 28 de NOV. de 2024.

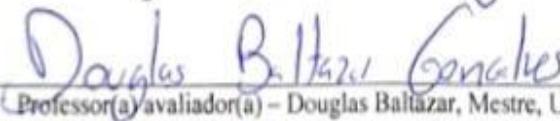
Banca Avaliadora:



Professor(a) orientador(a) – Heitor da Luz Silva, Doutor, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) – Angélica Aparecida Silva Azeiteira, Mestre, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) – Douglas Baltazar, Mestre, UniFOA

## DEDICATÓRIA

Esse trabalho é dedicado ao meu pai, José Ricardo, que em nenhum momento deixou de me apoiar e acreditar no meu potencial, que através de sua trajetória e tudo que passou buscou me dar o melhor e me proporcionar realizar esse sonho. Pai, eu te amo e obrigado por tanto, tá vendo? Eu não desisti.

## AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo aos meus pais, Angélica e Ricardo, que me fizeram ser quem sou e que sempre acreditaram em todos os sonhos que tive; agradeço a Márcia, minha madrastra, que muitas vezes me disse que eu daria uma ótima jornalista e eu não me imaginava, até me apaixonar pela profissão e ver o quanto eu nasci para ela. Também agradecer a meus familiares que sempre me incentivam e que desde que comecei o curso dizem “A jornalista aí”. Agradecer ainda aos meus amigos, que nesses quatro anos que me ouviram em meus momentos de dúvidas e de incertezas, de muito choro e das centenas de vezes em que disse que não podia, pois tinha que estudar, que tinha aula ou trabalho da faculdade para entregar, aos meus colegas de turma, que se tornaram amigos e que nesses quatro anos compartilhados tornaram tudo único e especial, e que não teria turma melhor para compartilhar essa jornada. Agradecer aos meus professores, que partilharam momentos de aprendizados e que marcaram esse caminho ao me ajudarem demonstrando o amor pela profissão a qual me escolheu e que estou para me formar. E agradecer principalmente ao meu orientador Heitor da Luz, que teve muita paciência e aceitou me orientar desde o quarto semestre, no fim dessa jornada, e eu sei que não fui uma orientanda fácil, mas ele com sua maestria continuou junto e acreditando em mim e no meu potencial ainda mais quando dizia “você pensa e esse é seu diferencial”, mesmo que muitos pensamentos confusos ele entendeu e foi mais que um professor, foi um pai, obrigada, sou muita grata. E claro agradecer a Deus e aos meus orixás que me guiam e me mantêm a fé e que se eu tenho os sonhos sou capaz de realizá-los. E por último, agradecer a mim mesma que sei da minha história o quanto que passei, por momentos que me fizeram querer desistir, mas com

a fé e apoio continuei seguindo e chegando até esse momento, que por muito parecia um sonho e distante da minha realidade.

## **RESUMO**

O trabalho trata do jornalismo de celebridade, segmento mercadológico de grande relevância em um contexto social em que a produção de celebridades pela mídia se tornou notável. Assim, aborda um fenômeno que não é recente, mas possui especificidades contemporâneas, com a profusão de webcelebridades e de programas de reality shows especializados em promover antigos e novos famosos na televisão. A análise tem como objetivo geral discutir o lugar da mulher, bem como de sua objetificação e como seu corpo tem sido forma predominante para criação de conteúdo das pautas, a partir de um estudo de caso do programa televisivo TV Fama. Para a realização dessa pesquisa, buscou-se observar suas pautas ao longo de uma semana. O trabalho confirmou a hipótese de que o corpo, especificamente o corpo das mulheres celebridades, foram elementos estruturais do programa, dada a quantidade de matérias com foco em mulheres em relação ao seu total e o tempo de exibição de tela das mulheres nessas matérias, em que prevalecem os seus corpos mais desnudos em relação aos homens em imagens de cobertura, mesmo quando o assunto não tem a ver com o físico dessas mulheres.

**Palavra-Chave:** Jornalismo de celebridade. Corpos. TV Fama.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2 CELEBRIDADES, JORNALISMO E INFOTENIMENTO .....</b>	<b>11</b>
2.1 Celebridade .....	11
2.2 Jornalismo de Celebridade e Infotenimento .....	17
<b>3 REDE TV E TV FAMA .....</b>	<b>21</b>
3.1 Rede TV .....	21
3.2 TV Fama .....	23
<b>4 ANÁLISE DOS PROGRAMAS DO TV FAMA .....</b>	<b>26</b>
4.1 Critérios de análise .....	26
4.2 Programa TV Fama do dia 29 de julho de 2024 .....	26
4.3 Programa TV Fama do dia 30 de julho de 2024 .....	35
4.4 Programa TV Fama do dia 01 de agosto de 2024 .....	46
4.5 Programa TV Fama do dia 02 de agosto de 2024 .....	50
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>54</b>
<b>6 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>56</b>

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 e 2</b> - Página de Instagram de Virginia e Bianca .....	<b>15</b>
<b>Figura 3 e 4</b> - Kleber Toledo e Camila Queiroz .....	<b>28</b>
<b>Figura 5</b> - Cantora Thays Reis .....	<b>29</b>
<b>Figura 6 e 7</b> - Ator João Guilherme .....	<b>30</b>
<b>Figura 8</b> - Patrícia Poeta anda de bicicleta .....	<b>31</b>
<b>Figura 9</b> - Atriz Vanessa Giácomo .....	<b>32</b>
<b>Figura 10</b> - Nana Caymmi .....	<b>33</b>
<b>Figura 11</b> - Atriz Isis Valverde .....	<b>34</b>
<b>Figura 12</b> - Grazi Massafera na academia .....	<b>35</b>
<b>Figura 13</b> - Leonardo bêbado .....	<b>36</b>
<b>Figura 14</b> - Marcello Novaes .....	<b>37</b>
<b>Figura 15 e 16</b> - Cariúcha defende filha de Silvio Santos .....	<b>38</b>
<b>Figura 17</b> - Angélica agora está ruiva .....	<b>39</b>
<b>Figura 18</b> - Ana Paula Arósio em publicidade .....	<b>40</b>
<b>Figura 19</b> - Sandy dá uma nova chance ao amor .....	<b>40</b>
<b>Figura 20</b> - Jojo Todynho vai viajar para estudar inglês .....	<b>41</b>
<b>Figura 21</b> - Yasmin Brunet e Gabriel Medina .....	<b>42</b>
<b>Figura 22</b> - Vanessa Lopes .....	<b>43</b>
<b>Figura 23</b> - Bruna Griphao .....	<b>43</b>
<b>Figura 24</b> - Jade Picon e Gabriel Medina .....	<b>44</b>
<b>Figura 25</b> - Livia Andrade de biquíni após limpar casa .....	<b>45</b>
<b>Figura 26</b> - Gisele Bündchen nos Lençóis Maranhenses .....	<b>45</b>
<b>Figura 27</b> - Pocah comemora música em 5º lugar .....	<b>46</b>
<b>Figura 28</b> - Suzana Vieira e os novos influenciadores .....	<b>47</b>
<b>Figura 29</b> - MC Mirela faz lipo na barriga .....	<b>48</b>
<b>Figura 30 e 31</b> - Gabriela Medeiros, a Buba .....	<b>49</b>
<b>Figura 32</b> - Lexa bebia para aliviar os problemas .....	<b>50</b>
<b>Figura 33</b> - Rodrigo Simas em Hamlet .....	<b>51</b>
<b>Figura 34</b> - Isis Valverde em aeroporto .....	<b>52</b>
<b>Figura 35</b> - Hortência, ex-jogadora de basquete, posa nua para revista .....	<b>53</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo de celebridades destaca-se como um segmento significativo em um cenário social onde a mídia desempenha um papel central na criação e promoção de personalidades públicas. Embora não seja um fenômeno recente, sua configuração contemporânea apresenta particularidades, marcadas pela ascensão de webcelebridades e pela popularidade de reality shows, que atuam como plataformas estratégicas para lançar ou revitalizar carreiras no mundo do entretenimento.

Nesse sentido, destaca-se o TV Fama, programa diário da Rede TV dedicado há mais de duas décadas à cobertura sobre o mundo das celebridades, sendo o único a ser exibido na TV aberta em horário nobre, elementos que contribuem para justificar a sua escolha como estudo de caso diante da delimitação temática proposta. O trabalho postulou como hipótese que a objetificação do corpo feminino em suas matérias trata-se de um elemento central e estruturante de suas pautas. Acreditou-se que ele se destacaria muito mais do que o corpo masculino.

Tendo como objetivo geral, portanto, discutir o lugar da mulher, bem como de sua objetificação dentro da cobertura do jornalismo de celebridade no Brasil, a pesquisa buscou se delimitar no estudo de caso do programa televisivo TV Fama. Para a sua realização, buscou-se observar suas pautas ao longo de uma semana, levando em conta os seguintes aspectos: quantidade de matérias com foco em mulheres em relação ao seu total; tempo de tela das mulheres nas matérias exibidas; o modo como o corpo dessas mulheres aparece em imagens de cobertura dessas matérias (mais ou menos desnudas em relação aos homens); a relação do discurso verbal com o audiovisual para a abordagem dessas matérias.

A monografia está estruturada em três capítulos. No primeiro, se dedica a discutir a celebridade e sua cobertura pelo jornalismo. No segundo, trata de realizar um breve histórico sobre o TV Fama e também sobre a emissora que o transmite: a Rede TV. No terceiro, apresenta-se a análise das edições dos programas escolhidos.

## 2 CELEBRIDADES, JORNALISMO E INFOTENIMENTO

Neste capítulo, será abordado o Jornalismo de Celebridade e sua relação com Infotemenimento, partindo de uma contextualização dos conceitos em torno do termo celebridade.

### 2.1. Celebridade

A palavra celebridade, em sua origem, significa algo próximo de celebração, comemoração, dizendo respeito, assim, a pessoas que faziam algo surpreendente e, por esses seus feitos, viessem a ser reconhecidas e passíveis, portanto, de serem celebradas. “A diferença [em relação a pessoas “não célebres”] está no fazer algo excepcional; celebridades até meados do século XX eram pessoas que, por conta de condições específicas, habilidades excepcionais ou grandes realizações se tornavam objeto de celebração” (MARTINO, 2014, p.173).

Com tais feitos marcantes, pessoas passavam a ser consideradas celebridades, e heróis também. Não era, por um bom tempo, algo simples de se atingir, fazendo que o título fosse bastante seletivo e para poucos. De Alexandre, o Grande, tido como pioneiro no segmento da fama no mundo Antigo, passando pelo Renascimento, período em que artistas passaram a se proliferar como portadores do título de celebridade, até chegar no século XX, em que os meios de comunicação de massa passaram a ser fundamentais (JESUS, 2022), foram muitas as transformações sociais que impactaram a produção de celebridades.

