

O ESTILO NA COMPOSIÇÃO DO GÊNERO JORNALÍSTICO PRESENTE NA REVISTA CARAS

Isabel Celeste de Bastos Navaruskas
Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Linguística
Universidade Cruzeiro do Sul (UNICSUL)
isabecbn@yahoo.com.br

Manoel Francisco Guaranha
Doutor em Letras-Literatura Portuguesa
Universidade de São Paulo (USP)
Professor do curso de Letras
Universidade Cruzeiro do Sul (UNICSUL)
m-guaranha@uol.com.br

RESUMO

Este artigo objetiva compreender como o gênero textual das notícias e reportagens presentes na revista *Caras* diferencia-se, principalmente por meio de seu estilo, dos gêneros jornalísticos que compõem outras revistas ou jornais. A opção pelo objeto revista *Caras* deveu-se a sua grande difusão e significativa tiragem, além do fato de que, em seu segmento de revistas da chamada imprensa cor-de-rosa, ela tratar exclusivamente da vida, do comportamento e do que é pertinente a um grupo social, o das celebridades. Discutiremos o conceito de gênero textual e, fundamentando-nos em Marcuschi (2002), apresentaremos os elementos constituintes dos gêneros: estrutura composicional, tema e estilo, sobre o qual nos debruçaremos com mais proximidade, tomando como base Possenti (2007) e Discini (2004). Apresentaremos também o objeto, sua história e sua categorização como imprensa cor-de-rosa, explanando essa denominação. Depois analisaremos o gênero jornalístico na revista *Caras* e seu estilo.

Palavras-chave: estilo, gênero jornalístico, imprensa cor-de-rosa.

ABSTRACT

This article aims to understand how the genre of news and reports present in the Brazilian magazine *Caras* differs of other magazines, or even newspaper, mainly through his style of journalistic genres that compose them. The option for the object magazine *Caras* was due for its wide dissemination and significant edition, besides the fact that in its segment of yellow press, gossip magazines and tabloids, the magazine deals exclusively with the life, behavior and what may be relevant to a social group, the celebrities. We will discuss the concept of genre and, grounded on the theory advocated by Marcuschi (2002), we will present the elements of the genre: the compositional structure, theme and style, based on Possenti (2007) and Discini (2004). We will present the object with its history and its categorization as yellow press, explaining this designation. Then we will analyze the journalistic genre in the magazine *Caras* and its style.

Keywords: style, journalistic genre, yellow press.

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo mostrar como o gênero textual das notícias, reportagens e notas presentes na revista *Caras* diferencia-se por meio de seu estilo dos gêneros jornalísticos que compõem outras revistas ou jornais. O tema das referidas reportagens e notas está relacionado ao que é denominado no meio jornalístico de imprensa cor-de-rosa, conceito que discutiremos mais à frente; quanto à estrutura composicional e ao estilo, estes serão focos de nossas atenções em nossa análise na medida em que são determinantes para a categorização deste gênero em particular.

Inicialmente, cremos ser pertinente distinguir texto, gênero e discurso. O texto é a representação material ou a materialização de um gênero, ou seja, utilizando-se da linguagem verbal ou não verbal e estando apoiado em um suporte, o texto é uma realidade concreta que pode ser lida ou ouvida. De acordo com Marcuschi (2002, p.5), “discurso é aquilo que um texto produz ao se manifestar em alguma instância discursiva”. Segundo o autor, a distinção entre texto e discurso não é feita facilmente, não é rígida, estabelece-se “um contínuo entre ambos com uma espécie de condicionamento mútuo” (Marcuschi, 2009, p.81). Gênero traduz-se como um enunciado relativamente estável, com uma função sociocomunicativa. A noção de que sua estabilidade seja relativa comprova-se no fato de que, assim como a linguagem, os gêneros variam e são flexíveis, são capazes de se adaptar e de se multiplicar. Surgem em um tempo e em um espaço, ligados a fenômenos históricos e sociais, ou seja, sua existência está vinculada a fatores sociais e culturais. Isso justifica nossa abordagem das especificidades das notícias em um veículo específico, a Revista *Caras*.

