

FORMA E FUNÇÃO: UMA ANÁLISE DA CONFIGURAÇÃO DO GÊNERO EDITORIAL NAS REVISTAS *MUNDO ESTRANHO* E *SUPER INTERESSANTE*

Felipe de Sousa Jacob*

RESUMO: Os gêneros textuais são efetivações de enunciados em situações de uso com certa regularidade. E na tipologia dos gêneros, o editorial é um dos mais curiosos por funcionarem no meio jornalístico como expositores de posicionamento acerca de determinado assunto e demarcarem a identidade editorial da revista. Desta forma, o presente artigo pretende, na perspectiva de Miller (2012), Bakhtin (2003), Bhatia (1997), Carvalho (2005), Martins (2008), explorar o gênero através das categorias de análise delimitadas como: função comunicativa, parâmetro de situação social, estilo e a interação com o público leitor. Ou seja, o intuito da pesquisa é observar e caracterizar o comportamento do editorial nas revistas *Mundo Estranho* e *Super Interessante*, pertencentes ao Grupo *Abril* e estabelecer uma análise comparativa entre as categorias e verificar de que maneiras se dá a interação da instituição-revista com leitor-consumidor.

PALAVRAS – CHAVE: Gênero. Editorial. Regularidade. Comparação. Interação

ABSTRACT: The genres are functionings of statements in use situations on a regular basis . And in the typology of genres , the editorial is one of the most curious to work in the journalistic means as positioning exhibitors about certain subject and demarcate the journal's editorial identity. Thus, this paper aims at Miller's perspective (2012) Miller (2012), Bakhtin (2003), Bhatia (1997), Carvalho (2005), Martins (2008), explore the genre through the categories of analysis defined as: communicative function , social status parameter, style and interaction with the reading public . That is, the research purpose is to observe and characterize the editorial behavior in magazines *Mundo Estranho* and *Super Interessante*, belonging to the *Abril* Group and stablish a comparative analysis between the categories and see the ways in which occurs the interaction of institution - magazine with reader - consumer.

KEYWORDS : Genre. Editorial . Regularity. Comparison. Interaction

1 INTRODUÇÃO

O uso efetivo da língua, segundo Bakhtin (2003), se dá através de enunciados. Esses enunciados são definidos como eventos únicos de representação e refletores de atividades da comunicação humana. Os enunciados são efetuações do emprego do sistema linguístico e representam qualidades específicas do ato de enunciar com uma finalidade comunicativa marcada. Não só pelo conteúdo, como pela situação ou mesmo pelas escolhas lexicais e gramaticais que a língua oferece.

* Mestre em Letras pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Graduado em Letras- Português pela mesma instituição. E-mail: felipesjacob@gmail.com

Quando estes enunciados de acontecimento único passam a apresentar regularidades demarcadas em situações mais ou menos parecidas, seja pelo conteúdo temático que apresentam, pelo estilo que utilizam e pela estrutura composicional são denominados “gêneros do discurso”. Os gêneros do discurso, segundo Bakhtin (2003), são definidos como enunciados dinâmicos que apresentam, em determinado campo de utilização, relativa estabilidade.

Os gêneros, por serem uma representação da atividade humana de comunicação, são detentores de inexauríveis possibilidades composicionais, visto que as possibilidades de produção são tão crescentes quanto a produção de novos enunciados para novas situações de uso. Esses elementos detentores de certa estabilidade têm crescido de forma considerável no ambiente linguístico através do desenvolvimento de áreas discursivas variadas.

É nesse sentido que pretendemos, no presente artigo, abordar a perspectiva analítica comparativa no gênero editorial atuando em uma visão comparativa entre duas revistas pertencentes a uma mesma editora, na intenção de perceber de que maneira esse gênero se comporta de acordo com o público leitor a que se destina, bem como observar as categorias mais comuns ao gênero.

2 CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS

2.1 A CLASSIFICAÇÃO DE GÊNERO SEGUNDO MILLER (2012)

Os gêneros retóricos são definidos, segundo Miller (2012) através de semelhanças de formas discursivas, de audiências e de situações retóricas. Muitos teóricos criticam essa abordagem por acreditarem que esse tipo de análise provoca uma determinação muito formalista e conseqüentemente uma taxonomia que eles consideram como inúteis. E, apesar de receber inúmeras críticas por isso, Miller (2012), baseando-se em Patton (1975) e Conley (1979), crê, ainda que com ele não concorde muito, que “a classificação é necessária à linguagem e à aprendizagem” (2012, p.22) . Desta forma, Miller argumenta que uma definição de gênero apropriada é aquela que se baseia não só na forma ou na substância, mas na ação social que determinado gênero exerce para a sua realização.

