



PRADO, José Luiz Aidar. Regimes de visibilidade em revistas: análise multifocal dos contratos de comunicação. CD-ROM do Grupo de Pesquisa em Mídia Impressa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP).

Imagem: uma rica discussão disponibilizada em DVD

Image: a rich discussion available on DVD

Emerson dos Santos Dias*

É desgastante e complexo analisar revistas ditas de comportamento, quando a intenção é embrenhar-se em temas como beleza, saúde, moda, bem-estar, sucesso, sexualidade, entre tantas outras, e oferecer observações e dados que possam se cruzar em resultados compreensíveis ou pelo menos mapeáveis para serem absorvidos por pesquisadores em trabalhos futuros. Em tempos de buscas aleatórias feitas via internet, um trabalho de fôlego que visa destrinchar inúmeras edições de 28 revistas brasileiras em centenas de análises (feitas por 34 autores com respeitadas produções acadêmicas) teria que ser publicado digitalmente e oferecido por meio de índices multimidiáticos.

O projeto desenvolvido pelo Grupo de Pesquisas em Mídia Impressa da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), coordenado pelo professor e pesquisador José Luiz Aidar Prado, abarcou tal proposta e a análise multifocal das revistas resultou em mais de 1,5 mil imagens (entre capas das edições, fotografias e seções internas), cerca de 500 textos (formatados em agendamentos temáticos) e 400 vídeos, nos quais os analistas falam ao “leitor-navegador-pesquisador” sobre assuntos diversos.

Seria um erro enquadrar *Regimes de visibilidade em revistas* como um *e-book* (é oferecido em DVD) ou como um relatório digital de pesquisa. O grupo responsável pelo trabalho parece desenvolver um processo similar ao utilizado pelos atuais consumidores de periódicos, sejam eles comportamentais ou estritamente jornalísticos, que literalmente buscam

* Graduado em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Especialista em História e Sociedade pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Mestre em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Londrina, onde atua como professor colaborador. Também é professor do curso de Comunicação Social da Faculdade Maringá (Cespar).

informações sobre um assunto específico por meio de várias plataformas (textos, vídeos, *audiocasts*, fotografias etc.).

Como não há mais uma tentativa de submissão em que a revista – detentora da verdade – oferece a melhor fórmula para emagrecer ou para ter sucesso profissional ou ainda para melhorar a relação entre casais, os idealizadores do projeto deixam claro que os periódicos se converteram em “mapas cognitivos” que oferecem inúmeros caminhos (que se interligam ou interdependem, como um creme que precisa de um equipamento de massagem) para o consumo não só de objetos ou serviços, mas de “discursos para transformação”.

O grupo se ampara no pensamento de Zygmunt Bauman para ambientar os valores da atual sociedade líquida permeada por tecnologias salvadoras para o corpo e a mente. Durante a navegação pelos resultados desta análise multifocal são destacadas as “modalizações”, as formas que as revistas oferecem ao leitor para que ele “aprenda” o que deve ser feito para ser saudável, malhado, amado e feliz. São processos de “soluções individualizantes” que carregam referências modernas de exclusão: expor o traço do outro, aquele que está fora do padrão corpóreo e comportamental de saúde e felicidade. Este processo excludente não é novo (vem sendo observado por teóricos da comunicação desde o século passado), mas ganha novos focos de análise quando condicionado à homogeneização de objetos e discursos (de relógios caros a padrões de beleza e felicidade) que integram uma rede de equivalentes, resumindo a sociedade a dois grupos: os “Mesmos” e os “Outros”.

Outra condicionante pós-moderna encontrada nas revistas analisadas é a imposição do bem-estar como produto e do gozo como imperativo. A satisfação com a saúde, o trabalho ou com uma simples refeição deve alcançar níveis orgásticos, já que vivemos a cultura do excesso. Porém, as análises mostram que o “mal-estar tem valor” (Introdução, tópico 7) que é mensurado pelo lucro com antidepressivos, por exemplo. A psicanalista Maria Rita Kehl¹ é citada algumas vezes em

¹ Um ótimo exemplo de profissional que utiliza bem os multimeios para expor suas pesquisas e análises, a começar pelo próprio site: www.mariaritakehl.psc.br

texto e vídeo (embora ela não apareça como referência na bibliografia do trabalho) para lembrar que “nosso mundo não permite tristeza e melancolia”. Estes sentimentos são nomeados como depressão e tratados com remédios.