Por sua característica maleável, os gêneros se renovam de acordo com as necessidades e funções sociais que representam, há que se frisar que os gêneros apresentam traços que os constituem que são inequívocos: todo gênero apresenta uma estrutura composicional, um tema e segue um estilo, mas unicamente reconhecer tais traços em um gênero não permite a certa categorização deste. Marcuschi (2002, p.2) chama a atenção para o fato de que “[...] em muitos casos são as formas que determinam o gênero e, em outras tantas serão as funções. Contudo, haverá casos em que será o próprio suporte ou o ambiente em que os textos aparecem que determinam o gênero presente”, como é o caso do *corpus* deste trabalho.

Assim, para especificar o gênero de um enunciado, é preciso que se faça uma abordagem que envolva tanto os tipos de texto predominantes, o suporte desse enunciado e em que circunstâncias é apresentado, seu tema, sua estrutura, seu estilo e também qual sua função social.

Discini define estilo sob uma perspectiva linguística e discursiva que é particularmente apropriada para os objetivos deste trabalho quando destaca que o efeito estilístico está, também e talvez em grande parte, na superfície do texto:

Essa ciência do estilo, que vê seu objeto, o estilo, como criação linguística individual e, portanto, como fato da fala, ao fixar-se no estilo literário, privilegia a intuição do autor, em confluência com a do leitor, propagando o dom especial para uma leitura de descobertas, fundamentada por tais intuições. Desse encontro, intermediado por marcas estilísticas reconhecíveis, como construções sintáticas não-usuais, escolhas

lexicais singulares, revelar-se-ia o sentido de um estilo — por meio de desvios, que se apartariam de uma norma, inovando-a (DISCINI, 2004, p. 19-20).

Como defende a autora, a ligação que se estabelece entre o autor e o leitor é significativa na medida em que a intuição de um é alimentada pela do outro, ou seja, essa confluência propicia que um estilo particular seja levado a efeito e se concretize em textos cujo gênero passa a ser exatamente determinado por esse estilo que, por sua vez, se constrói por meio de recursos linguísticos identificáveis no texto.

Essa ideia da “intuição do autor, em confluência com a do leitor” apresentada por Discini (2004) como inerente à construção do estilo, pode ser ampliada por meio da proposta de Possenti (2008). Este autor descreve três vertentes para o estilo literário: a psicologizante, que exporia o estado psíquico do autor, uma noção de estilo centrada no sujeito que constrói a linguagem e não na linguagem em si; a socializante, que levaria em conta o contexto sócio-histórico de sua produção; e a formalista, centrada na materialidade linguística, nas escolhas e na pluralidade de formas de estruturação. É possível, dada a tênue fronteira que separa os discursos literários e não literários e ao fato de o estilo ser uma criação individual, que este fenômeno seja estudado também em gêneros não literários, como é o caso de nosso *corpus*. Além disso, se levarmos em conta Marcuschi (2002), quando afirma que a cada gênero existente, concebido ou ainda a ser criado pela necessidade de sua função, podemos atribuir uma estrutura composicional, um tema e um estilo, então o estilo está em cada um deles.

Essas afirmações podem ser abonadas por meio do trabalho de Possenti (2007) que entende que estilo não pode ser definido como algo exatamente subjetivo ou unicamente particular de um escritor, ou que somente obras de arte possam ter um estilo a ser percebido e admirado. Para este estudioso, estilo está na relação entre forma e conteúdo, por ele se produzem efeitos de sentido e expressões de pontos de vista dos sujeitos:

Estilo tem mais a ver com gêneros (que são sociais e históricos) e com formulações que revelem um conjunto, na verdade não muito claro nem definido, de características: um certo jogo de sons, um certo ritmo, uma ironia sutil, uma alusão, uma palavra não usual (técnica, estrangeira, popular, erudita etc.), uma forma que “inclua” o leitor no texto, que apele para seu saber ou sua argúcia (POSSENTI, 2007, p. 19).

Assim, embora um autor tenha seu estilo particular, como atestam as obras literárias, o estilo não está circunscrito apenas a essas circunstâncias, ele pode ter relação com grupos, esferas discursivas, temas variados e ser percebido pelo leitor em seu contato com o texto, pelas escolhas lexicais ou pela estrutura empregada e não, necessariamente, só pelo conteúdo. Em outras palavras, embora vários textos tragam um mesmo “conteúdo”, o estilo pode marcá-los como irônico, delicado, sério, entre outras características.