Com o desenvolvimento dos estudos linguísticos, muitas inquietações sobre o estudo dos gêneros surgiram e é nelas que as análises de gênero têm ganhado espaço,

sobretudo através da vertente do gênero como uma ação social, defendida por Carolyn Miller (2012) e seguida por muitos estudiosos da área.

A tendência de análise de Miller (2012) é uma das mais trabalhadas nos estudos de gênero, por ser uma abordagem que contempla os usos sociais e os papéis que exercem para sua definição como tal. Bem como formam um viés teórico mais próximo à materialização do discurso como representação de usos linguísticos.

A classificação do gênero como uma reunião de vários enunciados que mantém uma conexão direta de recorrência, segundo Miller (2012), é baseada na disposição dos discursos em diversas classes. Estas são agrupadas através das semelhanças que possuem e também apreciam a perspectiva de compreensão que provoca nos usuários do gênero. Ou seja, os usuários devem estar cientes da importância do discurso que estão empregando ao utilizarem determinados gêneros e em que situações estes devem ser empregados em vez de outros.

A categorização dos gêneros, segundo Miller (2012), aplica sua abordagem a partir da perspectiva semiótica, por levar em conta princípios substanciais, formais ou mesmo de uso discursivo, pois segundo a autora a classificação de um gênero deve partir da representação da ação humana de uso ligada ao contexto situacional em que o enunciado se efetiva e não somente à forma que determinado gênero pode apresentar.

Uma discussão é traçada acerca das noções de Motivo e Situação. Estas expressões são postas às vistas por Miller (2012) através das fundamentações de Kenneth Burke (1969) e de Campbell e Jamieson (1982)¹ para assim levar em conta os atos retóricos como um arranjo de formas reconhecíveis e detentoras de dinâmica interior. Fundamentando ainda mais as explicações sobre os gêneros através das reflexões importadas das autoras supracitadas, bem como da relação situação e discurso instituídos por Bitzer (1968) através da rotulação de situação retórica, e a conceituando como relações pessoais que remetem à “exigência”. Além de pontuar a ideia de “situação recorrente” como uma observação desejável para a análise dos gêneros, apesar de não aplicar o próprio termo.

¹ Os autores Patton (1975), Conley (1979), Campbell e Jamieson (1982) e Bitzer (1968) são precursores de Miller (2012) e tratam sobre as noções de gênero e o hibridismo retórico. A exemplificação é feita para expor tão somente as discussões da autora até a concretização à teoria do gênero como um objeto de ação social. As noções puras de que tratam esses autores não serão aprofundadas neste trabalho, por não fazerem parte da abordagem que pretendemos empreender.

Ainda no viés instituído por Campbell e Jamieson (1982), Miller (2012) expõe que o método apresentado pelas autoras cumpre com a prerrogativa relevante quanto à prática discursiva, pois verifica que os gêneros são, na verdade, retornos às situações de demanda através de traços formais que se adequam a uma situação específica. Ou seja, “o gênero, dessa maneira, torna-se mais que uma entidade formal, ele se torna pragmático [...] um aspecto da ação social” (2012, p.24).

Sendo assim, a crítica maior feita é a de classificação e delimitação dos gêneros, visto que estes itens do discurso são frutos situacionais e que, assim, o seu uso irá sempre constituir um número cada vez maior de gêneros, tornando ao analista cada vez mais complicado enumerar e nomear todos os gêneros que são criados. No entanto, eles são nomeados, visto que as situações de uso serão as detentoras das tarefas de denominação.

2.2 A CONTRIBUIÇÃO DE RECORRÊNCIA DE CARVALHO (2005) COMO ANÁLISE

Ainda na ideia de gênero como ação social, surge uma abordagem de análise de Bazerman (1994) que, segundo Carvalho (2005), trabalha com a ideia de regularidade nas situações recorrentes que configurariam os gêneros. Essas regularidades tratariam dos aspectos de recorrência na forma, no conteúdo, intenção de enunciar ou situação enunciativa em que se apresenta. E sustentam os gêneros com determinados rótulos por proporcionarem um reconhecimento pelos usuários da língua para determinados âmbitos de usos destes em situações específicas. Quer dizer, os gêneros são rotulados através da recorrência e permitem ao usuário da língua os identificarem e utilizarem para o fim que lhe é atribuído através de um reconhecimento coletivo. Então, sendo eles recorrentes é possível estabelecer semelhanças na manifestação dos gêneros, apesar de o suporte em que estejam sendo apresentados se diferenciem, pois o que irá conformá-los é o reconhecimento dos usuários.