Depressão, aliás, pode ser encontrada no espaço de “busca” do DVD em quatro grandes temas: moda e beleza; saúde e bem-estar; sexualidade; trabalho e lazer. Também no *link* “busca”, as revistas são segmentadas em sete temas ou gêneros (femininas, masculinas, jovens, negros, homossexuais, executivos, bem-estar). É preciso digitar a palavra-chave para encontrá-la nestas subdivisões.

No índice geral estão três listas: analistas entrevistados, os agendamentos temáticos e as revistas propriamente ditas (ao clicar sobre um título, surgem todas as edições pesquisas). O trabalho possui uma característica obviamente randômica, mas não é caótico. O processo de leitura segue por meio do instinto do leitor que, ao clicar sobre um tema, vê surgir novos tópicos (subtemas ou edições com temáticas similares) ao lado de textos analíticos. Para facilitar a compreensão dos leitores que não atuam na área de pesquisa em mídia impressa ou em comunicação e semiótica, foram elencados 47 verbetes para consulta rápida. Ali estão breves descrições a partir do foco discutido pelo grupo. Para tratar do termo “discurso”, por exemplo, os autores usaram o dicionário² de Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau como rápida referência. No entanto, o termo é abordado com amplitude no corpo teórico da pesquisa (com direito a tópico e a novos *links* de exploração).

Para testar o processo de análise multifocal do DVD, esta resenha escolheu a palavra “educação”, que não consta nos índices pré-estruturados. A busca resultou em quatro vídeos, dois textos analíticos e 26 edições de revistas envolvendo o tema. Entre os entrevistados está a mestre em Educação pela Universidade de São Paulo (USP), Cirena

² CHARAUDEAU, Patrick, MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

Silva. Após analisar duas revistas (*Raça e Alternativa*), ressaltou os riscos do uso pedagógico destes periódicos. No vídeo, ela faz um alerta aos professores de ensino fundamental e médio que trabalham com textos das revistas para debater a cultura afro-brasileira em sala de aula, pois a imagem/mensagem ali exposta não serve como modelo de sucesso ou de qualidade de vida sem que o processo de construção histórica da população negra no Brasil seja trabalho com os alunos.

Ao fazer *link* com outro tema (“adolescência”), o resultado apresentou 11 vídeos debatendo o assunto, entre eles o da psicóloga da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ), Lais Fontenelle. Ao analisar revistas *teen*, ela não apenas discute o processo de aprendizagem e de relacionamento dos adolescentes (mútuo e também com o mundo adulto) como também levanta uma grande questão que envolve praticamente todas as revistas pesquisadas: as crianças erotizadas e os adultos infantilizados. “No meio do caminho, a juventude impera.” É o desejo de manter-se no meio da trajetória humana que causa angústia e as atitudes dos leitores-usuários das revistas mostram isso: congelar a juventude por meio de cosméticos, terapias, alimentação, musculação, cirurgias, compra de acessórios que aproximam todas de uma padronização.

A interação citada acima (educação > cultura afro-brasileira > criança > adolescente > erotização > adulto) é um exemplo de como o processo aleatório de investigação feito pelo usuário do DVD pode resultar em caminhos produtivos para novos pesquisadores, mesmo que estes caminhos compartilhem soluções e interrogações ao mesmo tempo. Talvez o único detalhe a lamentar seja a baixa resolução das fotografias e textos escaneados. Como são referências elementares das análises, as imagens poderiam oferecer opção de duplo *click* para ampliação de leitura ou observação. Ainda assim, o trabalho articulado pelo Grupo de Pesquisas em Mídia Impressa da PUC/SP merece ser bem recebido pelo conteúdo e também pelo formato inovador que nos convoca para olhar e enfrentar outros olhares.