



12º Simpósio de Ensino de Graduação

ANÁLISE DAS MATÉRIAS DE CAPA DA REVISTA ÉPOCA

Autor(es)

LUCAS GIAN GUIZO
STEFANIE ALVES DE ARAUJO
LAIANE MARIA GASTALDELLO

Orientador(es)

BELARMINO CÉSAR GUIMARÃES DA COSTA

Resumo Simplificado

Apesar de as mídias digitais se introduzirem de forma vertiginosa no jornalismo, as revistas de variedades resistem no mercado, adaptando sua plataforma e seguindo as necessidades de informação da sociedade contemporânea. A revista impressa ainda é vista pelo leitor como um meio de comunicação com demasiada credibilidade. Isso garante mais atenção do público em suas páginas, e consequentemente, a necessidade de manter responsabilidade na produção do conteúdo informativo. A pesquisa desenvolvida na disciplina Teorias do Jornalismo, no 5º. Semestre, fomentou discussões acerca da produção informativa da revista Época, com fundamento: I - no conceito de critérios de noticiabilidade, quando estes lidam com “proximidade” e “atualidade” descritas por Nilson Lage; II - na Teoria do Newsmaking, tal como formulada por Felipe Pena. Foram analisadas três reportagens de capa das edições datadas em: 17/03, 24/03, 31/03 de 2014. A escolha da revista Época se deu porque ela traz diversos temas e o nome da revista sugere abordagens sobre notícias atuais, factuais e com dimensão global. As três reportagens principais de capa foram consideradas separadamente, de forma que as teorias sobre critérios da construção da notícia pudessem orientar a percepção no formato da capa e na hierarquia dos assuntos de capa. Na reportagem “A Dança que Emagrece”, a revista optou por seguir padrões estéticos como recurso para atrair a atenção dos seus leitores antes do enfoque na promoção da saúde, uma decisão que acompanha os padrões da sociedade imagética. O tema poderia estar em outra edição (pauta fria), contudo, para dar sensação de novidade foram enfocadas danças pouco conhecidas, uma estratégia do jornalismo para demarcar atualidade, diferenciação. “Chega de Facebook” é uma reportagem que evidenciou a importância estratégica das mídias sociais e o tema na capa foi considerada uma estratégia de proximidade com o leitor, que tem a condição de envolvimento no ambiente sociocultural permeado por tecnologias digitais, com ênfase na internet e nas condições de interação e mobilidade. A realidade construída pela revista aborda as mídias sociais, apresentando ao leitor novas opções, menos populares. Na reportagem “O Brasil pede Água”, aproveitando o dia da água, comemorado em 22 de março, a revista abordou o problema da falta do recurso natural criando uma atmosfera de preocupação do leitor. A revista, quando descreveu impressões pessoais de um jornalista pessimista com relação ao futuro, abordou o tema de forma mais opinativa, sendo esta uma característica da linguagem das revistas semanais. Conclui-se que quando bases teóricas são aplicadas em produtos informativos, novas hipóteses, questionamentos e compreensões sobre o processo de produção jornalística, tanto da revista Época, quanto de todos os outros veículos de comunicação podem ser levantadas. A forma, os interesses, as percepções dos profissionais de comunicação podem ser muito bem percebidas quando as produções são analisadas em seus componentes estéticos, técnicos e de conteúdo. O jornalismo, e a profissão de jornalista, têm suas práticas e podem ser investigadas a partir dos critérios que definem a notícia, a hierarquia dos fatos e sua relevância social.