2.3 A REGULARIDADE COMO CATEGORIA DE ANÁLISE: OS PROPÓSITOS COMUNICATIVOS

Adentrando ainda mais na perspectiva da regularidade tem-se como categoria de análise e identificação dos gêneros os propósitos comunicativos. Segundo Swales (1990), os propósitos comunicativos seriam critérios operadores de um gênero e permitem a validação e

definição dos gêneros que são utilizados em determinadas esferas comunicativas. E no caso dos editoriais, objeto da nossa análise, teríamos um gênero que se constitui dentro da esfera jornalística e de caráter opinativo-institucional. Além disso, ainda segundo o autor, esses elementos funcionariam como uma espécie de proteção a quaisquer tipos de análise apoiadas apenas em aspectos de percepção simplista e de certa forma preestabelecida.

2.4 O ESTILO, A CRIATIVIDADE E A INTERAÇÃO

Uma categoria de análise que merece ser mencionada e abordada por servir de base para a delimitação do gênero em uma visão particular e direcionada a um propósito ou função específica de uso é o estilo. Esta categoria, segundo Guiraud In: Martins (2008, p.19), “é o aspecto do enunciado que resulta de uma escolha dos meios de expressão, determinada pela natureza e pelas intenções do indivíduo que fala ou escreve”. Ou seja, seriam as escolhas que o produtor do editorial faz com intenções de atrair ou mesmo de estabelecer vínculos entre a pessoa jurídica da revista e a pessoa física do leitor.

Essa categoria é bastante trabalhada, pois funciona como um fator definidor de caráter de escrita que encontra – se adaptado ao público a que se direciona, bem como da política editorial e linguística que será adotada nos outros segmentos de escrita no decorrer da publicação.

Complementando essas perspectivas teóricas, nos fundaremos também nas percepções de Bhatia (1997[2001]) que além de trabalhar com as abordagens dos tipos de ações retóricas, das regularidades e com os propósitos comunicativos, traz três abordagens que auxiliam a perspectiva analítica: o conhecimento convencional, que é a integridade que cada gênero possui, no nosso caso seria o editorial como um veículo direto de comunicação entre a revista e o leitor; a versatilidade, que seria a descrição do gênero em seu comportamento em ação efetiva de uso; e a tendência à inovação, que permeia a natureza dinâmica que o gênero possui em sua especificidade em diferentes situações de uso ou mesmo em seu aspecto de tratamento pelo usuário. E, segundo Bhatia (1997 [2001]),esses gêneros estão adequados e situados por simularem, respostas às situações retóricas detentoras de certa similaridade determinada pela comunidade discursiva.

3 METODOLOGIA

Sobre o corpus que será analisado, temos os editoriais das revistas da Editora Abril: *Mundo Estranho* e *Super interessante*. Utilizaremos o total de treze editoriais, sendo 7 da *Mundo Estranho* e 6 da *Super*. A escolha destes editoriais ocorreu pelo fato de a revista *Mundo Estranho* ter originado da revista *Super Interessante*, pois a primeira surgiu como um caderno especial da *Super* e, devido ao seu grande sucesso, emancipou-se.

A nossa inquietação está na comparação destes editoriais com o intuito de perceber as regularidades entre estas produções escritas, bem como as diferenças na configuração de conteúdo ou mesmo estrutural. Quanto à escolha dos editoriais a serem analisados, consideramos verificar: os textos publicados dentro do período de no máximo um ano de publicação, nos detendo nas numerações entre os meses de Novembro de 2012 e junho de 2013; a peculiaridade dos textos no trato com o público leitor, como o acesso que tínhamos às publicações através de assinatura mensal. Essa escolha, de certa forma, é válida pelo fato de percebermos que a análise se dará pela verificação das categorias de análise instituídas por Bhatia (2008), Miller (2012), entre outros, e sua percepção de análise na esfera jornalística, apesar de o gênero discutido ser diferente do que normalmente é abordado por esses autores nas análises.

As categorias que serão abordadas para análise são: as funções comunicativas em ação no gênero, os parâmetros de situação social, o estilo e a construção do interlocutor em consonância com o público leitor. Sendo como critério de classificação a perspectiva da recorrência dentre as duas revistas e as numerações que publicam e a estrutura² a ser apresentada, por percebermos que essas características são essenciais na definição dos objetos que analisaremos.