Essa transição para o século XX, com o impacto da cultura de massas, foi bastante discutida por Edgar Morin. Para o autor, houve uma maior aproximação entre o público e as celebridades a partir desse período em que o rádio, o cinema e, posteriormente, a televisão, entraram de vez em cena para modificar a história do que ele chama de olimpianos, fazendo referência aos antigos Deuses do Olimpo. As celebridades do mundo moderno e midiático, denominados novos olimpianos pelo teórico francês, acabaram por terem sido humanizadas em sua nova forma de produção.

O novo curso as humanizou. Multiplicou as relações humanas com o público. Elevou ao estrelato as cortes reais os playboys, e até certos homens políticos. Desde que as estrelas inacessíveis e sublimes do cinema desceram à Terra,

desde que as cortes reais se transformaram em Trianos da cultura de massa, - isto é, desde o progresso propriamente dito da cultura de massa enquanto tal -, a vida dos olímpianos participa da vida quotidiana dos mortais (MORIN, 2002 p. 107).

Segundo Rojek (2008), haveria 3 tipos de celebridades com 3 fontes distintas para a conquista da fama: conferida; adquirida e atribuída.

A primeira diz respeito à uma pessoa que fica famosa por seus feitos, ou seja, seu trabalho, uma pessoa pública. Um exemplo é Fernanda Montenegro, uma atriz que ficou reconhecida por sua atuação em várias produções e tendo uma indicação ao Oscar com o filme Central do Brasil. Outro exemplo é Marília Mendonça, uma cantora sertaneja conhecida por suas músicas de "sofrência", que conquistaram grande popularidade ao retratar sentimentos universais de forma profunda e autêntica. Os exemplos são diversos, sendo uma relação muito forte com atuação artística midiaticamente reconhecidas. (SANTOS, 2018, p.4).

Já a celebridade conferida, o segundo tipo introduzido pelo autor, tem a ver com a pessoa que já "nasce" famosa, como uma herança, por exemplo, de pais célebres e midiáticos. Príncipes e princesas, herdeiros de famílias de países monarquistas, costumam ser exemplos típicos, mas outro exemplo possível no Brasil seria a Sasha Meneguel, filha da apresentadora Xuxa, que é conhecida justamente como a rainha dos baixinhos, bem como Sandy e Junior, filhos de Xororó, famoso cantor sertanejo que tem o sucesso "Evidências" conhecido em seu repertório.

Enquanto isso, a celebridade atribuída se trata de uma pessoa que está tão constantemente na mídia que acabou ficando conhecida. Não pelo que faz profissionalmente (como um artista) e nem pelo que seus pais são, fazem ou representam. Um exemplo desse terceiro tipo é a Narcisa Tamborindeguy, uma socialite que frequenta festas, mas que com sua personalidade fez amizades e sempre está em lugares com outras celebridades.

De acordo ainda com Rojek (2008), há ainda um outro termo que se liga diretamente à celebridade atribuída, que é "celetoide". Apesar de compartilharem características parecidas, elas se diferenciam na medida em que os celetoides ficam menos tempo em evidência na mídia. Exemplos típicos são pessoas que participaram de reality show ou ganhadores de loterias. Alguns podem até permanecer um tempo maior em exposição, como o Kleber Bambam (G1, 2024), que ganhou a primeira

edição do BBB, e participou de programas de televisão como A Turma do Didi, exibido pela Globo tentando mudar, portanto, de “categoria” no mundo das celebridades, mas se trata de uma transição incomum.

Muito próximo à concepção de celetoide, tem-se a noção de subcelebridade segundo o site R7 (2019), que é relacionada a pessoas que ficaram conhecidas, e que alcançaram fama por meio de assuntos apelativos e exposição pessoal, e que não são conhecidas por sua profissão necessariamente. Trata-se de um termo bem conhecido para denominar pessoas que ganharam fama pela internet ou por sua associação de imagem a uma pessoa famosa, sendo lembrada por isso e, dependendo, ganhando seguidores nas plataformas de redes sociais e mesmo dinheiro. Alex Primo (2007), usando a discussão de Rowlands sobre a vfama, ajuda a atualizar o debate sobre o tema para o momento contemporâneo, com uma importante mudança de chave em relação a essa questão. Segundo o autor, se “antes, a fama emergia em função da qualidade do trabalho intenso e de uma questão de raridade (ninguém ou poucos têm tal talento)”, a vfama “pode ser resultado de sorte ou mesmo de bom timing”. Como coloca Rowlands, “hoje pouco importa por que alguém é famoso, mas simplesmente que ele é famoso” (PRIMO, 2009, p.165), demarcando uma diferença relevante na cultura da produção, circulação e consumo de celebridades atual.

A pessoa que se torna uma subcelebridade acaba tendo por vezes um novo trabalho apenas pelo fato de ser famosa. Torna-se, portanto, uma profissão que permite mudar a vida, ao ser contratada, por exemplo, para trabalhos publicitários com marcas conhecidas. Muitas escrevem livros, possuem suas próprias marcas de roupas, criam linhas de maquiagem e acabam por influenciar quem consome seus conteúdos.

A análise de Luana Inocencio (2013) sobre Shirky (2008) oferece uma perspectiva relevante para compreender o impacto da digitalização na produção de conteúdos, especialmente no contexto do jornalismo de celebridades e da vfama discutida por Alex Primo (2007). A multiplicidade de publicações emergentes nas plataformas digitais, possibilitada pela democratização dos polos de emissão, reflete diretamente na ascensão de webcelebridades e na proliferação de conteúdos relacionados à fama. Apesar da dificuldade em filtrar a qualidade em meio a esse

volume, como apontado por Inocencio, a facilidade de publicação também promove experimentação criativa, permitindo que amadores produzam materiais que podem ser amplamente valorizados. Isso reforça a ideia de que a fama e o reconhecimento digital não dependem apenas de critérios tradicionais, mas também da capacidade de inovação e conexão com o público nesses novos espaços de produção e visibilidade.

A numerosa quantidade de publicações emergentes com a liberação dos pólos de emissão, reduz a qualidade média de publicações no meio, sendo sua multiplicidade proporcional a impossibilidade de se filtrar a qualidade. Mas essa facilidade de publicação permite o aumento de experimentações por parte dos amadores, que criam o que acabaremos apreciando (2013, p.2).

O que é notável no contexto atual de um mundo conectado e repleto de subcelebridades, é que as novas ferramentas disponíveis na internet aumentam mais ainda a quantidade e até mesmo as variadas nomeações a aqueles que fazem parte ser reconhecidos e obterem fama, assim uma nova carreira.

Exemplos de subcelebridades que alcançaram uma carreira e sua própria marca, são Virginia e Bianca Andrade, ambas têm sua linha de maquiagem, e acumulam em seu Instagram juntas 71 milhões de seguidores, um número impressionante e que cresce a cada dia mais, atraindo mais usuários com o desenvolvimento de seus próprios produtos. Bianca Andrade possui uma linha de maquiagem com o nome Boca Rosa, tendo começado no You Tube, e Virginia tem a Linha de Maquiagem We Pink, que criou junto da sócia Samara Pink.

Figuras 1 e 2 – Páginas de instagram de Virginia e Bianca Andrade



Fonte: Instagram

Com base nesses exemplos, é possível aprofundar a discussão sobre a chamada “Era Influencer”. Segundo Alexandra (2019), que aborda o impacto do número de seguidores para caracterizar e diferenciar essa nova era, os influenciadores podem ser divididos em três categorias principais: microinfluenciadores, com seguidores entre mil e 100 mil; macroinfluenciadores, que ocupam uma posição intermediária; e megainfluenciadores, com mais de 1 milhão de seguidores, frequentemente comparados a celebridades tradicionais. Essa classificação reflete não apenas o alcance, mas também o tipo de engajamento e influência que cada grupo exerce, proporcionando uma visão estruturada desse fenômeno contemporâneo.

Na literatura, Haenlein e Libai (2017) propõem a divisão em megainfluencers, ou seja, indivíduos vistos como especialistas no seu campo e generalizadamente conhecidos, por exemplo bloggers populares, e microinfluencers, indivíduos ordinários que detêm relativa influência sobre um círculo mais estrito. Relatórios da indústria propõem ainda uma categoria intermédia – os macroinfluencers.

Alexandra (2019) ainda traz que cada grupo possui suas características próprias. Os microinfluencers, por exemplo, têm voz forte numa comunidade ou nicho, com autoridade a nível local; audiência homogênea, com a qual têm uma relação próxima e elevada credibilidade junto da sua audiência. Já os macroinfluencers, uma quantidade substancial de seguidores leais e audiência mais diversa que microinfluencers. Já os megainfluencers seriam os indivíduos mais famosos da internet; globalmente reconhecidos; e estatuto semelhante a celebridades tradicionais.

Utilizando o termo SMI (Social Media Influencer), Alexandra (2019) também destaca que para obter resultados, os SMI criam um laço forte com seus seguidores, uma relação afetiva que ajuda a manter a audiência. Em outras palavras, os SMI empenham-se ativamente em proporcionar aos seguidores a percepção de acesso à sua vida pessoal em prol de uma pretensa intimidade, possível pela mecânica das redes sociais e suas interações.

As ditas webcelebridades, portanto, expõem sua vida pessoal para ganhar notoriedade a partir de pessoas que se identificam com elas além do carisma que esbanjam, diferenciando-se das celebridades tradicionais produzidas antes e para além do contexto digital.

Celebridades, apesar de terem maior alcance global, constantemente separam sua vida pessoal de seu trabalho. A “fama” faz parte do seu trabalho, não da sua vida pessoal. De acordo com Rojek, a celebridade tem uma relação com a ausência de reciprocidade pessoal direta com os fãs, que faz parte dessa diferenciação do seu eu privado e eu público. Em contrapartida, as webcelebridades conquistam fama com sua intensa exposição online (SANTOS, 2008, p.5).

Essa exposição, relacionada a uma intimidade específica do ambiente digital fomentado pelas plataformas de redes sociais, é sintetizada a seguir por Paula Sibilia (2008):

Ao longo da última década, a rede mundial de computadores tem dado à luz a um amplo leque de práticas que poderíamos denominar “confessionais”. Milhões de usuários, de todo o planeta-gente “comum” precisamente como eu ou você, tem se apropriado das diversas ferramentas disponíveis online que não cessam de surgir e se expandir e as utilizam para expor publicamente a sua intimidade (SIBILIA, 2008, p.27).

Como se pode perceber, o século XXI, com a internet e as plataformas de redes sociais, trouxe ainda mais impacto sobre a cultura das celebridades, o que afetou

também a cobertura pelo jornalismo. No próximo tópico, o tema será abordado tratando das transformações ao longo da trajetória do jornalismo de celebridades.

