

Entre Quebras e Reafirmações: O Papel da Editoria de Cultura na Revista *Veja*¹

Yasmin WINTER²
Yasmine FEITAL³
Dayane do Carmo BARRETOS⁴

Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG.

Resumo:

Neste artigo, buscou-se examinar a editoria de cultura da revista semanal *Veja*, com base nas edições de janeiro de 2018. A partir de uma discussão teórica sobre jornalismo de revista e jornalismo cultural, principalmente no que se refere ao papel da editoria de cultura em publicações periódicas, foi efetuada uma leitura das produções veiculadas no *corpus* proposto. Tal leitura foi feita através da comparação dos textos entre si e da editoria cultural em relação ao restante da revista. Para além, foi proposta uma problematização das narrativas presentes nas edições, observando-as segundo o seu papel na constituição do pensamento social.

Palavras-chave: Revista *Veja*; jornalismo de revista; jornalismo cultural; narrativas.

1. Introdução

Quantos “jornalisms” existem? Os critérios para se definir o que é jornalístico costumam ter caráter universal, por exemplo: a veracidade, objetividade e credibilidade. No entanto, o jornalismo como fenômeno é composto a partir de dinâmicas diversas, tanto internamente, no seio da prática, como externamente, sendo atravessada pelos contextos sociais. Sendo assim, o jornalismo também seria diferenciado de acordo com o meio em que é produzido. E é por isso que pode-se perceber vários “jornalisms”, uma vez que cada plataforma tem sua escrita e público. Então, a produção e veiculação de conteúdos se adequa. Isso inclui desde a pauta e todo o processo de apuração, escrita e diagramação, até chegar ao leitor ou espectador.

¹ Trabalho apresentado na IJ 01 – Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Graduanda do Curso de Jornalismo do ICESA – UFOP, e-mail: yasminlwinter@gmail.com.

³ Graduanda do Curso de Jornalismo do ICESA – UFOP, e-mail: yasgbf@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora substituta no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: dayanecbarretos@gmail.com

Tendo isso em vista, neste trabalho propomos lançar o olhar para um produto jornalístico específico, a *Veja*, revista semanal mais vendida do Brasil que possui a característica de diversificar os assuntos em cada editoria, para os mesmos leitores. Sendo assim, a proposta de trabalho é observar singularidades, tensões e rupturas presentes em suas páginas, com atenção especial à editoria de cultura e o papel que ela cumpre nesta publicação.

Vilas Boas (1996, p.9) considera que “a revista semanal preenche os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão.” Assim, é possível falar, em uma semana, de vários assuntos e pessoas diferentes, envolvidas no mesmo tema. A possibilidade de aprofundar, com novidades e reviravoltas, o mesmo tópico, também é uma característica das revistas com essa periodicidade. O tipo de reportagem e construção narrativa típica cativa públicos específicos, devido a uma segmentação que define não só o público para o qual se narra, mas também qual a angulação e o modo de narrar próprios de cada publicação, sempre prezando por um maior aprofundamento.

Percebendo a importância do jornalismo cultural e seu papel na *Veja*, uma revista majoritariamente política, foi proposta uma leitura de forma a pensar sua construção e relação com outras editorias e com o público leitor. Assim, este artigo busca apresentar conceitos teóricos sobre o jornalismo de revista, de cultura e sua relação a partir da seguinte chave: o papel da seção cultural nas revistas. Também será tratada a *Veja* em uma perspectiva histórica e característica. A interpretação proposta é promovida a partir de aspectos das temáticas abordadas na editoria e das formas como as narrativas são construídas.

2. O Jornalismo de revista e seu segmento cultural

A jornalista Márcia Benetti (2013, p. 45) reconhece que revistas carregam um tipo específico de discurso e os sentidos são apresentados e construídos de forma “lenta, reiterada, fragmentada e emocional”. Algumas características principais desse formato jornalístico são: a variedade de opções a respeito de temas, a especialização em alguns e uma boa dose de fotojornalismo, além de um bom texto e visualidade, que são a base de uma revista para atrair e consolidar seu nicho de leitores. Segundo Scalzo (2003), outra pesquisadora brasileira que se debruçou sobre o jornalismo de revista:

[...] ela é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e

entretenimento. [...] São objetos queridos, fáceis de carregar e colecionar. [...] É um encontro entre um editor e um leitor. [...] Por isso, não se pode nunca esquecer: quem define o que é uma revista, antes de tudo, é o seu leitor. (SCALZO, 2003, p. 12)

Desse modo, uma das diferenças entre a revista e os demais veículos impressos é a segmentação. Ser produzida para ser lida por um público – segmentado devido aos seus interesses pessoais –, através de assuntos e narrativas próprias para suprir tal desejo dos leitores é o que ajuda a mantê-las vivas, e cria, assim, laços e proximidades. Aí então, fica visível a importância de uma revista no contexto social e histórico. A visualidade, por exemplo, cumpre um papel importante da divulgação e venda, já que leitores são atraídos pela ligação entre palavras, imagens e cores das capas. Portanto, a unidade de assuntos que interessam um determinado nicho, reunidos em apenas um veículo, ajuda o leitor a criar e/ou consolidar uma forma de pensamento. Assim, as pessoas têm a sensação de estarem escolhendo um produto, mas também estão sendo levadas a ler e pensar de uma determinada forma. Segundo Larissa Lauffer Reinhardt Azubel em *Jornalismo de revista: Um olhar complexo* (2013):

As representações sociais das revistas interferem no modo como leitores percebem os assuntos. Assim, do mesmo modo como os magazines são capazes de influir na opinião dos leitores a respeito do real, as visões de mundo deles determinam pautas e abordagens, uma vez que este tipo de publicação, em geral, é voltado a público-alvos definidos. (REINHARDT AZUBEL, 2012, p.09)

É importante reconhecer que a revista constrói e, conseqüentemente, dissemina sua visão de mundo em cada narração e design produzido. A forma com que seus repórteres apuram e escrevem o fato e como produzem sua imagem, além da programação visual, induz o leitor a um pensamento, sendo este orientado por perspectivas apresentadas durante as páginas.

Desta forma, cada revista apresenta seus padrões de elaboração e, por isso, não faz sentido esperar que todas sejam seccionadas da mesma forma, uma vez que cada uma tem seu propósito social e editorial, mesmo que guiados pela linha constante da revista. O que se pode afirmar é que, conforme afirma Frederico Tavares em *A revista e seu jornalismo* (2013), dividir para reunir se faz necessário na medida em que as repartições estão “ligadas a uma ideia de mercado” (p. 107). Sendo assim, a revista deve se desdobrar, seguindo, não necessariamente de forma rigorosa, a proposição inicial.

Os leitores já familiarizados com suas formas de narrativa esperam desfrutar de matérias que são coerentes com a linha editorial da revista e também com o tema apresentado naquela edição. Por isso, é de extrema importância que a revista enuncie a mesma linha de raciocínio e crítica, por exemplo, em todos os seus cadernos, de política a reportagens especiais, passando por investigativas, até as páginas culturais.

A revista possui seu jornalismo e sua forma de lidar com fatos e temporalidade, ou seja, sua própria escrita. Scalzo (2003, p. 76) diz que o texto de uma boa revista apresenta dados de qualidade, exclusividade, boa apuração e “um tempero a mais”. É preciso tomar cuidado na separação entre texto informativo de revista e opinativo. Qualquer reportagem precisa de mais dados concretos que subjetividade. “Procure sempre ter a simplicidade como regra. Textos simples são mais fáceis de entender, além de mais elegantes.” (SCALZO, 2003, p. 58)

Não existe um manual de escrita jornalística para revistas. Os leitores buscam informações corretas, mas não procuram um texto seco, independente do assunto. Então, é preciso conhecer muito bem o público para o qual se está escrevendo, saber encadear ideias e usar o nível certo de informatividade. Além disso, escutar outras pessoas é essencial. “Quanto mais leituras, opiniões, sugestões de cortes e trocas de palavras você receber, melhor ficará seu texto no final”. (SCALZO, 2003, p. 77). Com um caráter pouco mais atemporal que o jornal, a revista pode extrapolar apurações e dados analíticos de um fato. Assim podem aparecer textos mais criativos e recursos que a velocidade do jornalismo diário não permitem. “No caso das revistas, a qualidade do texto é o diferencial, porque é consequência de um conteúdo bem elaborado e criterioso.” (VILLAS BOAS, 2003, p.107)

Tendo em vista que a revista semanal é um estilo jornalístico, sua escrita está vinculada ao tempo, ao espaço e tem relação com tudo que a cerca. É preciso inspiração, vencer desafios.