Desta forma, na revista *Mundo Estranho* serão analisados os editoriais (sob o rótulo *Ao Leitor*) das edições: 131,132,133,134,139,140 e 141. E da revista *Super Interessante* serão analisados os editoriais (sob o rótulo *Escuta*) das edições: 314,315,316,317,319,320

²Compreendemos que um gênero deve-se levar em conta, em principal, a ação social que o gênero textual ou do discurso exercem, no entanto, as considerações sobre a estrutura nesse viés de análise serão importante, pois a estrutura contribui para o desempenho da ação social. E segundo Miller (2012) “To return, then, to the idea of genre as social action, rhetorical studies has tended to highlight two dimensions of genre, the intention/exigence dimension and the form/substance dimension, with genre somehow mediating these polarities ” (p. 67)

4 ANÁLISE DOS DADOS:

Antes de trabalharmos com a análise de fato dos editoriais das duas revistas, é interessante termos algumas informações sobre elas, principalmente àquelas repassadas por órgãos da mesma editora as quais elas pertencem, no caso o site Publiabril. E para esse órgão da Editora a Revista *Mundo Estranho* é considerada:

“A única revista para garotos do país. Irreverente, divertida e com uma linguagem visual forte, nasceu como um filhote da Superinteressante, especialmente voltada para aqueles leitores que queriam mais **curiosidades**. Com uma leitura rápida, clara e objetiva, tratando assuntos complexos de maneira **simples e divertida**, atraiu uma faixa de leitores mais jovens. Mundo Estranho **instiga** o adolescente que busca **conhecimento geral**, tornando-se uma ponte entre as revistas infantis e as adultas.” (www.publiabril.com.br/marcas/mundoestranho/)

E a própria revista Super interessante se considera:

“a maior revista jovem do País. Ela *inova* nas pautas com abordagens *criativas* para os temas que todos estão discutindo e antecipa *tendências*, contando para o leitor, em primeiríssima mão, aquilo que vem por aí. Superinteressante é a revista essencial para entender este mundo complicado em que vivemos, ajudando a separar a verdade do mito, o importante do irrelevante, o novo do velho – tudo de forma *surpreendente, provocativa e ousada*.” (www.publiabril.com.br/44)

4.1. PROPÓSITOS COMUNICATIVOS:

4.1.1 A AUTOPROMOÇÃO NOS EDITORIAIS

O propósito da autopromoção foi um critério bastante recorrente nos editoriais tanto da ME, quanto da Super. As publicações, representadas pela pessoa dos diretores de redação, utilizam desse recurso de autopromoção de maneira desmedida. Cremos que essa utilização seria uma maneira encontrada pelas revistas, pertencentes ao mesmo grupo de publicação, de intensificar uma propaganda de si mesmas e dos produtos inerentes à revista ou mesmo um autoelogio. A seguir verificamos alguns exemplos de autopromoção utilizados nas duas revistas:

Exemplos referentes à revista Mundo Estranho :

1. “A edição de abril, A Disney que Ninguém Vê, é a que mais circulou em 11 anos de *Mundo Estranho*. Foram 144.323 exemplares.” Ed.141

Na afirmação acima, percebe-se que a edição da revista que está mencionada foi tão bem aceita pelo público-leitor que foi considerada a mais vendida da história da revista, denotando qualidade em suas reportagens, expressa em números através da venda de uma de suas edições.

2. “[...] Foi dele também a palavra final que deu à ME o troféu de Revista do Ano no Prêmio Abril de Jornalismo em 2011.” Ed. 140.

A declaração acima demonstra mais uma vez como a revista se autopromove, denotando seu reconhecimento através da premiação em que é contemplada. Ao Valorizar, também, a integração entre as esferas maiores do Grupo Abril com a direção editorial da revista (o “ele” aí representado seria o Editor Geral do Grupo Abril, Roberto Cívita, falecido no mês de publicação da revista) para a conquista deste prêmio.

3. “E, seguindo o nosso ritual mensal, está nas bancas nosso novo especial: A volta ao mundo em 260 burradas.” Ed,139

Acima percebemos mais uma promoção de um dos produtos pertencentes à marca *Mundo Estranho*. Denotando, mais uma vez, a visão já defendida sobre esse propósito comunicativo a que o editorial se prontifica. Como também ao fato de que essa propaganda seria uma situação recorrente no gênero editorial que a revista veicula em sua publicação mensal, confirmamos essa possibilidade através do enunciado “seguindo o nosso ritual mensal”.