## **2.2 – Jornalismo de Celebridade e o Infotimento**

Sob o olhar de Edgar Morin a partir da concepção de olimpiano anteriormente citada, o jornalismo sempre foi fundamental para a produção de celebridades: “A imprensa de massa ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas, a fim de extrair delas a substância humana que permite identificação” (MORIN, 2002, p.106/107).

O autor dedicou um capítulo inteiro de seu livro “Cultura de Massas no século XX – Vol. 1 NEUROSE” (2002), exclusivamente a falar das celebridades, o que deixava naquele momento analisado de ser algo referente aos astros do cinema, mas também atingia os campeões, príncipes, reis, playboys, exploradores e artistas célebres, num encontro entre o real e o imaginário da vida destas pessoas, transformado em semideuses que vivem num mundo exclusivo, o Olimpo. “Cada informação que sai da esfera da vida pessoal desses semideuses se transforma em grandes manchetes da imprensa, levando o mundo a conhecer particularidades da sua vida” (RIVANDA, 2009, p.18).

O jornalismo especializado em celebridades traz a cobertura destas pessoas que vivem em evidência, o que elas fazem, viagens. Mas com o aumento de mídias sociais e as numerosas variações de celebridade, foi se tornando mais comum pessoas que ganharam fama através de canais de comunicação e mídias sociais como as webcelebridades, que passam a ser noticiadas nessa cobertura muitas vezes como as celebridades “tradicionais”.

O jornalismo de celebridade é a vertente do jornalismo que traz o infotimento (informação e entretenimento juntos), porém ele foca na vida das celebridades, o que fazem, onde andam, seus relacionamentos pessoais e o que tanto mais interessar aos fãs ou aos curiosos de plantão.

Entende-se que o jornalismo de celebridade vai muito além do simples ato de informar, ele busca, por meio de outras técnicas, divulgar as personalidades, as suas vidas, as suas roupas, os seus namorados, maridos, affairs, entre outros, para uma sociedade totalmente consumista (RIVANDA, 2009, p.17)

O segmento surgiu da junção de duas “práticas jornalísticas” denominadas imprensa amarela e imprensa marrom no século XVIII, que abordavam duas formas diferentes de produzir notícias e de prioridades também as quais se tinha. Uma com um olhar sensacionalista e sem apuração necessariamente confiável e a outra através de títulos escandalosos que chamassem a atenção.

As técnicas que caracterizavam a imprensa amarela eram as manchetes escandalosas, em corpo tipográfico excessivamente garrafais, uso abusivo de ilustrações, impostura e fraudes, quadrinhos coloridos e artigos superficiais, campanha contra os abusos sofridos por pessoas comuns (AGRIMANI, 1995, p. 22).

Já a imprensa marrom foi considerada ilegal, sem licença e que possuía um procedimento não muito confiável em relação à apuração das fontes. Agrimani diz que “a expressão imprensa marrom ainda é amplamente utilizada quando se deseja lançar suspeita sobre a credibilidade de uma publicação”. (1995 *apud* ANDREY, 2022, p.23)

O jornalismo de celebridade também pode ser achado pelo nome “Imprensa rosa” ou “Imprensa cor-de-rosa, que é especializada em assuntos de celebridades, seus cotidianos e informações que passam a se tornar importantes para um público formado para isso. Apesar de ainda ser considerado acrítico e até mesmo tendo demorado a ser considerado jornalismo, hoje em dia há programas, sites, podcasts e muito conteúdo sobre (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2024).

O jornalismo contemporâneo é hoje tachado de “cor-de-rosa” justamente por apresentar os padrões éticos e estéticos necessários para agradar o capital. Por isso, os jornais contemporâneos são perfumados, lipoaspirados, maquiados, embelezados. Eles são produtos que precisam estar adaptados para o consumo (MARSHALL, 2003, p. 111).

Por muito tempo se via jornais, revistas, a rádio e alguns programas de TV que tinham um tempo curto ou matérias curtas para falar das celebridades. Hoje em dia há revistas, programas de TV e Rádio que o assunto principal é voltado as celebridades. Com essa popularização das notícias sobre os famosos, programas começaram a ter mais tempo para falar sobre as celebridades, chegando a ter programas de televisão voltados somente para esse fim, obtendo entrevistas e criando matérias de nicho específico e se unindo a uma publicidade, já que cada vez que aparecem notícias sobre alguma celebridade em particular, ela ganha mais conhecimento e notoriedade.

Não pode ser esquecida nesse contexto ainda a importância dos famosos paparazzi, fotógrafos que passam 24 horas indo em busca das celebridades para conseguir um furo, uma foto digna de capa, não importa se é um cantor, atriz, artista plástico ou uma webcelebridade, segundo Rivanda (2009, p.19). Eles estarão a postos e em busca e, mesmo que hoje em dia algumas celebridades cheguem até a dar tchau e fazer uma pose, muitas ainda se sentem incomodadas com a perseguição de suas vidas privadas. Para trabalhar nessa área da cobertura das celebridades muitas vezes não será necessário ser um jornalista de formação, porém se tiver o interesse e estar apostos para levar a informação ainda mais sendo uma exclusiva pode se dá bem.

Apesar de todas as críticas possíveis a este segmento de cobertura midiática, Dejavite faz considerações que questionam também as origens da sua desvalorização:

A construção do jornalismo de celebridades por meio de adjetivações que apresentam tons negativos também se origina da diferenciação entre a seriedade e a ludicidade. Por ser enquadrado no segundo âmbito, este modo de fazer notícias implica as controvérsias que a dimensão carrega historicamente. Ao meditar sobre a natureza da alegria, da diversão e do riso [os filósofos cristãos assim como Platão em *A República*], somente detectaram o mal. Mas o que teria a felicidade de tão ruim? Nessa época, consideravam-se como certas somente duas dimensões da vida: a séria (baseada no trabalho e no dever) e a lúdica (o prazer). Essas dimensões possuíam o seguinte preceito: a oração para o clero, a diversão para os nobres e o trabalho para os pobres. Porém, apenas a seriedade da vida era valorizada. Na concepção dos filósofos cristãos, o trabalho dignificava o homem e a ociosidade só trazia o vício (DEJAVITE, 2006, p. 45)

A leitura da autora permite relacionar o segmento de jornalismo de celebridade com o infotimento, uma junção da informação e entretenimento, segundo Dejavite (2006, p.89), autora que o destaca como uma estratégia de atração da audiência que acaba cumprindo um excelente serviço à divulgação da informação relevante. A narrativa jornalística deve constar do inusitado e do diferente para chamar a atenção da audiência e esse seria um ponto chave para a caracterização do fenômeno. Dejavite, dessa forma, conceitua o infotimento e defende inclusive sua importância no jornalismo.

Enquanto o jornalismo é consagrado comumente por levar a informação sem humor, e de uma forma séria, o infotimento, ao ser utilizado no jornalismo de celebridade, poderia se configurar como um olhar descontraído para atrair e levar a informação e distração de uma maneira mais leve e ainda informando. Sem contar

que o infotainment começou a ser usado no jornal de forma que conseguisse atrair mais leitores, junto com a publicidade presente de forma chamativa com função de distração, ajudando a manter o jornal e se popularizando com conteúdos visuais (YURI, 2018, p.13).

A imprensa introduziu esta técnica por volta dos anos 30, no século 19, de forma a adquirir mais audiência. A publicidade era e é o principal sustento do jornal e, como tal, foi necessário adotar elementos mais atrativos. Era fundamental o jornal adaptar-se às mudanças sociais e tornar-se uma das opções de lazer, começando a incluir na paginação seções como o teatro, livraria, arte, literatura, crimes e sociedade. (ALVES, 2013, p. 7).

Na televisão, dentro do segmento da relação entre informação e entretenimento, o jornalismo de celebridades encontra um espaço proeminente para esse crescimento e no próximo capítulo, a partir do histórico da TV Fama e da própria Rede TV, o trabalho passa para esse foco antes de se dedicar à análise do programa.

### 3– REDE TV E TV FAMA

Este capítulo aborda a história do TV Fama e da Rede TV, emissora que o programa tem sido exibido desde as suas origens.

#### 3.1 – Rede TV

A emissora Rede TV teve a origem de suas transmissões após a compra, por 608 milhões de dólares, segundo matéria do Diário do Grande ABC (1999), das concessões das cinco emissoras próprias da extinta Manchete pelos empresários Amilcare Dallevo Jr. e Marcelo de Carvalho, iniciando seus trabalhos em 15 de novembro de 1999.

A emissora entrou no ar a partir do dia 10 de maio de 1999, porém ainda exibindo atrações que restavam da antiga Rede Manchete com o nome de TeleTV. Seu novo nome já havia sido anunciado como a Folha de São Paulo, mas só foi veiculado e começou a ser usado dia 15 de julho de 1999, ficando ainda a oscilação do nome até a inauguração definitiva da Rede TV, em 15 de novembro de 1999, mantido até os dias de hoje.

A Rede TV começou, e com ela a chegada de uma programação que prometia ser diferente, já que ela estava apostando na tecnologia e em estratégias de mercado diferenciadas. Alguns programas entraram, mas já estão fora do ar, porém aqui se resume em uma lista aqueles que já foram exibidos desde quando a emissora começou.

Os programas principais da primeira fase da emissora estão sintetizados a seguir:

**Quadro 1** – Programas principais da Rede TV (OBSERVATÓRIO DA TV, 2024).

<b>Programa</b>	<b>Gênero</b>	<b>Horário de Exibição</b>	<b>Apresentador(es)</b>	<b>Observações</b>
<b>Superpop</b>	Programa de auditório	20h às 21h30 (inicialmente)	Adriane Galisteu (1999); Luciana Gimenez (2024)	Estreou em 15 de novembro de 1999.

<b>RTV</b>	Programa jornalístico	12h às 13h	Cláudia Barthel e Florestan Fernandes Jr	Encerrado em 2003.
<b>Telejornal Brasil</b>	Programa jornalístico	07h às 07h30	Júlio Mosquéra	Matutino, transmitido ao vivo de Brasília.
<b>Galera da TV</b>	Programa infantil	17h30 às 19h (com reprise às 07h30)	Andréia Sorvetão	Exibia desenhos e esquetes da Zuzubalândia.
<b>Leitura Dinâmica</b>	Programa jornalístico	Domingo, 22h às 22h30 (inicialmente);	Gabriela Di França	Atualmente exibido de segunda a sexta.
<b>Jornal da TV</b>	Programa jornalístico	21h30 às 22h15	Augusto Xavier e Lilian Fernandes	Principal telejornal, exibido ao vivo de SP.
<b>TV Magia</b>	Programa de cinema	15h às 17h (segunda a sábado);	-	Aos sábados com sessão dupla.
<b>TV Fama</b>	Programa de variedades	21h30 (segunda a sexta)	Nelson Rubens; Flavia Noronha; Fefito e Leão Lobo (2024)	Estreou em 15 de novembro de 1999.

