

CAPA DE REVISTA: UM GÊNERO JORNALÍSTICO OPINATIVO?

CASTRO, Bruna Daniele Souza de¹; MASTELLA Veronice²

Palavras-Chave: Revista, Gêneros, Opinião;

Introdução

A mídia, em especial a imprensa, hoje, trata-se de uma espécie de palco contemporâneo do debate público, onde as representações substituem a própria realidade. Os grandes ou importantes temas ligados não são mais discutidos na praça como na Grécia Antiga, mas nos meios de comunicação de massa. A praça ateniense da contemporaneidade deslocou-se para os jornais, revistas, emissoras de rádio e TV, internet. Na cultura jornalística, logo, a capa de revista tem grande apelo junto ao público, visando à captação da atenção do leitor, informando-o a respeito dos principais temas abordados e motivando-o a comprá-la. Constituída de linguagem verbal e icônica, extremamente sintética, concisa e com elementos de elevado conteúdo semântico, além de informar (anuncia os fatos “mais importantes” abordados na edição) e persuadir, ela, aparentemente, também pode opinar. Sob esse ponto de vista, Vilas Boas (1996) explica:

“[...] ela preenche os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão. Além de visualmente mais sofisticada, outro fator a diferencia sobremaneira do jornal: o texto. Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário. A reportagem interpretativa é o forte.” (VILAS BOAS, 1996, p.9).

O fato é que existem efeitos pretendidos pelas estratégias discursivas e, no caso da capa da revista *Veja*, há um sem-número deles. A publicação começou a circular em 1968, no auge repressivo do estado - que se encontrava imerso em um regime de extrema direita - e desde então muitos debates foram levantados acerca do que seria o texto *Veja* e de que modo este prospectaria mais adeptos a cada nova edição.

¹ Acadêmica do Curso de Comunicação Social da Unicruz. brunadiario@bol.com.br

² Orientadora. Docente da Unicruz. vmastella@brturbo.com.br

Ainda que tais questionamentos se sustentem devido à importância da revista no inconsciente coletivo, investigar sua capa – enquanto membro dissociável do resto – torna-se um exercício mais satisfatório no processo de estudo, dado o seu caminho em, de certa forma, agradar ao leitor: Segundo Sérgio Vilas Boas “*Veja se mantém fiel ao seu leitor, à medida que busca satisfação visual na escolha dos personagens de uma determinada notícia.*” Trata-se, em outras palavras, de um cuidado meticuloso também com quem/o quê sai impresso em suas capas.

A capa de revista, vista desse contexto multifacetado, encontra-se sua definição em aberto, visto que, na cultura jornalística, revela-se um meio de representação, mergulhado em aspirações e implícitos. Constituída pelas linguagens verbal e icônica, extremamente sintética, concisa e com elementos de elevado conteúdo semântico, além de informar - anuncia os fatos “mais importantes” abordados na edição - e persuadir - motiva o leitor a adquiri-la - ela, aparentemente, também pode opinar, manifestando a posição do enunciador a respeito do fato mais importante por ela apresentado.

Ainda que estudos sobre gêneros jornalísticos não a situem na categoria dos opinativos, é possível notar uma crescente ocupação desses espaços para dizer além do que seria pertinente esperar. Em outras palavras, por mais que se queira renegar esse papel ativo da capa – enquanto mediadora social – sua função existe e está latente na sociedade. Entendendo gêneros, desse modo, não só como meras variantes textuais, mas também como uma forma de tipificação do social, uma vez que dão forma e organizam a vida das pessoas, promovendo atividades, Bakhtin (2003) esclarece:

“A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana. O enunciado reflete as condições específicas e as finalidades e as finalidades de cada uma dessas esferas.” (BAKHTIN, 2003, p.279).

Metodologia

Para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso será necessária a compra de cinco edições da Revista Veja, durante 5 semanas consecutivas. Isso para que seja possível realizar uma observação e verificar qualitativamente os elementos presentes em suas capas. Após a efetuação desse processo, serão elencadas diretrizes de avaliação do que foi percebido nas capas, considerando os planos lingüístico, semiótico e de gênero, a fim de chegar a um consenso. Tais capas também serão

analisadas por um grupo focal – professores e alunos de Jornalismo. Os membros do grupo deverão, após visualizar as capas da Revista Veja, responder a três perguntas básicas:

- Você identifica alguma posição/opinião dos enunciadores em relação ao assunto abordado pela revista e com destaque na capa?
- Em que medida, isso se explicita?
- Quais elementos constroem essa posição/opinião?

Também será realizada pesquisa bibliográfica com autores pertinentes ao tema para uma posterior análise dos dados e das considerações em destaque.

Conclusão

Assim como existem diferentes mídias, o modo como se apresentam ao receptor também se notabiliza pela diferença. O texto evoluiu, segundo peculiaridades indissolúveis presentes na natureza de cada uma – rádio, televisão e internet, além da impressa. Enquanto na televisão, por exemplo, há o suporte da imagem em movimento e a necessidade de ser breve, visto que o tempo é curto, na mídia impressa, os repórteres podem abusar dos detalhes e trabalhar a pauta com mais profundidade.

No caso da revista, há o fator de segmentação, que busca privilegiar diferentes ramos do conhecimento humano e supri-los com abordagens interessantes. Partindo disso, é indiscutível sua riqueza de análise, pois mexe com o lado oculto do leitor, com aquilo que ele procura, quase que instintivamente.

Referências

ALBERT, P; TERROU, F. **A História da Imprensa**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e Linguagem – Discurso e Ciência**. São Paulo: Moderna, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CANAVILHAS, João Messias. **Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web**. Portugal, 2001. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em 7 jun. 2011.



XVI SEMINÁRIO
Interinstitucional de Ensino,
Pesquisa e Extensão

04, 05 e 06 de out. de 2011
no Campus Universitário

Universidade no
Desenvolvimento Regional

XVI MOSTRA
de Iniciação Científica

IX MOSTRA
de Extensão

www.unicruz.edu.br/seminario

SANTAELLA, Lúcia. **A Percepção - uma teoria semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2006.

VILAS BOAS, Sérgio. **O Estilo Magazine – O texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.