

## RESENHA

## Passando em revista o universo visível e invisível das revistas

Kati Caetano<sup>1</sup>Juliana Sousa<sup>2</sup>

PRADO, J.L.A. (org.). 2011. *Regimes de visibilidade em revistas: análise multifocal dos contratos de comunicação*. São Paulo, PUCSP. [CD-ROM].

Tratar do regime de visibilidade de revistas, ou das práticas midiáticas em geral, não implica abordá-las somente em suas especificidades constitutivas, mas, sobretudo, compreender as dinâmicas interacionais que engendram a partir de suas vinculações com outros meios, plataformas e contextos de produção e circulação de informações. É essa ambiência globalizante, caracterizada pelos conteúdos e pelos fluxos das revistas, que o formato escolhido por José Luiz Aidar reproduz, formalizando na estrutura do livro o próprio universo semântico investigado. Nele, livro, as diferentes modalidades de experiências com a revista – imagens, textos analíticos, descritivos, jornalísticos, entrevistas, vídeos – são reproduzidos com efeitos de diagramação da polifonia de vozes presentes no ato enunciativo. Vozes que não se encontram apenas no espaço interno da revista, mas nas suas conexões com outras mídias e com a cultura, e que nos chegam por vias diversas, em processos conscientes e inconscientes.

Desse modo, mais do que chamar a atenção para os sentidos evidentes, os artigos analíticos e os múltiplos olhares cruzados atraem pela diversidade de percursos narrativos proporcionados, à escolha do leitor (tanto no livro, quanto nas revistas), e pelo fato de desocultarem aspectos de nossa cultura impregnados em práticas de aparência naturalizada. Tal recorrência merece ser detalhada nos diversos textos, passíveis de serem alinhavados pela isotopia semiótica que apresentam:

Impossível passar por elas e conter-se ao ponto de não ser fisgado pelo caráter prescritivo que as atravessa. Uma receita para perder peso rapidamente, um corte de cabelo, a roupa para o sucesso na carreira, as tecnologias que não podem faltar no cotidiano etc. Infiltrado sob o discurso do fazer-bem para o leitor desavisado, o dever-ser é apresentado reiteradamente com passos simples, como

---

<sup>1</sup> Docente do PPG em comunicação e Linguagens/UTP.

<sup>2</sup> Doutoranda do PPG em Comunicação e Linguagens/UTP e Coordenadora do Curso de Design Gráfico do Centro Universitário de Curitiba.

receitas facilmente absorvíveis no cotidiano rumo ao corpo-sucesso e, por isso, aceitável no entorno do imaginário social contemporâneo. Um corpo que se soma à vigilância dos fluxos invisíveis das redes informacionais. Moda e beleza, saúde e bem-estar, sexualidade e sociabilidade, lazer e trabalho. O exame das revistas estudadas sob a ótica dos regimes de visibilidade e de seus contratos de comunicação, na obra multifocal “Regimes de Visibilidade em Revistas” coordenada por José Luiz Aidar Prado e pelo Grupo de Pesquisa em Mídia Impressa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, parte de uma inquietação comum a diversos domínios de saber, de práticas sociais, de experiências, de produções midiáticas: os parâmetros e os limites segundo os quais estamos habituados a ordenar o ver e o ser visto.

As análises desvelam processos usualmente invisíveis. Desmistificam os modos como os enunciadores apresentam os contratos de comunicação para trazer ao leitor mapas cognitivos, receitas para viver bem, atingindo valores que são definidos, naturalizados, mostrados como indiscutíveis e únicos, partilhados como os mais importantes. Valores instaurados a partir de imagens e signos em narrativas que funcionam como um conjunto imaginário de identificação e pertencimento social, fazendo trabalhar a discussão de Rancière (2005) que denomina a partilha do sensível como repartição das partes e dos lugares a partir dos quais um espaço comum se estabelecerá para os públicos das revistas, as análises demonstram como os leitores são convocados para as (auto) transformações apoiadas no consumo de produtos e serviços na forma de objetos ou discursos. Os regimes de visibilidade são tratados aqui em sua qualidade de “conjunto de imagens/signos funcionando como um imaginário de pertença social, em que públicos (principalmente as classes médias, no caso das revistas) se identificam na partilha do sensível”, contribuindo para o debate das publicações enquanto produtoras simbólicas de maneiras de estar e se destacar no mundo. A processualidade manifesta nos quadros enunciativos é desdobrada pela desconstrução da relação entre ditos, condições de produção e lugar a partir do qual provém o dizer. Dados como “vetores sociais que instrumentalizam as linguagens e as ações ancoradas no consumo”, as formas oferecidas orientam o leitor (que está na posição de “falta”) a conhecer o que deve ser feito e se ponha a fazer efetivamente: a boa forma do corpo visa ao sucesso na carreira, corpos no esforço de parecerem mais jovens, a felicidade sob a égide da busca da saúde, a forma perfeita. Desse modo, cada revista faz emergir um tipo de mulher, um tipo de homem, um tipo de

relação de gênero, um tipo de carreira, um tipo de sexualidade. No entanto, para além do objetivo primário de demonstrar como os enunciadores de cada grupo constroem contratos comunicacionais, encontram-se também as relações de apagamento do visível. Nessas narrativas enunciadas apagam-se as dimensões políticas das transformações, evitando as margens, as alteridades: “o distante das celebridades, os corpos menos magros, os não plastificados pelo silicone, pelo brilho da indústria dos cosméticos” ao mesmo tempo em que constitui uma classe “centrada em si mesma” a afastar-se, a tolerar ou a excluir completamente os corpos indesejados, marcados com traços do “ruim”. Regidos pelo pensamento de Boaventura de Sousa Santos, Zygmunt Bauman, Giorgio Agamben, Slavoj Žižek, Rancière, Deleuze, Foucault, Sfez, entre outros, os módulos descritivos produzidos pelos analistas nessa obra hipermidiática convocam-nos a ver o não-visto, a ter clareza de estar sendo convocado ao capitalismo globalizador e à sociedade líquida de informação e comunicação, pelo viés da tecnologia dos discursos responsáveis por criarem um cenário imaginário no qual o leitor se sente incitado a uma transformação positiva. O material auxilia a pensar determinados “frames” (Gumbrecht, 2004) pertinentes ao espírito do tempo em que vivemos. Justapostas, as revistas enquadram sua própria produção num jogo entre oportunidade e demanda, mercado e anseio social, procurando manter viva a competência para enunciar soluções revestidas por uma identidade de agente legitimado. Traço peculiar da obra, a partir de temas ou palavras-chave, os hiperlinks oferecidos podem levar aos textos, verbetes e marcadores teóricos com exercícios de análise desenvolvidos por diferentes sujeitos, viabilizando uma leitura plural sobre os contratos comunicativos e a experimentação de diferentes formas de escrever o conhecimento nas pesquisas em comunicação.

## Referências

- GUMBRECHT, H. U. *Production of presence. What meaning cannot convey*. Stanford: Stanford University Press, 2004.
- RANCIÈRE, J. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: EXO Experimental org./Ed. 34, 2005.