Alguns desses programas foram deixando a grade e substituídos por outros, como A Casa é Sua, que passava as 9h30 da manhã, que deu lugar ao A Tarde é

Sua, exibido até hoje e é comandado por Sonia Abraão (OBSERVATÓRIO DA TV TV, 2018)

. Outros sofreram modificações substanciais. Como no caso do Te vi na TV, do João Kleber, que passou a se focar quase que exclusivamente no Teste de fidelidade, o que aponta para um apelo popularesco cada vez maior da emissora.

A Rede TV também chegou a exibir novelas estrangeiras e que fizeram grande sucesso, como a mexicana Betty a Feia. Outro enorme fenômeno de audiência estreou no dia 28 de setembro de 2003: o programa Pânico na TV, humorístico que perdurou até 2014.

Foram muitas as mudanças na programação da Rede TV, porém o TV Fama foi um programa que perdurou até os dias atuais em 2024.

### **3.2 TV Fama**

TV Fama é um programa de entretenimento voltado para as celebridades e suas variações. O programa foi criado em 15 de novembro de 1999, estreando no mesmo dia que a emissora – Rede TV! - e completando, em 2024, 25 anos no ar.

O programa, quando começou, tinha como apresentadora a então atriz e ex-cantora Mariana Kupfer, formada em Comunicação Social. Ele, no entanto, seguia outro segmento, de entrevistas e cultura. Esse formato durou apenas duas semanas, saindo logo do ar, e tendo seu retorno apenas em julho de 2000 com uma nova escalação de apresentadores e agora focando definitivamente no mundo das celebridades (TVPEDIA BRASIL, 2024).

O site do TV Fama tem em sua capa a frase “TV Fama o Maior Site de Famosos do Brasil”, se vangloriando da sua posição consolidada ao longo de suas mais de duas décadas de existência. Em 29 de junho de 2015, o programa ganhou uma segunda edição antes do RedeTV! News, ficando uma edição às 19h00 e a outra às 21h30, porém atualmente o programa é só exibido no horário de 21h30.

Ele é atualmente apresentado pelo jornalista Nelson Rubens, famoso pelo seu conhecido bordão “ok, ok”, pela jornalista Flávia Noronha, pelo também jornalista Fefito e pelo jornalista e apresentador Leão Lobo.

O site oficial do TV Fama (<https://www.redetv.uol.com.br/tvfama>) o descreve como um programa de “notícias, atualidades, curiosidades do meio artístico e tudo o que acontece nos bastidores. Irreverente e dinâmico, ainda mostra entrevistas, fofocas dos famosos, além de estreias de filmes, peças, eventos, desfiles e lançamentos” (LUCAS, 2018, p.46). É interessante notar que o programa assume a fofoca como elemento fundamental da linha editorial.

Com 25 anos no ar, o programa passou por 16 apresentadores (TVPEDIA BRASIL, 2024), e nem todos eram jornalistas, sendo alguns deles celebridades ou mesmo webcelebridades.

Monique Evans, atriz e apresentadora, apresentou o programa ao lado de Paulo Bonfá que é locutor de rádio e humorista em seu retorno em 2000. Janaína Barbosa, atriz e bailarina, comandou o programa ao lado de Nelson Rubens em 2001. Em 2002, muda novamente quando Luisa Mell entra para quadro de apresentadores, ela que era formada em direito e ativista. Já em 2006, quem entra é a atriz Adriana Lessa.

A apresentadora e atriz Íris Stefanelli, que assumiu o comando do programa ao lado de Nelson e Adriana em 2007, destacou-se justamente após sua participação de sucesso no Big Brother Brasil, um reality show exibido pela concorrente TV Globo. Sua trajetória reflete um aspecto marcante da seleção de apresentadores do programa que nem todos precisam ser formados em jornalismo. A valorização de celebridades criadas pela própria televisão, especialmente em formatos como reality shows, que se dedicam a revelar e promover novas personalidades midiáticas. Este modelo evidencia como a indústria televisiva potencializa figuras públicas para ocupar espaços em sua grade de programação, consolidando um ciclo de produção e consumo de celebridades.

Em 2010, entra Flávia Noronha, jornalista que começa a comandar o programa com Nelson Rubens e que permanecia desde 2001 quando entrou no ar pela primeira vez. E assim seguiram juntos até março de 2021 quando Nelson e Flávia são substituídos por Alinne Prado jornalista, apresentadora, influenciadora, e o ator Júlio Rocha e Ligia Mendes, que também é atriz e apresentadora. Júlio e Lídia deixaram o programa em 20 de maio e 7 de junho, respectivamente.

Marcelo Zangrandi, humorista e apresentador, assume o programa em 2021 junto de Flavia Noronha e Aline. Em 2022, Nelson voltou apresentar o programa junto de Flávia e agora com a adesão de Fefito. Em 2024, juntou-se ao quadro de apresentadores, Leão Lobo, conhecido por sua trajetória em programas como; Melhor da Tarde, Notícias e Mais; Atualíssima; Fofocalizando; Arroz Feijão e Fofoca; Programa do Ratinho, Revista da Cidade, Fofoca Ai, Leão Lobo Visita, De olho nas Estrelas.

O programa tem a duração entre 47 a 70 minutos, traz em sua programação de 2024 quadros, como: Giro dos Famosos, O Giro Internacional e o Giro das Gatas. Sua cobertura será analisada no próximo capítulo sob o prisma da objetificação dos corpos das mulheres levantada aqui como hipótese.

## **4. ANÁLISE DO TV FAMA**

O capítulo é dedicado à análise do programa e seus critérios serão detalhados no tópico a seguir.

### **4.1 Critérios de análise**

O corpus de análise será composto por 4 programas no período de 29/07/2024, 30/07/2024, 01/08/2024 e 02/08/2024. Acreditou-se que este período geraria uma quantidade adequada de material para a pesquisa, o que se mostrou uma decisão acertada nesse sentido. O dia 31/07/2024 estava incluso inicialmente, entretanto ficou de fora, pois no momento da análise não foi mais encontrado.

Ao todo, foram 104 matérias levantadas, o que deu uma média de mais ou menos 23 por dia. As edições do programa analisadas contêm entre 47 e 70 minutos e foram observadas a partir do site da emissora, onde se encontram vários episódios completos.

Para a análise, foram levados em conta os seguintes critérios: quantidade de matérias com foco em mulheres em relação ao seu total; tempo de exibição de tela das mulheres nas matérias exibidas; o modo como o corpo dessas mulheres aparece em imagens de cobertura dessas matérias (mais ou menos desnudas em relação aos homens); a relação do discurso verbal com o audiovisual para a abordagem dessas matérias.

### **4.2 Programa TV Fama do dia 29 de julho de 2024**

O programa analisado do dia 29 de julho de 2024 teve 25 matérias em seus 68 minutos de exibição, 42 minutos foram voltados para as mulheres e 26 minutos voltados para os homens, além de uma propaganda da divulgação do jogo “Palpite da Sorte”, exibido passou quatro vezes.

Dentre as matérias que foram ao ar, 19 tinham mulheres como assunto principal. Ainda que três abordassem casais, a ênfase era sempre maior na mulher, mesmo que o começo fosse falando de outro assunto. As outras seis foram voltadas

para homens, mas teve um momento em que a esposa de um deles (o ator Kleber Toledo) foi citada, usando fotos dela (a atriz Camila Queiroz) como ilustração.

Imagens e vídeos usados durante a exibição do programa costumam ser levantados pela produção nas mídias sociais das próprias celebridades, já que sua exposição ali é crescente.

A matéria que tinha como manchete “Kleber vai ser papai”, porém, era basicamente sobre ele participar de um projeto social para ajudar os animais da enchente do Rio Grande Sul acharem um lar, já que ele e sua esposa sempre estão engajados nesses projetos e que ela não pode estar presente devido a trabalhos que estava fazendo. Curioso que a foto para representar o casal que ficou em destaque foi uma deles na praia (figura 4) mesmo que uma outra imagem do casal (figura 3) já tivesse aparecido. O destaque para uma que estão na praia, diante de tantas outras possíveis, ajuda a entender o foco na exposição dos corpos pelo programa.

## Figuras 3 e 4 – Kleber Toledo e Camila Queiroz

> TV Fama

VOLTAR



TV Fama (29/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

> TV Fama

VOLTAR



TV Fama (29/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:29/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

Nas seis matérias voltadas para as celebridades masculinas, em contraste, não se via foto de sunga, somente de bermuda, em praia ou piscina, em que mal mostrava se o corpo (quando apareceu foi rápido e sem ser em uma sequência de imagens, como no caso das mulheres). Mal se fala do corpo masculino em comparação com o da mulher, e, apesar de não ser o foco em uma ou outra matéria, a repórter pergunta sobre essa questão para a entrevistada.

A exemplo do caso da cantora Thays Reis, que estava mostrando a festa de aniversário de sua filha Pietra de dois anos em uma fazenda. No decorrer da matéria

que teve 4min54s, a repórter conversando com Thays e seu namorado, o cantor Biel, ela sai de uma parte onde está falando de filhos para falar “Uma coisa que não se pode negar é que você está arrasando com o seu corpo maravilhoso”, com a matéria jogando na tela uma imagem da cantora em trajes de banho com uma saia por cima, que pode ser visualizada na figura a seguir.

**Figura 5** – Cantora Thays Reis



Fonte: Site oficial da Rede TV

O ator e cantor João Guilherme foi o homem que teve mais fotos sem blusa expostas, mas essa foi apenas uma matéria dentre as 25, sendo elas seis sobre homens. Um número pequeno diante do todo. Trata-se apenas de um *insert*, pois na maior parte do vídeo ele aparece vestido e falando (figura 6).

Figura 6 e 7 – Ator João Guilherme

> TV Fama

VOLTAR



TV Fama (29/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

> TV Fama

VOLTAR



TV Fama (29/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Fonte: Site oficial da Rede TV

Nota-se, assim, a predominância de matérias sobre mulheres, mesmo em assuntos muito diferentes, como o aniversário da filha, o biquini que usa, um teste de

gravidez, se está amando, uma viagem cancelada, dentre vários. Independente do assunto, nas fotos ou os vídeos que chegam a acompanhar ou a ilustrar a matéria, a maioria das mulheres aparece de biquini.

No aspecto visual, as imagens de vídeos e fotos usadas para complementar a matéria era das mulheres em trajes de banho em mais de uma foto, e mesmo que o foco fosse outro a divisão de tela, passando a reportagem e a imagem do lado não era a de uma roupa e quando aparece e muito rápido já que volta a dar o foco e mostrar mais as roupas em trajes de banho.