4. “Em 2012, publicamos 14 edições (duas em julho e duas em dezembro). Nossa produção de especial subiu de três para dez. Resumindo: o volume de circulação das revistas com o título *Mundo Estranho* cresceu 24% entre os anos 2011 e 2012.” Ed. 134

O fragmento acima mostra mais uma representação de autopromoção a que a revista *Mundo estranho* se propõe, visto que há uma comparação entre aumento de especiais, bem como o aumento na circulação dos produtos em um espaço de tempo tão curto, comprovando isso com um uso de números estatísticos.

Exemplos da revista *Super Interessante* que confirmam a ideia de autopromoção:

- 1 “Com uma reportagem criativa e inédita [...], um infográfico revelador [...] e uma edição primorosa [...]. Garanto que é uma matéria diferente de tudo que você já leu. Ed.320

No fragmento acima podemos destacar a efetivação do recurso de autopromoção. O que se confirma através do uso de adjetivos como qualificadores dos elemento que , pertencem a uma das reportagem da revista e que funcionam como um vangloriar de sua

própria produção editorial. Bem como a declaração de que a matéria produzida pela Super será um diferencial para quem lê.

- 2 *“Ficamos orgulhosos quando a equipe do TED nos convidou para trabalharmos juntos num projeto. [...] É a primeira vez que o TED faz uma colaboração deste tipo com uma revista, ‘e estamos adorando começar com uma publicação brasileira’, diz Deron Triff, do escritório nova-iorquino do TED. Ed.319*

Na declaração acima, temos mais uma demonstração de autopromoção da publicação, pois ela se orgulha de ter sido convidada para ser a primeira revista a trabalhar em um projeto com a Equipe do TED (uma famosa fundação sem fins lucrativos que promove conferências de divulgação de ideias ligadas à tecnologia e a aspectos ligados a ciência e cultura). E, o que confirma esse recurso de autopromoção é o fato de a empresa utilizar-se da fala de um representante da organização como fundamentação do que está sendo divulgado, como também enaltecendo a imagem da Super.

- 3 *“Já somos a maior revista mensal da Abril, temos a marca mais amada entre todas as revistas do País e somos um dos veículos publicitários mais admirados.” Ed.134*

No enunciado acima, a autopromoção se manifesta de forma clara e explícita, pois agora a revista faz afirmações de impacto e confiança como: “a maior revista”, “a mais amada entre todas as revistas do país”, “um dos veículos publicitários mais admirados”, o que configura uma promoção de que seus produtos, no caso as reportagens que produz são tão boas que eles não se incomodam em se autovangloriar.

4.1.2 TRATANDO DO ASSUNTO DA REVISTA

Outro propósito que encontramos na análise dos editoriais foi o que mais comumente é encontrado nos textos jornalísticos, que é o de discussão sobre o assunto mais importante a ser tratado na revista, normalmente se trata da reportagem de capa.

Tratando de assuntos a serem tratados na revista Mundo Estranho:

- 1 “Boa sorte, tá? Agora vamos falar da edição atual. Do mesmo jeito que tem música-chiclete, tem piada-chiclete. E todas as vezes que eu pensava na reportagem de capa desta edição, me lembrava do Didi Mocó repetindo: “Eu vou

popotizar você! Ele queria, claro, hipnotizar alguém. Pois bem: também vou hipnotizar você” Ed.131.

A edição 131 da Mundo Estranho tem como assunto principal a Hipnose e todas as prerrogativas que remetem ao controle da mente, fala também de elementos que configurem algum tipo de influência mental. Por isso, o interessante a observar como propósito é a maneira como o assunto é tratado no decorrer do editorial, como no exemplo acima, de forma lúdica e cômica (observável não só no uso da transcrição da fala de Didi Mocó, como na questão mais simplificada da linguagem para um melhor entendimento, que se adequa ao público a que se direciona).

- 2 “E, para não dizer que deixei de falar da edição da revista, fica aqui uma história. A P&R sobre os oito imortais, página 36, foi fruto da insistência do leitor Pedro Lemos Ferreira, de Contagem (MG).” Ed. 141

No fragmento acima, é possível observar essa exposição sobre o assunto a ser tratado na revista, no entanto ela não aprofunda muito, como normalmente faz em outras edições, e conseqüentemente se espera, pois outros assuntos foram tratados e o foco, e confirmamos nossa impressão ao vermos a declaração “para não dizer que deixei de falar da edição da revista”, não se aplica efetivamente em falar da revista, mas sim de manter uma relação entre a revista e o leitor demarcada pela exposição da motivação do assunto tratado na edição da revista. Percebemos, também, que a relação leitor e revista é bem estreita, mas trataremos disso mais à frente.