O importante é passar a informação de um modo sedutor e, principalmente, não confundir. É descobrir a melhor forma de apresentar a matéria que o jornal e a TV já deram. [...] É preciso inspiração para escrever em revista, sem perder, é claro o *estilo jornalístico*.⁵ (VILLAS BOAS, 2003, p. 35)

A maioria das revistas, inclusive semanais, possui o segmento cultural, que tem uma grande importância. Essa editoria traz informações sobre os mais diversos tipos de

⁵ Grifo do autor

manifestações artísticas e culturais, no Brasil e no mundo. O interessante é que não necessariamente ela é guiada por uma temporalidade linear e/ou cronológica e por isso, podem aparecer assuntos populares, lançamentos, releituras, críticas, dicas, entre outros produtos e/ou textos sobre cinema, arte, música, teatro, televisão e temas de cultura popular em geral. Em um mundo conturbado, com choques políticos, ideológicos e opressão constante em diversas esferas, a importância do jornalismo cultural persiste. Conforme afirma Piza (2003, p. 31), “a história cultural, nos mais diversos formatos, desde biografias de cidades até relatos de encontros intelectuais, continua ganhando bastante espaço”.

Ao ganhar destaque no final do século XIX, o jornalismo cultural foi, e ainda é, feito devido a demandas sociais, uma vez que as pessoas têm interesses nas diversidades (religiosas, sociais, políticas e, como a própria editoria diz, culturais) existentes dentro do país em que vivem e também nos países estrangeiros. As críticas atribuídas aos produtos analisados, por exemplo, são construtoras de opiniões e geram relações de identificação do público com os valores ali apresentados. Muito mais do que isso, jornalismo cultural é entretenimento, já que a sociedade carece de informações sobre artes, cinema, teatro, música e tantos outros assuntos que despertam sensações de prazer, e que são abordados neste caderno específico.

O objeto tratado, a semanal *Veja*, tende a uma repercussão que estimula posições de certo modo extremas. Ou seja, se de um lado, pessoas admiram e acreditam fielmente em sua escrita, de outro, há um público que destaca a sua falta de credibilidade. Quebrando esse paradigma, aparecem as páginas da editoria de Cultura: plural e com temas que exercem uma grande atração em um público mais diverso. Com isso, tal dicotomia de adoração e repulsão seria rompida. Essa é uma das características que tornam importante olhar especificamente para essa editoria e para o seu papel dentro desta publicação.

3. Uma proposta de olhar para a cultura em *Veja*

Fundada pelos jornalistas Mino Carta e Roberto Civita, a revista *Veja* teve seu primeiro lançamento em 11 de setembro de 1968, pela editora Abril. Por ser um meio de comunicação semanal, seu objetivo principal é o de divulgar informações de curta periodicidade. Em sua primeira edição, na editoria de *Carta ao Leitor*, o jornalista Victor Civita enfatizou que:

O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo de *Veja*.⁶

Em seus primeiros anos, além de viver períodos de crise em virtude da ditadura militar brasileira (e a censura da imprensa), a revista se deparou com os altos custos de produção e problemas com a consolidação do público, o que afetou, também, suas vendas. Segundo Mino Carta “(...) ficou claro de que tudo estava errado! (...) tinha texto demais. O texto era difícil de ler. (...) Era feia visualmente e tinha problemas de execução técnica”⁷. Sendo assim, em julho de 1970, a *Veja* passou por uma primeira reformulação de seu corpo editorial devido seu cenário econômico ainda negativo.

Ao decorrer deste mesmo ano, ela se tornou um dos semanários de maior importância do país, chegando a tiragem de trezentos mil exemplares⁸. Sua editoria de política continuou sendo a que tinha maior destaque, resultando em leitores simpatizantes da forma como os dados eram apurados e que seguiam os princípios políticos abordados pela revista. Porém, na mesma medida, havia também um grande número de pessoas que a caracterizava como uma revista de extremo viés tendencioso, usando seu poder de alcance para criar um pensamento político de massa.