Patrícia Poeta, jornalista e apresentadora por exemplo, falava sobre um trauma de criança, quando foi exibida de biquini. Nesse contexto, as imagens mostradas eram de um vídeo em reprodução de seu Instagram e, ao lado, duas fotos dela de biquini, fora, portanto, do foco do assunto da matéria.

**FIGURA 8 – Patrícia Poeta**




Fonte: Site oficial da Rede TV

A atriz Vanessa Giacomo, modelo e apresentadora Ana Hickmann e a cantora Nana Caymmi foram as três mulheres que apareceram em suas entrevistas em trajes de banho nas imagens utilizadas como cobertura. Algumas dessas fotos, entretanto, eram “mais sensuais”, mas havia vídeos de atuação, por exemplo, imagens mais condizentes com a entrevista e seu tom mais informativo.

**Figura 9 – Atriz Vanessa Giacomo**

> **TV Fama** VOLTAR

IMAGENS DE INTERNET



ESTREOU COMO ATRIZ EM "CABOCLA"  
**VANESSA COMENTA REPRISÉ DA NOVELA**

#TVFama @tvfamaoficial @tvfamaoficial @tvfamaoficial tvfama

**TV Fama (29/07/24) | Completo**

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:29/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

A cantora Nana Caymmi foi mostrada brevemente e também não teve fotos em trajes de banho. Nesse caso, levanto o questionamento se foi por respeito pela matéria estar dizendo que ela estava internada e seu estado de saúde ou porque ela não possui um corpo que seria chamativo para ser passado em tela (por ser considerado mais fora de padrão), e ou até mesmo pela sua idade bem mais avançada dos que as demais que foram foco de outras matérias.

O conceito de padrão corporal refere-se a normas e critérios estéticos definidos por contextos históricos, culturais e sociais, que determinam o que é considerado “ideal” em termos de aparência física. Esses padrões são profundamente influenciados pela mídia, pela cultura e pelo ambiente sociocultural. Pesquisas evidenciam que a mídia desempenha um papel crucial na construção e disseminação desses padrões. Por exemplo, um estudo realizado nas ilhas Fiji mostrou que a introdução da televisão alterou significativamente a percepção corporal, aumentando

a prevalência de transtornos alimentares entre adolescentes expostas a imagens de corpos magros idealizados. Esse exemplo ilustra o impacto negativo que os meios de comunicação podem ter sobre a autoimagem individual. (Scielo 2010)

**Figura 10 – Nana Caymmi**



Fonte: Site oficial da Rede TV

Esse fato abre muito o olhar para se discutir porque na maioria das matérias as fotos mostradas são de um tipo e não de outro, sabendo que todas são buscadas nas mesmas fontes (internet em geral, Instagram mais especificamente). Parece tratar de uma estratégia para chamar atenção, prender o telespectador, incluindo aquele que está mudando o canal e se depara com a cena com as imagens e demora a mudar sem ao menos prestar atenção no que está sendo dito, mas apenas no visual sendo mostrado.

Ainda nesse sentido, vale observar que o programa possui um quadro chamado “Giro das Gatas”, focado em explorar a beleza de mulheres e que dura em torno de dois a cinco minutos. Nesta primeira edição analisada, que durou 4:45, o que se viu por mais uma vez foram celebridades em trajes de banho, em sua maioria (a exemplo da figura a seguir), seja falando da cor do biquini, um acessório qualquer ou viagens. Até mesmo treino de academia vira pauta.

Figura 11 – Atriz Isis Valverde



Fonte: Site oficial da Rede TV

O giro das gatas mostrou sete celebridades femininas nessa edição. Dentre essas, cinco foram exibidas em seus trajes de banho, a saber: a atriz Isis Valverde (que está na foto de ilustração acima); a atriz Debora Secco; a atriz Alessandra Ambrósio, a cantora Marcella Fogaça e a modelo Ana Paula Siebert (a foto dela apareceu em uma montagem mostrando mais dois outros *looks* de sua viagem). As duas que não apareceram de biquini foram a atriz Grazi Massafera, que aparece em um vídeo com traje de academia, fazendo um exercício com as pernas, usando um elástico, e a cantora Priscila Alcântara, que aparece treinando, exemplos que apelam ainda para o corpo, como é possível ver no exemplo da figura a seguir:

**Figura 12 – Grazi Massafera na academia**



Fonte: Site oficial da Rede TV

Aqui é notável a articulação entre o jornalismo de celebridades na televisão e o ambiente da web e das redes sociais, posto que a pauta do quadro é completamente em cima do que as próprias celebridades mostram em suas contas pessoais, com enfoque na exposição dos corpos como é bastante típico dessas plataformas. Ainda assim, é curioso detectar que não existe uma contraparte masculina, um “Giro dos Gatos”, com o mesmo enfoque.

#### **4.3 Programa TV Fama do dia 30 de julho de 2024**

A segunda edição analisada teve 49 minutos de duração, com 28 matérias. Dentre essas, 16 foram voltadas para as mulheres e 12 para os homens, aumentando, portanto, este número e trazendo maior equilíbrio ao programa ao apresentar 18 minutos de materiais voltados para as mulheres e 17 para os homens. Os demais 14 minutos se referem às chamadas do programa, os comentários à parte dos apresentadores, além da constante propaganda da Palpite da Sorte.

Essas matérias que apresentaram um aumento do foco nos homens e de seu tempo de exibição são resultados de entrevistas longas focadas em trabalho que estão realizando essas celebridades, ou mesmo contando de relações com outras

celebridades, como no caso do afastamento entre o ator, comediante e apresentador Fábio Pochart no começo de sua carreira com Jô Soares, apresentador conhecido por seu bordão “Um beijo do gordo”. Nenhuma imagem de trajes de banho ou sensual foi escolhida como cobertura para esta reportagem.

Um outro exemplo de matéria, mas mais curta, é a do cantor Leonardo, que comemorava a conquista da casa de seu filho, o cantor Zé Felipe, com sua esposa Virginia, influenciadora digital. A matéria dizia que ele teria bebido e estava indo embora bêbado da casa nova de seu filho. Para ilustrar a fala, foi utilizado um vídeo sobre o tema publicado em rede social (descendo a escada cambaleando com a sua esposa Poliana o ajudando junto de seu outro filho a descer as escadas), porém entre as imagens ao lado do vídeo uma é com foto dele de sunga e blusa e a outra ele rindo. Apesar disso, não há muita sensualidade na imagem do cantor em traje de banho (e ainda há de se destacar que ele está coberto com uma camiseta), como se nota na figura a seguir:

**Figura 13** – Leonardo bêbado



Fonte: Site oficial da Rede TV

Outra matéria interessante sobre homens, e que aí sim há uma exploração do corpo, é uma em que a foto foi o assunto quando postada em rede social. A foto era do ator Marcello Novaes em sua oficina fazendo um banco de madeira de avental, bermuda e camisa. Porém, para a chamada dessa matéria a frase usada foi “Ator

bonitão faz banco de madeira pra família”. Interessante notar que a foto que compõe a montagem junto com a do banco traz o ator sem blusa e de bermuda também em uma selfie, provavelmente em outro momento. Não foi o único: Gabriel Medina e o novo namorado da Sandy foram outros que apareceram sem camisas em outras matérias.

**Figura 14** – Marcello Novaes



### TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

Dentre as matérias em que o foco era sobre mulheres, houve quatro em que não foram usadas fotos de biquínis como imagens de cobertura: uma com a apresentadora Cariúcha, outra com a atriz Ana Paula Arósio, outra com a atriz e apresentadora Angélica e a última com a cantora Sandy.

Na matéria sobre Cariúcha, a apresentadora defendia Patrícia Abravanel de uma desavença que teria ocorrido entre ela e a apresentadora Eliana, que estava saindo da emissora SBT, e em nenhum momento foram usadas fotos de trajes de banho de nenhuma das personagens citadas, apenas fotos posadas, ainda que exalando algum nível de sensualidade.

## Figuras 15 e 16 – Cariúcha defende filha de Sílvio Santos

> TV Fama

VOLTAR



TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

> TV Fama

VOLTAR



TV Fama (30/07/24) | Completo

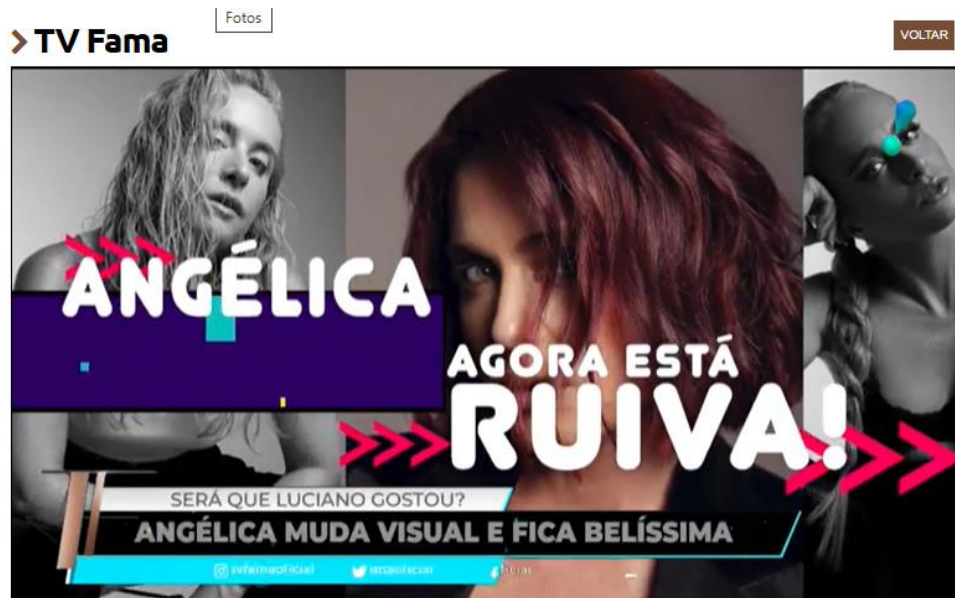
Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

A abordagem é similar a da que foca em Angélica, que apareceu com os cabelos diferentes mais curtos e ruivos. Fotos de roupa, mas com algum apelo mais sensual, sobretudo a que aparece de sutiã e calça evidente, compõem a montagem.

Figura 17 – Angélica agora está ruiva



### TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Fonte: Site oficial da Rede TV

Quanto a da atriz Ana Paula Arósio, sumida das telas e fazendo uma rara aparição depois de uma campanha publicitária, a matéria traz momentos dos vídeos que a mostra, sem sensualizar, em um campo enquanto ela fala que gosta de estar longe da televisão.