A seguir teremos alguns exemplos de editoriais que abordam de assuntos a serem tratados na *Super Interessante*:

- 3 “Esta edição fala muito sobre esse assunto: o valor das coisas. É esse o tema central da reportagem de capa. [...] Você vai ver que o governo tem culpa, assim como as empresas e sua alma monopolista. Ed.317

O excerto do editorial inicia com uma conversa breve e interativa do editor com o leitor. A partir desse mote, o assunto é introduzido de maneira bem tímida, inicialmente tratando dos custos que se tem ao comprar a revista, fazendo, inclusive, uma autocrítica e ao seguido de um agradecimento ao leitor por acreditar no produto adquirido. Em seguida, o editor trata do assunto diretamente falando sobre o assunto de capa e desperta curiosidade no

leitor ao fazer afirmações que permeiam o pensamento comum a todos os que se indignam com os preços dos produtos de consumo.

4 “É sobre isso a matéria de capa desta edição, que começa na página 38.” ed.320

A edição a que esse fragmento se refere é a que fala sobre a questão política do Brasil. O diretor de redação inicia seu texto com a argumentação sobre o mundo ideal, no âmbito político, que ele desejaria que sua filha (ainda na barriga de sua esposa) encontrasse. Assim, é possível perceber que o editor primeiro contextualiza o leitor acerca do assunto, através de associações cotidianas e depois delimita que o assunto que já foi preliminarmente comentado seria o foco da reportagem de capa. Bem como ao falar da filha o diretor estreita ainda mais a sua relação com o leitor.

Agora, após observar como as recorrências que demonstramos se apresentam nas duas publicações para formar a diferença que esse gênero apresenta, tentaremos detalhar em um quadro ocorrências:

| Revista Mundo Estranho | Revista Super Interessante |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Os assuntos ficam em segundo plano e quando tomam o primeiro plano possui um aspecto mais lúdico e diluído no texto. | Os assuntos geralmente se prestam em primeiro plano e sua determinação é dada através das expressões: "É sobre isso a matéria de capa" e "Este é o tema central da reportagem de capa" |
| O assunto, quando é tratado no editorial, é diluído no decorrer do texto funcionando mais como uma opinião pessoal do autor. | Já na revista Super, apesar de o assunto ser posto logo à prova de forma objetiva muitas vezes essa abordagem inicia como a opinião pessoal do autor ou da revista. Ou mesmo essa é a intenção que é pretendida ao leitor. |

4.2 O ESTILO E INTERAÇÃO

A escrita editorial é um dos elementos determinantes na definição da identidade e da postura que as publicações podem retratar. Essa maneira pode definir o público ao qual se direciona, o grau de proximidade que deseja alcançar e como as percepções ideológicas podem influenciar ou mesmo se aproximar da realidade de quem lê. Ou seja, a linguagem que é trabalhada no decorrer dos textos deve estar adequada ao público leitor a que a revista está

sendo direcionada. Trataremos a seguir de um elemento bastante interessante que apareceu como um diferencial: o estilo. Verificaremos que as duas publicações adequam sua linguagem de acordo com o espectador que lhe é fiel. Vejamos a seguir alguns exemplos em fragmentos de editorias das duas publicações da revista Mundo estranho:

- 1 *“Tudo porque, tchan: é o mês de férias e você, se tiver sorte, terá mais tempo livre para se dedicar a leitura de sua revista favorita.” Ed.139*
- 2 *Dá um trabalhão. Agora mesmo, acabamos de começar a seleção para a Turma do Fundão; A TdF é um grupo de leitores que participa da rotina da revista, sugerindo pautas, detectando tendências de comportamento, resenhando livros, filmes, games etc. Ed.139*
- 3 *“Vamos por ordem cronológica. A primeira, no qual certamente você teve participação: quebramos um recorde de vendas.” Ed.141.*

Nesse momento passamos a tratar do estilo que é empregado na elaboração do texto com a intenção de atrair determinado público ou mesmo de se aproximar de um leitor idealizado, isso se dá pelo linguajar simples e de fácil apreensão, ou seja, o estilo que tratamos é na verdade a linguagem de tom simples e de fácil compreensão. Percebemos que, com essa investida, quem escreve o editorial tenta se aproximar do leitor através do estilo de escrita que é mais descolado e livre. Essa é uma estratégia que o programa editorial da revista adota, visto que o público dela é jovem e irreverente.