Atualmente, a *Veja* ainda é julgada e, ao mesmo tempo, querida por suas particularidades incisivas. Apesar de seu sucesso derivar, na maioria das vezes, da editoria política, a revista também dispõe de outros cadernos, como: Brasil, Internacional, Economia, Geral e Cultura. É impressa em cores, publicada às quartas-feiras, e administrada pelo presidente do Conselho Editorial, Victor Civita Neto, que disse, quando Walter Longo se tornou novo presidente executivo da Abril, em 2016, que a editora continuaria contribuindo com a missão da *Veja*: “levar informação e cultura para um número cada vez maior de brasileiros”.

⁶ Ver.: <https://veja.abril.com.br/revista-veja/carta-ao-leitor-um-grande-ano-para-veja/>

⁷ Ver.: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/veja>

⁸ Ver.: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/veja>

Essa revista emblemática, que causa dicotomia de tipos de leitores, muda através do tempo e quebra com paradigmas em suas últimas páginas. Ela se apresenta, aqui, como um objeto a ser estudado. Portanto, esse trabalho busca observar aspectos da editoria de cultura da *Veja*, propondo um olhar diferenciado, com base nas primeiras edições de 2018 (2563, 2564, 2565, 2566 e 2567), as cinco do mês de janeiro.

Para leitura e interpretação das páginas, foi proposto pensar a partir de problematizações: comparando capas, matérias principais, cadernos (de política, internacionais, econômicos etc.) e os assuntos presentes na editoria de cultura da revista. Além disso, a forma de abordagem dos temas, como linguagem e termos específicos, também tiveram uma leitura cuidadosa.

Essa observação é feita a partir das discussões teóricas já abordadas anteriormente que discutem os percursos que uma revista deve seguir ao longo de sua execução (pesquisas mercadológicas, diagramação, formas de apuração, etc.). Ademais, foram exploradas as lógicas que trilham o caminho produtivo da revista que, além de manter uma linha fixa de abordagem, apresenta o tema proposto na capa em todos os cadernos ou correlações.

A revista *Veja* abrange os mais diversos temas. No entanto, aqueles que sempre ganharam espaço nas capas são relacionados à política: matérias sobre o regime de censura, estabelecido na época da ditadura militar no Brasil; crises políticas de enorme proporção; acusações exageradas e parciais com relação aos líderes políticos que a própria revista já vinha desqualificando.

As páginas destinadas à cultura do objeto midiático em questão se distanciam de todo esse cenário caótico. Por mais que permaneçam com argumentos que acompanham sua linha política predominante, em alguns momentos, como na entrevista (VEJA, 2018a, p. 93) com o escritor Mark Lilla, autor de *A Mente Imprudente*, há uma desconstrução do preconceito - estabelecido pela própria revista inúmeras vezes - de sujeitos que seguem uma linha mais à esquerda: o entrevistador Jerônimo Teixeira afirma que “rótulos e classificações são o que menos interessa”.

Outro exemplo é a matéria sobre uma peça teatral (encenada em Florença) que aborda um tema amplamente discutido atualmente: o feminismo. Nesta reportagem (VEJA, 2018c, p. 94) sobre *Carmen*, ópera de Georges Bizet (compositor francês), o escritor Sérgio Martins,

em uma entrevista com o novo diretor da peça Cristiano Chiarot, destaca os números de violência contra a mulher na Itália de modo a relacioná-los com o novo final: quando a personagem Carmen é quem mata seu ex-companheiro Don José, e não o contrário, como encenado durante anos. O interessante é: escrever sobre questões como o feminismo, de grande relevância social e através de narrativas que favorecem tal movimento traz visibilidade positiva para a revista, além de romperem com certos preceitos que se tornaram característicos da *Veja*: o tradicionalismo e sensacionalismo.

Na edição nº 2566 encontramos uma coluna (VEJA, 2018d, p. 103) de João Cezar de Castro Rocha (escritor e professor de literatura), que fala sobre as mudanças assombrosas e acontecimentos absurdos durante o governo de Michel Temer. Ainda que trate-se de uma coluna presente na editorial de cultura, ela acaba repercutindo o viés político característico da revista. Tópicos como o corte de financiamento de pesquisas acadêmicas no Brasil (além de áreas da saúde e educação) e o dinheiro liberado para camuflar as denúncias contra o atual presidente do país são tratados de maneira detestável e repelente.