**Figura 18** – Ana Paula Arósio em publicidade

> **TV Fama** VOLTAR



**TV Fama (30/07/24) | Completo**

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

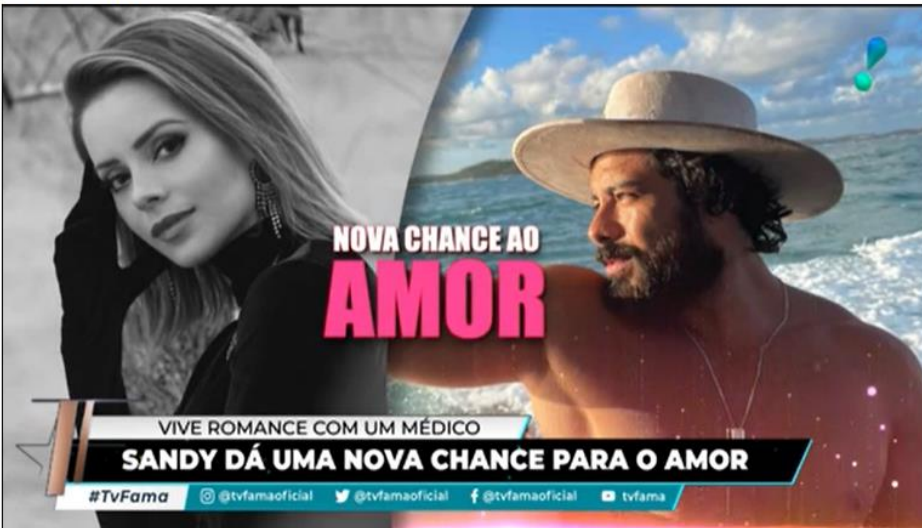
Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

A matéria sobre a cantora Sandy dando “uma chance ao amor” com o médico Pedro Andrade, meses após o fim de seu casamento, a traz completamente coberta, mas exhibe algumas imagens de seu namorado sem camisa.

**Figura 19** – Sandy dá uma nova chance ao amor

> **TV Fama** VOLTAR



**TV Fama (30/07/24) | Completo**

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

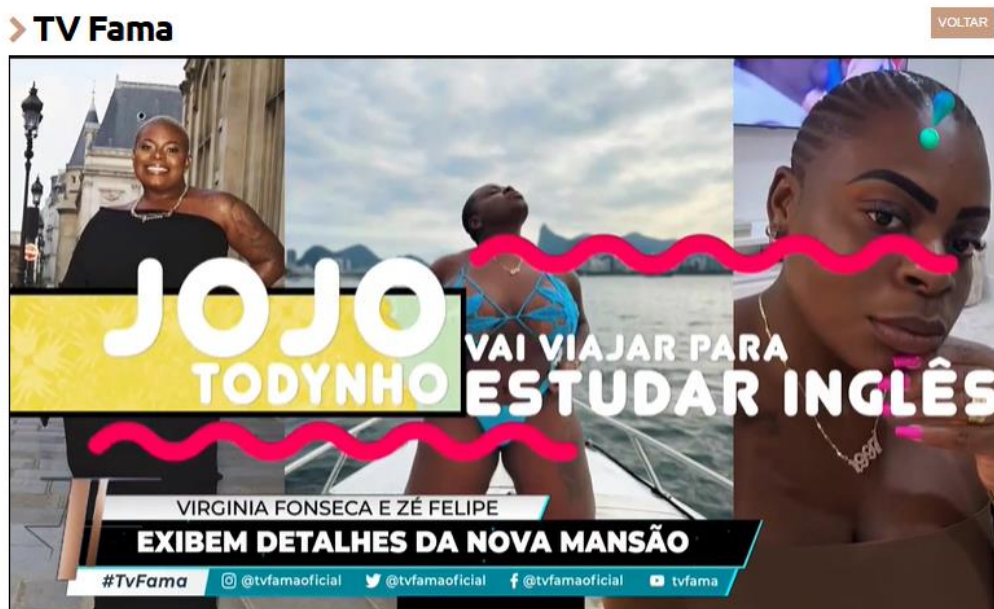
Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

É difícil cravar o porquê dessa abordagem mais suave na sensualidade das fotos que serviram da imagem de cobertura nesses três casos. Talvez o programa não tivesse um acervo disponível de fotos com menos roupas delas nas redes, já que o etarismo aqui não ajudaria a explicar pelo fato de serem mulheres consideradas belas na faixa dos seus 40 a 50 anos.

Chama atenção uma das que aparecem de biquini nessa edição, mesmo que brevemente, caso da cantora e funkeira JoJo Todynho, que aparece em apenas uma foto de biquini (as outras são de vestido ou outros trajes mais cobertos). O foco dessa matéria se referia ao fato de ela ir estudar inglês fora do país. Interessante observar que, diante do padrão de uso do dia anterior, a foto de biquini apareceria e ficaria em evidência por mais tempo, mas não foi o caso. De novo, é difícil apontar justificativas para a diferença no tratamento, mas o fato de ser um corpo “fora do padrão” de peso poderia ser uma hipótese a ser levantada para isso.

**Figura 20** – JoJo Todynho vai viajar para estudar inglês



## TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Fonte: Site oficial da Rede TV

Uma matéria que aparece com compilados de mulheres de biquini além do Giro das gatas foi uma a qual começa falando da Modelo Yasmin Brunet, citada por ser ex

esposa do surfista Gabriel Medina e que na internet comentam que ele está muito melhor sem ela, já que ele estava “arrasando nas olimpíadas”, segundo a própria matéria. Ele que, por sua vez, também aparecera sem camisa, e que no fim será o alvo da matéria e mostra alguns relacionamentos que teve com exs participantes do BBB (Big Brother Brasil). Todas elas (a influenciadora digital Vanessa Lopes, a atriz Bruna Griphao e influenciadora e atriz Jade Picon) aparecem em sua maior parte em trajes banho.

**Figura 21** – Yasmin Brunet e Gabriel Medina

> **TV Fama** VOLTAR



ESTAVA CASADO COM YASMIN BRUNET  
**WEB RESGATA DERROTA DE MEDINA EM TÓQUIO**

#TvFama @tvfamaoficial @tvfamaoficial @tvfamaoficial tvfama

**TV Fama (30/07/24) | Completo**

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

Figura 22 – Vanessa Lopes



### TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

Figura 23 – Bruna Griphao



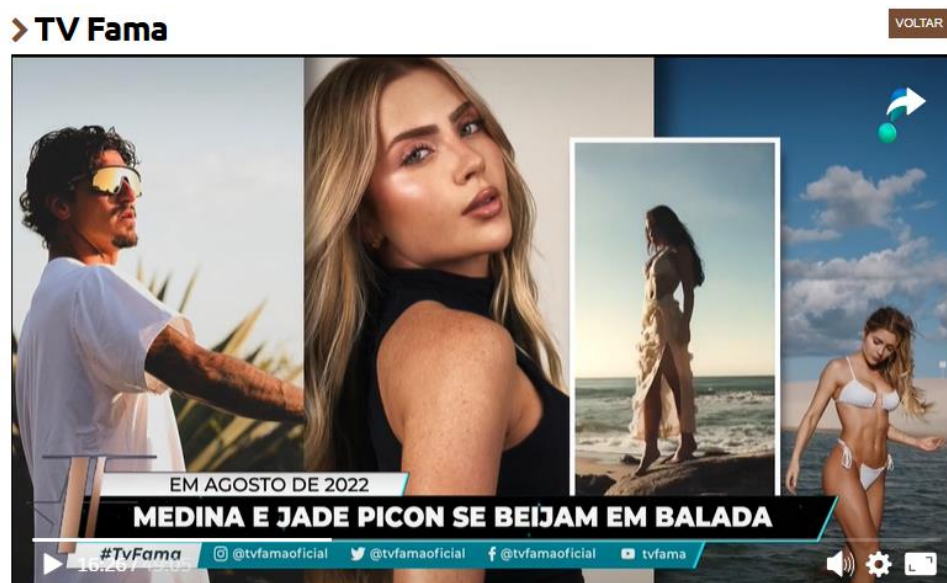
### TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

**Figura 24** – Jade Picon e Gabriel Medina



### TV Fama (30/07/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta segunda-feira (29).

Publicada:30/07/2024

Fonte: Site oficial da Rede TV

Uma foto ou outra de um homem sem camisa e de bermuda ou de camisa sem bermuda, sem ser em traje completo de banho, apontam para a importância do corpo masculino. Porém, o quadro o “Giro das Gatas” evidencia a ênfase sobre as mulheres em seus trajes de banho sempre presentes.

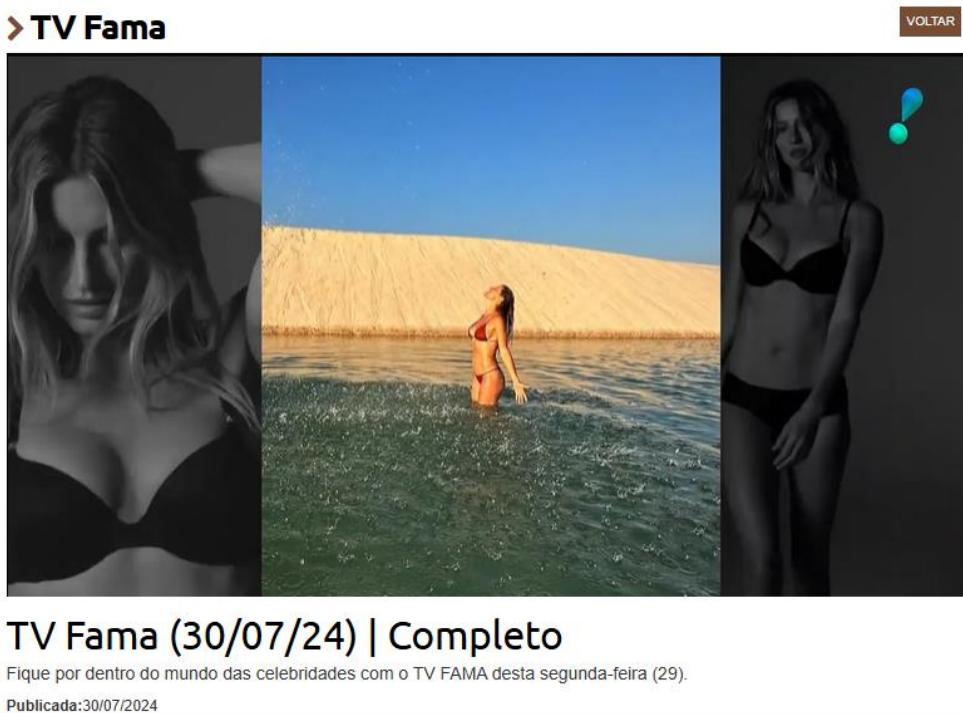
O quadro retorna nessa edição trazendo oito mulheres de biquini em uma sequência que começou no 37:04 minutos de programa e durou dois minutos e quarenta segundos. Primeiro, o foco foi sobre a apresentadora Lívia Andrade, que, após limpar a sua casa, apareceu de biquini; em seguida, sobre a atriz Mell Muzillo, que apareceu de biquini e fazendo topless; já a cantora Lexa, dançava de maiô para comemorar o lançamento da música nova; mais adiante, a modelo Gisele Bündchen, que estava nos Lençóis Maranhenses de biquini; em seguida, a influenciadora Erika Schneider, que estava com um biquini em Paris; a cantora Pocah, também de biquini para comemorar a estreia da música Venenosa; e, por último, a cantora Jaqueline Ghohaski, que apareceu saindo da piscina de biquini de crochê com a bandeira do Brasil.