Percebamos que nos fragmentos acima, pertencentes ao editorial de alguns números da revista *Mundo Estranho*, é palpável a ideia de jovialidade adotada pela escrita da editora.

A interação também se efetiva através dos elementos constitutivos do estilo direcionados ao público leitor, o que é essencial para um estreitamento das relações entre os participantes. Outra forma de interação praticada pela publicação é a solicitação participativa dos leitores, através de um programa interativo chamado Turma do Fundão, mostrado no exemplo 2.

Outra maneira que sustenta a interação é como a editora se despede do leitor no corpo do texto com um: “Divirta-se.” Essa atitude na escrita nos faz perceber que a pessoa institucional da revista, que comumente encontra-se mais ativa nesse gênero textual, dá lugar a um sujeito mais pessoal e interativo, funcionando como convite à leitura da revista.

A representação imagética que identifica a diretora de redação foge do convencional, pois em vez de uma foto traz uma imagem caricatural da diretora, o que leva o teor da revista mais ligada ao lúdico aproximando-se mais uma vez do público leitor, composto por adolescentes.

Já na revista *Super Interessante* temos um direcionamento bem diferente ao abordado na ME. Isso se deve ao fato de o público leitor ser diferente e mais maduro que o da outra revista. No entanto, apesar de diferenciado, o estilo adotado pelo editor na escrita do texto também é aproximativo do público. A estratégia identificada por nós como fator de aproximação do leitor é a divulgação de fatos pessoais ou mesmo o compartilhamento de opiniões gerais do assunto abordado no texto. Vejamos alguns exemplos:

4 *“No momento em que escrevo em que escrevo este texto, Aurora está aconchegada do lado de dentro do útero quentinho de minha esposa. Mas, quando você estiver lendo isso, ela provavelmente vai estar aqui do lado de fora do mundo.” Ed.320*

5 *“Você deve ter notado que esta revista custa R\$13. Não é pouco, eu sei. É mais que boa parte das revistas - e olha que muitas delas têm papel mais grosso, mais brilhante, uma atitude mais arrogante, mais de quem sabe de tudo. Se você desembolsou R\$ 13 para ler estas linhas, é porque, de alguma maneira, você enxergou valor aqui neste trabalho que nós fazemos.” Ed.317.*

6 *“Enquanto você lê estas linhas mal-traçadas, à sua volta, uma quantidade astronômica de informação é produzida. Ed. 315*

O interlocutor é presumido através das questões relativas ao estilo de escrita que se adequa com a idade do público – alvo a que as revistas se direcionam, sendo inclusive, em alguns momentos exposto no próprio editorial, através do pronome “você”, que remete não só a uma intimidade entre os participantes (escritor-leitor) como também um direcionamento da informação escrita de um para outro. No corpo do texto a saudação de despedida é uma marca para quem se destina o texto, através da inscrição “Abraços!” Há também uma exposição de fatos pessoais de integrantes da revista, o que nos sugere uma tentativa de interação e aproximação com o leitor. Seja pelo uso do recurso de temporalidade simultânea com o uso de expressões como “ quando você estiver lendo isso”, ou mesmo a utilização de expressões

conhecidas e presentes no vocabulário de muitos dos leitores como: “do lado de fora do mundão” ou “quantidade astronômica de informação”.

4.3 A ESTRUTURA

É comum na abordagem de gêneros, principalmente na de Miller (2012), vermos que um gênero se configura por sua relação funcional, ou seja, os usos que configuram a identidade do gênero. Mas, apesar de a estrutura ser levada à margem das análises comuns de gêneros, tomaremos aqui as estruturas como constituintes de identidade, pois o uso social do gênero é o mesmo e a estrutura, nesse caso, funciona como mais um diferencial na sustentação do público a que a revista está se direcionando.

Na *Mundo estranho*, a constituição estrutural é permeada não só do texto escrito como também de elementos imagéticos bem atrativos: desenhos, gráficos, figuras e fotos ilustrativas do que está sendo descrito no texto. O texto também possui uma configuração não linear, com direcionamentos e hiperlinks para outros elementos que completem o sentido de frases e palavras. Já na revista *Super Interessante*, há certa polidez e comedimento na exploração de imagens, pois a publicação utiliza uma estrutura textual mais linear e sem qualquer direcionamento que desvie a atenção que não ao próprio texto escrito. Afinal, uma publicação possuidora de um público leitor-consumidor mais maduro necessita de uma postura mais madura, mas sem enrijecer a estrutura, afinal trata – se de uma revista que se destina a um público jovem.