Em sua maioria, as páginas de cultura abrem espaço para grandes lançamentos do cinema, sendo este o tópico mais retratado nas edições de 2018. Nas críticas de filmes como *O Rei do Show* (VEJA, 2018a, p. 91), *O Touro Ferdinando* e *Me Chame Pelo Seu Nome* (VEJA, 2018c, p. 91), por exemplo, a revista ressalta a importância de tais longas metragens como meios de desconstrução de preconceitos, alerta para temas atuais que devem ser discutidos ou até mesmo opiniões específicas sobre figuras sociais/políticas. As produções midiáticas (teatro, música, televisão, etc.) são, no geral, abordadas de forma a serem consideradas de extrema importância, além de incitarem novas visões de mundo (rompendo, às vezes, com um caráter espetaculoso observado em outras editorias da revista).

Observando as edições propostas, foi possível perceber a recorrência de assuntos, mas com temas diferenciados, conforme tabelas abaixo:

EDIÇÃO 2563 (03/01/2018)				
Assunto	Título	Teor/gênero	Obra/expressão artística	Nº de Páginas
Televisão	Um Futuro Onipresente	Crítica	Série (Black Mirror)	3
Cinema	O Negócio Não Pode Parar	Crítica	Filme (O Rei do Show)	1
Livros	O Tirano Interior	Crítica	Livro (A Mente Imprudente)	2
Música	Animal Político	Entrevista	Músico (Roger Waters)	2
-	A Lição de Pirro para 2018	Coluna	Filosofia (Filósofo Pirro)	1
Veja Recomenda	-	Recomendação	Livro/DVD/Disco	2
-	Tempo e Poesia	Coluna	Literatura (Poesia)	1

Tabela 1: temáticas da editoria de cultura da edição 2563 da revista *Veja*

EDIÇÃO 2564 (10/01/2018)				
Assunto	Título	Teor/gênero	Obra/expressão artística	Nº de Páginas
Cinema	Custe o Que Custar	Crítica	Filme (O Destino de uma Nação)	4
Livros	A Mãe de Todas as Histórias	Crítica	Livro (Epopéia de Gilgâmesh)	2
Livros	A Banalidade do Mal	Crítica	Livro (O Homem mais Perigoso do País)	2
Veja Recomenda	-	Recomendação	Disco/Cinema/Livro	2
-	É o que Temos	Coluna	Política (Lula)	1

Tabela 2: temáticas da editoria de cultura da edição 2564 da revista *Veja*

EDIÇÃO 2565 (17/01/2018)				
Assunto	Título	Teor/gênero	Obra/expressão artística	Nº de Páginas
Cinema	Apolo Embriagado	Crítica	Filme (Me Chame pelo Seu Nome)	3
Cinema	O Peso das Animações	Crítica	Filme (O Touro Ferdinando)	3
Música	Cigana Feminista	Crítica	Teatro (Carmen)	2
-	Desserviço Público	Coluna	TV (Preconceito)	1
Veja Recomenda	-	Recomendação	Exposição/Livro/Disco	2
-	O Último da Fila	Coluna	Sociedade (Política)	1

Tabela 3: temáticas da editoria de cultura da edição 2565 da revista *Veja*

EDIÇÃO 2566 (24/01/2018)				
Assunto	Título	Teor/gênero	Obra/expressão artística	Nº de Páginas
Arte	Glamour Marginal	Crítica	Pintura (Ouro Negro)	4
Cinema	E Vamos aos Fatos	Crítica	Filme (The Post)	2
Cinema	De Ilusão Também se Vive	Crítica	Filme (O Artista do Desastre)	1
Livros	A Esperança Triunfa	Crítica	Livro (Lua de Mel em Kobane)	2
-	Tem que Temer Isso, Viu?	Coluna	Política (Governo Temer)	1
Veja Recomenda	-	Recomendação	Televisão/Livro/Disco	2
-	Quem Quer Lula	Coluna	Política (Lula)	1