Figura 25 – Livia Andrade de biquini após limpar a casa



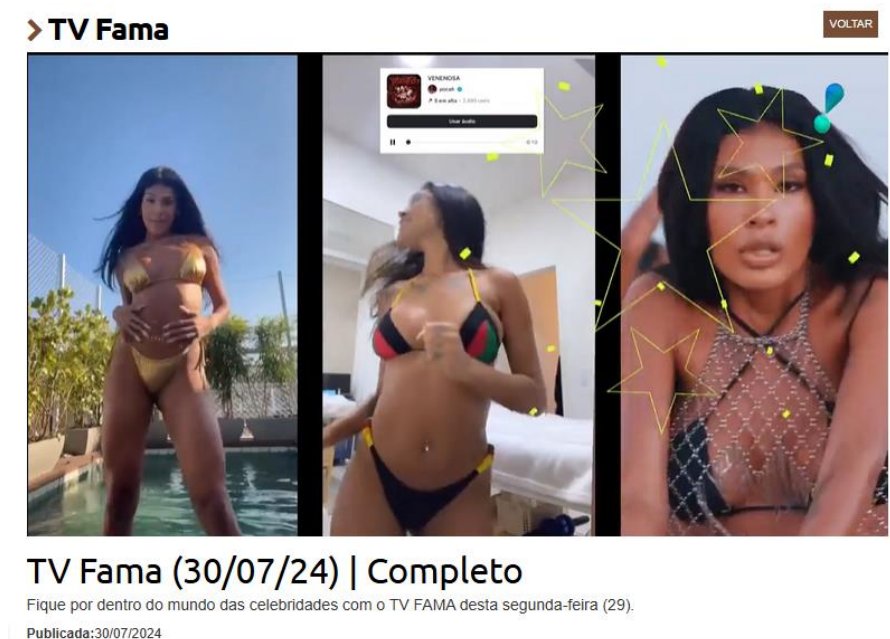
Fonte: Site oficial da Rede TV

Figura 26 – Gisele Bündchen nos Lençóis Maranhense



Fonte: Site oficial da Rede TV

**Figura 27 – Pocah comemora música em 5º lugar**



Fonte: Site oficial da Rede TV

A despeito de ter mais homens com seus corpos em destaque nesta edição, este quadro volta a reforçar a importância da exposição do corpo feminino.

#### 4.4 Programa TV Fama do dia 01 de agosto de 2024

Esta edição teve 47:06 minutos de duração, sendo 24 minutos dedicados a mulheres e 13 minutos a homens. Aqui volta-se a ter uma predominância feminina bastante evidente nas pautas, para além do tempo, em número de matérias: seis falando somente de homens e 14 voltadas para as mulheres.

O programa, que não teve o Giro das Gatas dessa vez, começou com o Giro Internacional, focando na atualização sobre as celebridades de fora do país, trazendo imagens e falas rápidas, mas sem usar imagens de traje de banho. Logo, porém, se dedicou a uma entrevista com Suzana Vieira, que, indagada sobre os influenciadores, teve foto sua de maiô sendo mostrada, mas não repetidamente, como o costume notado a partir da análise de outros dias. O etarismo pode ser uma via de explicação,

uma ideia de respeito por se tratar de uma mulher de mais idade, lembrando do caso de como Nana Caymmi foi mostrada na edição do dia 29/07 (como a única mulher que não teve fotos de biquini, ainda que levantada a questão de respeito por talvez estar hospitalizada).

**Figura 28** – Suzana Vieira e os novos influenciadores



## TV Fama (01/08/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta quinta-feira (01).

Fonte: Site oficial da Rede TV

A pauta da matéria sobre a MC Mirela teve um enfoque diretamente ligado ao corpo. Ela fez uma lipo HD e mostrou seu resultado no Instagram e a reportagem usou um vídeo que ficou em *looping* mostrando ela e suas nádegas. Apesar de incluir outras fotos, o que predominava em relação a essas imagens de cobertura era o vídeo.

Figura 29 – MC Mirela lipo na barriga



## TV Fama (01/08/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta quinta-feira (01).

Fonte: Site oficial da Rede TV

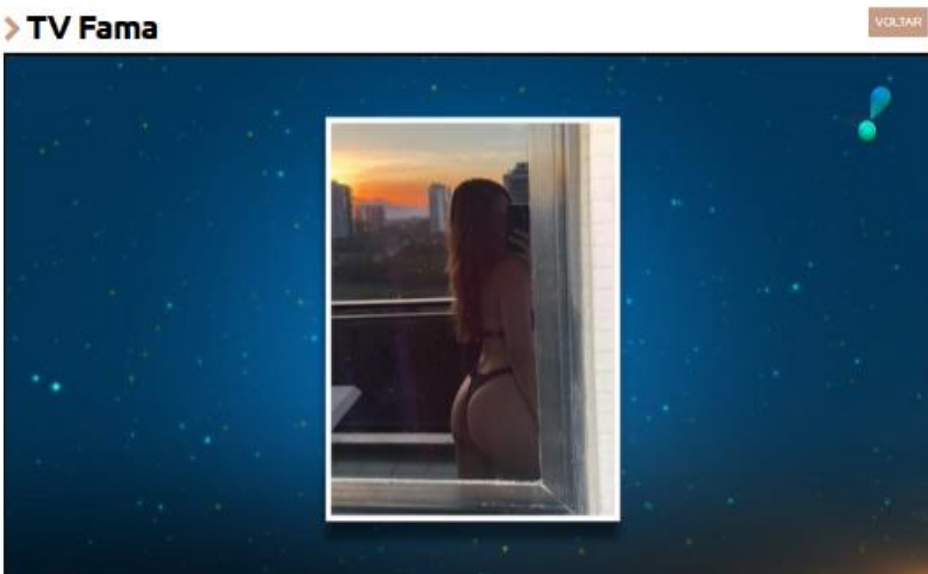
Gabriela Medeiros, atriz que atuava na novela da Globo foi mais uma que teve o corpo exposto em trajes de banho postada em sua rede social. A matéria tinha como chamada “Buba na novela, Gabriela Medeiros posa em fotos ousada”, e enfocava o fato de que ela viveria um momento importante na novela. Aqui, além da imagem, chama atenção a diferença entre a chamada e o conteúdo da matéria.

## Figuras 30 e 31 – Gabriela Medeiros, a Buba



### TV Fama (01/08/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta quinta-feira (01).



### TV Fama (01/08/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta quinta-feira (01).

Fonte: Site oficial da Rede TV

É notável que mesmo em momentos envolvendo uma questão de saúde, como o do vício em álcool na matéria que teve a cantora Lexa como personagem houve o uso de um vídeo dela de biquini dançando. A matéria exibiu um recorte de um programa que Lexa foi convidada “Sem Censura” programa de Cissa Guimarães na

TV Brasil, a qual ela contava sobre o problema com alcoolismo, enquanto diversas outras fotos e partes de clipes dela foram exibidos também até que um novo corte a mostrou ela dançando o que parecia para divulgar a música, o que pode ser visto na figura a seguir.

**Figura 32** – Lexa bebia para aliviar os problemas



Fonte: Site oficial da Rede TV

#### 4.5 - Programa TV Fama do dia 02 de agosto de 2024

O último programa analisado teve 17 matérias falando sobre mulheres e 9 falando de homens. Do total de 51:42 minutos de programa, 19 minutos foi com enfoque sobre mulheres e 18 sobre homens. Como podemos observar, o tempo próximo se explica pelo fato de as poucas matérias sobre celebridades masculinas eram mais longas. No entanto, a quantidade de mulheres na tela se sobressai.

Dentre os homens mostrados neste programa, o que teve mais exposição de seu corpo foi o ator Rodrigo Simas, estrelando a peça 'Hamlet'. A matéria o mostrava, em meio a outras imagens dele atuando, seu corpo somente com um pano tampando sua parte da frente e a parte de trás, com suas nádegas ficando evidente, como

observado na figura a seguir, sendo o foco da matéria e chamando atenção, porém, para o fato de que o nu não seria gratuito na peça:

**Figura 33** – Rodrigo Simas em Hamlet



### TV Fama (02/08/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta sexta-feira (02).

Fonte: Site oficial da Rede TV

Os outros homens que apareceram nessa edição do programa foram os atores Silvero Pereira e Luiz Fernando Guimarães, estes sem trajes sensuais, além do apresentador Márcio Garcia, que brevemente aparece com algumas imagens sem blusa.

Quanto às mulheres, elas continuam sendo assunto principal e tendo mais matérias voltada para elas e toda em qualquer oportunidade. As imagens delas de biquinis são novamente usadas, demonstrando um acervo e atualização grande, como no caso de Isis Valverde, que brevemente comentava em seu Instagram que tinha sido confundida com uma cantora por um estrangeiro em aeroporto, e as imagens que aparecem acompanhando o vídeo são de biquini, aproveitando imagens que são usadas dela em seguida no quadro Giro das gatas. Ela é mostrada em trajes de banho e em um vestido preto transparente, como podemos ver na figura a seguir.

**Figura 33** – Isis Valverde em aeroporto



Fonte: Site oficial da Rede TV

Esta edição do programa ainda trouxe uma entrevista da ex-jogadora de basquete Hortência, que foi a primeira jogadora a posar nua para uma revista. A matéria aborda o fato dela contar sobre isso, lembrando da coragem de ter aceito depois de vários convites feitos, no programa “Conversa com Bial”, da Rede Globo, trazendo imagens suas dessa época.

**Figura 34** – Hortência, ex-jogadora de basquete posa nua para revista



### TV Fama (02/08/24) | Completo

Fique por dentro do mundo das celebridades com o TV FAMA desta sexta-feira (02).

Fonte: Site oficial da Rede TV

O último Giro trouxe 9 celebridades a qual apenas uma apareceu sem traje mais com sensualidade, que foi a Modelo Gabriely Mirando que usava uma blusa do time Real Madrid time que seu noivo o jogador Endrick, joga. Porém todas as outras nove mulheres que apareceram estavam em traje de banho e essas celebridades eram; a modelo Yasmin Brunet; a influenciadora Sarah Andrade; a cantora Mulher Melão; a atriz Sophia Abrahão; a cantora MC Rebeca; atriz Bianca Bin; a dançarina Gracyanne Barbosa e por último a atriz Isis Valverde.