Assim, podemos inferir que a estrutura textual também se conforma como um indicador de aproximação entre instituição-revista e o leitor. Sendo um elemento atrator, pois o público, de certa maneira, só irá ler se perceber que não terá uma leitura chata, iniciando-se pela aparência do texto, daí o uso de várias imagens, no caso da ME. Quando se trata da Super, essa preocupação com a estrutura não é tanta, pois se vê que o público a que ela se destina é mais amadurecido e fará a leitura pelo conteúdo e a aparência mais comum não incomoda o leitor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os editoriais são gêneros textuais pertencentes à esfera jornalística que normalmente funcionam como uma apresentação da revista e do corpo editorial ao leitor-consumidor de informação. No entanto, ao verificar essas regularidades e categorias apresentadas neste artigo, é possível concluir que o papel deste gênero textual nas publicações de divulgação de informações, no caso das revistas *Mundo Estranho* e *Super Interessante*, de modalidade científica curiosa, não é apenas o de informar o conteúdo da revista, como é de se esperar, mas também é o de estreitar relações entre leitor e editor tornando, assim, a equipe da revista uma grande amiga e companheira em um momento solitário de absorção de informações diferentes mês a mês.

O público-leitor dessas revistas é composto por jovens entre 13 e 30 anos que desejam ter uma leitura distensa e relaxante repleta de curiosidades e informações extraordinárias. É um público “descolado” e “antenado” que procura a revista com o objetivo específico de aprender e divertir através da prática leitora. E os editores, ao saberem disso, utilizam de uma linguagem menos formal e mais próxima do utilizado por seus leitores no intuito de ter firmada essa relação de intimidade.

Diante de tais visões que as revistas apresentam de si, verificaremos algumas regularidades nas categorias propostas para a análise. A primeira delas é a produção do editorial, pois nas duas revistas quem produz o texto é o diretor de redação. Outra regularidade que encontramos nas duas publicações é o propósito comunicativo, ou seja, quais funções a que este gênero se presta em seu uso efetivo. Observando os objetos de cada publicação, encontramos o propósito de autopromoção das revistas ou mesmo do grupo o qual pertencem, a maneira de abordagem dos assuntos a serem tratados no interior da publicação, tentativa de aproximação entre a revista e o leitor seja através da linguagem ou pelo uso de recursos visuais, ou ainda explorando questões afetivas. Percebe-se que os editoriais nessas publicações apresentam como objetivo transformar a leitura em um momento de interação e, por que não dizer diversão.

Desta forma, o presente trabalho tentou observar como ocorreram os movimentos de interação entre esses participantes do discurso e verificar como o gênero editorial, apesar de ser um gênero com uma estabilidade mais fundamentada, pode, mesmo em uma mesma linha editorial, estabelecer diferenças e semelhanças adequando – se ao público leitor a que se

destina, sempre com a intenção de que todos os participantes aproveitem cada edição da publicação e que estejam cada vez mais próximos da revista para continuarem a consumi-las não como um elemento de comunicação comum, mas como um meio de informação que proporcione deleite.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. Trad. Paulo Bezerra. 4ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BHATIA, V.K. **Genre analysis today**. Revue Belge de Philologie et d'Historie, Bruxellas, 75: 629-652. 1997 [trad. Benedito Gomes Bezerra]
- CARVALHO, R.H. Gênero como ação social em Miller e Bazerman: o conceito, uma sugestão metodológica e um exemplo de aplicação. In: MEURER, J.L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs). **Gêneros: Teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
- MARTINS, Nilce Sant'anna. **Introdução à estilística: A expressividade na língua Portuguesa**. 4 ed. São Paulo: Edusp, 2008.
- MILLER, C. R. Gênero como ação social. In: MILLER, C. R. **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: PPGL-UFPE, 2012
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, 01. nov. 2012
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, n.132. 19. nov. 2012
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, n.133, 03. dez. 2012
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, n.134, 01. jan. 2013
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, n.139, 01. jun. 2013
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, n. 140, 01. jul. 2013
- MUNDO ESTRANHO. São Paulo: Abril Editora, n. 141, 01. jul. 2013
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril Editora, n. 314, jan.2013
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril Editora, n. 315, fev. 2013
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril Editora, n. 316, mar.2013
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril Editora, n.317, abr.2013
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril Editora, n. 319, jun. 2013
- SUPERINTERESSANTE. São Paulo: Abril Editora, n. 320, jul. 2013
- SWALES, J. M. **Genre analysis: english in academic and research settings**. Nova Iorque: Cambridge University Press, 1990.