Tabela 4: temáticas da editoria de cultura da edição 2566 da revista *Veja*

EDIÇÃO 2567 (31/01/2018)				
Assunto	Título	Teor/gênero	Obra/expressão artística	Nº de Páginas
Cinema	Qualquer Forma de Amor	Crítica	Filme (A Forma da Água)	3
Cinema	Feito de Granito	Crítica	Filme (Todo Dinheiro do Mundo)	1
Livros	Esmagado pelo Tempo	Crítica	Livro (Doutor Jivago)	2
Televisão	Vingadora da Pátria	Crítica	Novela (O Outro Lado do Paraíso)	2
-	Livros numa Hora Destas?	Coluna	Literatura (Livros)	1
Veja Recomenda	-	Recomendação	Livros/Televisão/Discos	2
-	<i>Fake History</i>	Coluna	Política (<i>Fake News</i>)	1

Tabela 5: temáticas da editoria de cultura da edição 2567 da revista *Veja*

Com base nessas informações, pode-se perceber que os temas e gêneros utilizados na construção da editoria de cultura da revista são variados. Entretanto, há uma grande predominância de críticas sobre filmes e livros, percebendo a preocupação da *Veja* com o entretenimento dos leitores. Além disso, colunas sobre questões governamentais e econômicas são maioria mesmo na editoria de cultura, confirmando o caráter político da revista.

4. Uma leitura das narrativas da editoria de cultura da *Veja*

A narrativa é constituída a partir de processos de mediação e construção de pensamento, articulando dimensões textuais, temporais, estéticas e ideológicas que fazem parte e influenciam a experiência dos indivíduos. As edições da Revista *Veja* trazem uma narrativa própria e emblemática. Principalmente as editorias de política e geral utilizam recursos de dramatização e suas reportagens chegam às capas de forma espetacularizada.

Em suas últimas páginas, a *Veja* aposta numa suposta calma, a editoria de Cultura. Páginas recheadas de opinião durante o texto e o título. Uma edição (VEJA, 2018b) traz como subtítulo: “A quarta (e inspiradíssima) temporada de Black Mirror” (p.88) e mais para frente, “A versão simpática (até demais) de P.T. Barnum” (p. 91). Apostando, muitas vezes, no foco em cinema, livros ou televisão. A diversidade de assuntos e novidades, juntamente à escrita padronizada e consolidada, é o que marca seu alto índice de vendas semanalmente.

A intertextualidade é constante. Referências a séries, filmes e livros que fazem parte de um universo relacionado ao assunto central, aparecem e criam dinamismo ao texto. A página *Veja Recomenda*, por exemplo, fala sobre “[a música] Courtship, cujas cordas e madeiras lembram até obras regionais de Heitor Villa Lobos” (VEJA, 2018b, p.96). Através

desse recurso, os leitores não reconhecem somente a obra principal, mas outros caminhos parecidos. A revista também fala sobre *A Mente Imprudente*, dizendo que “Lilla [...] estuda grandes pensadores do séc. XX, que se dedicaram à atividade política” (VEJA, 2018b, p. 92). Aí então, vários são citados, com suas principais obras ou feitos, levando o leitor a um outro campo do conhecimento.

Outras vezes, essa intertextualidade vem explicitando, mais uma vez, uma forte análise opinativa. Em uma edição, o filme pautado é comparado a outros, não necessariamente do mesmo gênero:

Me Chame pelo seu nome renova uma premissa perene [...] propiciando intensas descobertas pessoais que podem ir do mundo sombrio, como em *O Talentoso Ripley* (1999) ou ao muito romântico, como em *Uma janela para o amor* (1985) ou ao complicado e pungente, como em *Um Sonho de Amor* e *Um Mergulho no Passado*, os trabalhos anteriores de Guadagnino.⁹ (VEJA, 2018c, p. 90)

Como destacamos no decorrer desse artigo, a revista semanal tem sua marca registrada na editoria de Política e seus temas espetacularizados nas capas. A parte de Cultura não deixa o assunto de lado e faz questão de mostrar sua posição. Isso ocorre, por exemplo, ao citar a fala do cronista João Pereira Coutinho (VEJA, 2018b, p. 93): “A distinção fundamental não é entre direita e esquerda, mas entre a inteligência e a falta dela”. Outra edição (VEJA, 2018e) traz o tema da revanche da personagem Clara na novela global *O outro Lado do Paraíso*. Para falar sobre a recepção do público, cita-se a fala emblemática do autor da telenovela: “Que brasileiro hoje não anseia por corruptos na cadeia? O cidadão sente sede de justiça!” (p. 94).