O programa continua dando maior visibilidade e matérias em torno das mulheres, aproveitando qualquer oportunidade de trazer imagens delas em trajes de banho. Cumpre um papel fundamental nessa edição novamente para isso o Giro das gatas, o que demonstra o quanto é recorrente o quadro: três dos quatro programas analisados apresentaram o Giro com imagens delas em trajes de banho em quase sua totalidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cobertura de celebridades na televisão brasileira tem em TV Fama, estudo de caso dessa pesquisa, um recorte privilegiado para discutir a questão sobre como o corpo tem sido a forma predominante para o conteúdo das pautas desse segmento.

Nos quatro dias analisados, foram exibidas 104 matérias, sendo 73 com o foco principal sobre mulheres e 31 sobre homens (inclusive as que começam com o foco na mulher ou no homem e se desloca para um casal), o que deixa claro uma hegemonia do foco sobre o feminino.

Assim, o trabalho acaba por confirmar a hipótese postulada sobre a objetificação do corpo como um elemento estrutural do programa TV Fama. Acreditou-se que ele se destacaria mais do que o corpo masculino, o que foi comprovado. Ainda que o corpo masculino também seja objetificado (comumente com celebridades sem camisa), o da mulher predominou neste tempo de recorte da pesquisa (a exceção, geralmente, de mulheres com mais idade, como Nana Caymmi).

Este programa, que se apresenta como um misto de jornalismo e entretenimento, reflete uma prática midiática recorrente: a exploração visual do corpo como recurso atrativo para audiência. A centralidade do corpo não é apenas uma característica do conteúdo, mas também uma estratégia de mercado que visa capturar a atenção do público em um cenário competitivo de comunicação.

Um tempo maior de análise poderia fornecer mais subsídios para esta conclusão, mas a existência de um quadro como o “Giro das Gatas”, exclusivamente focado em mostrar as belas mulheres celebridade fazendo qualquer atividade, desde que estivesse de biquini ou uma roupa mais sensual, transparente. Vale notar ainda que o quadro, durante essa semana analisada, contou com todas as mulheres seguindo um “padrão” (corpos magros) que não fugia a essa regra.

Mesmo que foco seja outro que não o corpo, as imagens que ilustram as matérias comumente enfatizam a sensualidade com fotos extraídas das redes sociais das personagens das reportagens, buscando, possivelmente, atrair e manter um

telespectador que estaria zapeando os canais, algo que poderia ser pesquisado por trabalhos com foco em recepção ou ainda que realizem entrevistas com produtores do programa.

O corpo é retratado como espetáculo, reforçando estereótipos de gênero e padrões de beleza que moldam a percepção social sobre as celebridades e suas vidas. Isso indica que o programa, como parte de uma indústria maior, não apenas reproduz, mas também alimenta a cultura da objetificação, onde o valor simbólico da figura humana é mediado por padrões midiaticamente construídos.

E como são utilizados os corpos para chamar a atenção de quem assiste ou passa pelo programa podendo assim, ser uma estratégia para que obtenha uma maior audiência nos dias de exibição e para seu público que já acompanha fielmente.

Trata-se, como se pode notar, portanto, de um tema e um objeto em sua maior parte e ao usar as imagens parece não mostrar o que elas são além de seu corpo, mesmo elas tendo suas carreiras e feitos, tudo parece a se resumir a uma foto que foi mostrada e que chamou a atenção pela exposição que possui.

Matérias mais curtas mais que em sua maioria o foco e nela, sendo que muitas delas possuem uma carreira brilhante e buscar trazer mais vezes, os feitos delas como celebridade que são e não somente de um objeto que chame a atenção ao ser vista em uma foto, e que essa foto não seja utilizada para defini-la.

Esse tema ainda pode gerar mais análises futuras com diferentes recortes, já que mostra uma variedade de assuntos em que envolve a mulher, seu corpo e como a mídia as vê.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALEXANDRA, Rita. **Micro, macro e megainfluencers no Instagram: o efeito do número de seguidores e da relação pessoal com a audiência no poder de persuasão.** 2019. Dissertação (Mestrado em Marketing) – FEP Faculdade de Economia Universidade Porto Alegre – 2019.

CRISTINE, Luciana. **Os limites do jornalismo de celebridade: caso Klara Castanho.** 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Universidade Federal de Ouro Preto. Mariana.

DEJAVITE, F. A. **INFOTenimento: informação + entretenimento no jornalismo.** São Paulo: Paulinas, 2006.

DIÁRIO DO GRANDE ABC. **TeleTV compra Rede Manchete por US\$ 608 milhões.** 09 maio 1999. Disponível em: <https://www.dgabc.com.br>. 1999.

DRIENSENS, Olivier. **A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade.** Ciberlegenda, n.31, 2014.

ESPANÇO DO CONHECIMENTO UFMG. **História da televisão.** Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/historia-da-televisao/#:~:text=As%20primeiras%20transmiss%C3%B5es%20surgem%20ao.> 2022.

FALCÃO, Carllysângela Silva. **O infotenimento jornalístico em rede: reconfigurações e desafios do jornalismo contemporâneo.** 2017. 217 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

FÁTIMA, Júlia; AZEVEDO, Leonel. **O infotenimento no jornalismo: estudo de caso sobre o programa Greg News.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

FERNANDES, Paula. **Webcelebridades e a ilusão paradoxal da intimidade: o fã em torno dos YouTubers brasileiros.** Dissertação Mestrado em Comunicação. Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2018.

G1. **Primeiro vencedor do BBB: Turma do Didi, ensaio nu e vida nos EUA; relembre a trajetória de Kleber Bambam.** 24 fev. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2024/02/24/primeiro-vencedor-do-bbb-turma-do-didi-ensaio-nu-e-vida-nos-eua-relembre-a-trajetoria-de-kleber-bambam.ghtml>. 2024.

LAUS VERAS, Aimorá L. **Desenvolvimento e construção da imagem corporal na atualidade: um olhar cognitivo-comportamental.** 2010. **Revista Brasileira de Terapias Cognitivas**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 94-117, dez. 2010.

LILIANE, Maria. **Infotainment no telejornalismo no cenário da convergência midiática: uma análise do Jornal Nacional**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação. Juiz de Fora.

LO-BIANCO, Alessandro. **Jornalismo de celebridades: a linguística como ferramenta editorial**. 1. ed. São Paulo: Clube de Autores, 2013.

LOPES, Andrey. **Jornalismo de celebridades nas mídias sociais: um olhar sob o perfil "Hugo Gloss"**. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), Faculdade Integradas de Fernandópolis – FIFE, Fundação Educacional de Fernandópolis FEF. Fernandópolis, 2022

LUANA, Sabrina. **Padrões de beleza na imprensa: uma análise da abordagem dos portais G1 e Universa UOL sobre explante de silicone**. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Runitter Faculdade de Comunicação Social. Porto Alegre, 2022.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2014. Petrópolis: Vozes.

MENDES, Lucas. **TV Fama: jornalismo alternativo ou entretenimento?** 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). (Graduação em Jornalismo) – Faculdade Pinheiro Guimarães.

MORIM, Agatha. **Mídias digitais e cobertura de celebridade na contemporaneidade: estudo de caso de Britney Spears**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

NA TELINHA. **A RedeTV!: Situação: No ar**. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/emissoras/redetv#:~:text=Situa%C3%A7%C3%A3o%3A%20No%20ar>. 2024.

**OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA**. A volta do jornalismo cor-de-rosa. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed825-a-volta-do-jornalismo-cor-de-rosa/>. Acesso em: 21 nov. 2024.

**OBSERVATÓRIO DA TV**. 19 anos de RedeTV!: relembre as atrações iniciais da emissora. Disponível em: <https://www.observatoriodatv.uol.com.br>. 2018.

**OMENA DOS SANTOS**, Adriana Cristina; **MOURA**, André Vítor Ferreira. **Jornalismo cor-de-rosa na revista Info Exame: do texto jornalístico ao uso da publicidade**. 2015.

**PRIMO**, Alex. **De narcisismo, celebridades, celetoides e subcelebridades: o caso Tessália e sua personagem Twittess**. 2010.

**PRIMO**, Alex. **Existem celebridades na blogosfera? Reputação e renome em blog**. *Líbero*, São Paulo. 2019. Artigo.

**R7.** Subcelebridades x celebridades: entenda como se cria a imagem pública de um famoso. 07 out. 2019. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/subcelebridades-x-celebridades-entenda-como-se-cria-a-imagem-publica-de-um-famoso-07102019>. 2024.

**REDE TV.** TV Fama – Programa completo de 01/08/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-01-08-24-%7C-completo>. 2024

**REDE TV.** TV Fama – Programa completo de 02/08/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-02-08-24-%7C-completo>. 2024.

**REDE TV.** TV Fama – Programa completo de 29/07/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-29-07-24-%7C-completo>. 2024.

**REDE TV.** TV Fama – Programa completo de 30/07/2024. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama/videos/todos-os-videos/tv-fama-30-07-24-%7C-completo>. 2024.

**SANTOS**, Glenda Louise Pereira; **TAVARES**, Michele. Webcelebridades: em busca do entendimento do fenômeno. 2018.

**SANTOS**, Rivanda. Jornalismo de celebridade: análise de conteúdo da revista Caras. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

**SILVEIRA**, Yuri. Infotainment: **a hibridização entre o jornalismo e o entretenimento. Análise do programa O Bola nas Costas**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Faculdade São Francisco de Assis graduação em jornalismo. Porto Alegre

**SIMÕES**, Paula Guimarães. **Celebridades na sociedade midiaticizada em busca de uma abordagem relacional**. 2018. Mestrado em Comunicação Social. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

**SIMÕES**, Paula Guimarães. **Celebridades na sociedade midiaticizada: em busca de uma abordagem relacional**. Revista Eco-Pós, 2013, v. 16, n. 1, p. 104-119, jan./abr.

**TUDO SOBRE TV BLOG.** História da TV: 50 anos. Disponível em: <http://www.tudosobretv.com.br/historia/tv50.htm#:~:text=O%20primeiro%20programa%20transmitido%20%C3%A9,a%20poetisa%20Rosalina%20Coelho%20Lisboa>. 2024.

**TVPEDIA BRASIL.** TV Fama: uma reportagem que fala sobre o programa. Disponível em: [https://tvpediaBrasil.fandom.com/pt-br/wiki/TV\\_Fama](https://tvpediaBrasil.fandom.com/pt-br/wiki/TV_Fama). 2024.

**UOL.** Site oficial da RedeTV. Disponível em: <https://www.redetv.uol.com.br/tvfama>. 2024.