A *Veja* traz, pelo discurso que explora, a confirmação de que entende de todos assuntos e tem ótimas fontes. A editoria de cultura apresenta descrições detalhadas ao falar de um filme, programa de televisão, livro ou teatro. Além disso, a contextualização com o tempo, personagens, atores e relações do meio também é frequente no início dos textos. A lista dos mais vendidos traz mais de 50 fontes de pesquisa, mostrando, através das palavras, a credibilidade da revista e alguns destaques ganham frases explicativas e comparações com listas anteriores.

A última coluna, página par final da revista, também faz parte da editoria de cultura. Ora com temas leves, ora com política, o tema sempre traz, além de uma apresentação do

⁹ Grifos do autor.

contexto, uma reflexão importante, algo para o leitor deixar guardado e estimular a reflexão, mesmo após fechar a revista. Seguindo o raciocínio de que é preciso terminar a leitura com sorriso no rosto, a *Veja* aposta em temas considerados tranquilos ou formas superficiais de abordar impasses políticos. Não é hora para discussão, pelo menos para seus amantes e leitores natos.

A partir da leitura realizada pode-se perceber que a editoria de cultura na revista *Veja* possui um caráter diverso. Ao mesmo tempo em que apresenta uma ruptura, a partir de temas e abordagens mais leves do que aqueles que estão presentes no restante da publicação, em outros momentos ela demonstra uma continuidade com relação ao enviesamento político-ideológico que se destaca nas demais editorias.

5. Considerações Finais

A revista traz a segmentação como sua principal diferença dos demais produtos jornalísticos. A editoria de cultura tem a importância de suavizar a pressão política e liga filmes, livros e outros produtos culturais com aspectos sociais. A revista semanal *Veja*, a mais vendida do país, segue um padrão com suas últimas páginas voltadas para essa temática, quebrando o sentimento de repulsa e admiração que dois extremos de públicos nutrem pelo veículo.

Questões de grande relevância social, além de trazer visibilidade positiva, rompem com certos preconceitos que a revista já carrega. O forte uso de intertextualidade e a consistência e intensidade das palavras produzem um texto diferente do restante da revista, com referências a produções artísticas e predominância dos gêneros crítico e opinativo.

Com a leitura proposta, foi possível perceber que, mesmo sendo uma revista com foco em política e economia, ela é capaz de se reinventar nas páginas de cultura. Ainda que, conforme sinalizamos, a sua posição política atravesse determinados textos das últimas páginas, principalmente as colunas. Há, portanto, um jogo de equilíbrio entre um rompimento e uma reprodução presentes nessa editoria, demonstrando que há uma reafirmação de um modo de olhar e de abordar assuntos que são característicos da sua linha editorial.

Referências bibliográficas

Grupo Abril anuncia novo presidente executivo e mudanças editoriais. Disponível em: <http://www.grupoabril.com.br/pt/imprensa/releases/grupo-abril-anuncia-novo-presidente-executivo-e-mudancas-editoriais/>. Acesso em 13 de Abril de 2018.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural: a arte está em tudo.** São Paulo: Contexto, 2003.

REINHARDT AZUBEL, Larissa Lauffer. Jornalismo de revista: Um olhar complexo. **Rumores.** V. 7, n. 13, p. 257-274, 2013.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** 4 ed. rev. e atual. - São Paulo; Contexto, 2003.

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). **A revista e seu jornalismo.** Porto Alegre: Penso, 2013, p. 76-92.

Uma lupa sobre o jornalismo de revista. Disponível em: <http://observatoriadaimprensa.com.br/diretorio-academico/uma-lupa-sobre-o-jornalismo-de-revista/>. Acesso em 30 de janeiro de 2018

VEJA. 2018a. Edição nº 2563. São Paulo: Editora Abril.

VEJA. 2018b. Edição nº 2564. São Paulo: Editora Abril.

VEJA. 2018c. Edição nº 2565. São Paulo: Editora Abril.

VEJA. 2018d. Edição nº 2566. São Paulo: Editora Abril.

VEJA. 2018e. Edição nº 2567. São Paulo: Editora Abril.

Verbetes Temáticos: VEJA. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/veja> . Acesso em 02 de Janeiro de 2018.

VILLAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista.** São Paulo: Summus, 1996.