Possenti (2007, p. 20) defende o ensino de estilo nas aulas de produção textual e por isso descarta que este estudo seja unicamente “uma forma de acesso a um psiquismo, a uma personalidade – ou que o situe na ‘função expressiva’ da linguagem”. Para o autor, é possível ensinar estilo porque se trata de compreender as escolhas linguísticas realizadas, a

estruturação de cada enunciado e a sua função histórica e social, ou seja, é possível ensinar estilo ao ensinar os diversos gêneros existentes.

Então, se o locutor busca, entre os possíveis, um dos efeitos que quer produzir em detrimento de outros, terá de escolher dentre os recursos disponíveis, terá que “trabalhar” com a língua para obter o efeito que intenta. E nisto reside o estilo. No como o locutor constitui seu enunciado para obter o efeito que quer obter (POSSENTI, 2008, p. 217).

O autor sugere que o estudo das escolhas dos recursos linguísticos empregados possa auxiliar o aprendiz a diferenciar os gêneros circulantes pela análise do estilo de cada um deles. Neste trabalho, anáforas, escolhas lexicais, organização frasal, estruturas sintáticas, tais como apostos e predicativos, são analisados e apresentados como indícios do estilo que compõe o gênero. Acreditamos que essa análise é muito profícua em termos de interpretação e compreensão de questões socioculturais e ideológicas que permeiam os textos e são de grande valia no processo de ensino e aprendizagem.

Em Travaglia (2007, p.40), encontramos perspectiva semelhante à de Possenti. Para o primeiro, caracterizar um gênero demanda a utilização de vários critérios e parâmetros, assim apresentados: a) o conteúdo; b) a estrutura composicional; c) os objetivos e funções sociocomunicativas da categoria; d) os elementos que podem ser atribuídos às condições de produção da categoria de texto; e) as características da superfície linguística, geralmente em correlação com outros parâmetros. A estas últimas, o autor assevera terem sido identificadas como componentes de estilo por Bakhtin, e são “elementos composicionais de

formulação da sequência linguística. Essas características podem referir-se a qualquer plano da língua (fonológico, morfológico, sintático, semântico, pragmático) ou nível (lexical, frasal, textual)” (TRAVAGLIA, 2007, p. 62). Além disso, Travaglia adverte que tais características não são únicas nem suficientes para constituir o estilo, há que se levar em conta também o contexto sócio-histórico-ideológico do enunciado, os enunciadores, a tipologia ou tipologias textuais empregadas, qual a intencionalidade do texto.

De acordo com Discini (2004, p.21), não se pode separar a noção de gênero da noção de estilo. A autora explica que “A cada gênero correspondem modos de expressão necessários e rigorosamente definidos, que determinam não somente a composição, como também o vocabulário, a sintaxe, as figuras, os ornamentos”. Por este posicionamento, compreende-se que não haja muito espaço para a criatividade dentro de um gênero. Se pensarmos nos gêneros noticiosos jornalísticos, comprovaremos que há realmente certos limites já pré-configurados que se estabelecem pela relação dialógica que se mantém entre os interlocutores. Entretanto, tomando como objeto de análise os gêneros noticiosos na revista *Caras*, vemos que o que em outros veículos da imprensa é apresentado de modo imparcial, ou pretensamente imparcial, em *Caras* está eivado de considerações e julgamentos. Como destaca Geraldi:

A criatividade posta em funcionamento na produção do texto exige articulações entre situação, relação entre interlocutores, temática, estilo do gênero e estilo próprio, o querer dizer do locutor, suas vinculações e suas rejeições aos sistemas entrecruzados de referências com as quais compreendemos o mundo, as pessoas e suas relações (GERALDI, 2008, p. 4).

Isso nos remete a Marcuschi (2009, p. 20), que concorda com a noção de dialogismo idealizada por Bakhtin: “toda linguagem é dialógica, ou seja, todo enunciado é sempre um enunciado de alguém para alguém”. Os gêneros, portanto, têm um caráter responsivo, uma vez que a cada enunciado resulta em uma resposta que por sua vez dará origem a outra resposta e assim sucessivamente. Essa configuração nos faz avaliar quem são os interlocutores ligados à revista *Caras* e como os gêneros nela existentes são marcados linguisticamente.

Discini (2004, p.21) ainda destaca que o léxico é ponto importante na análise do estilo e que deve “ser considerado como subsídio para o reconhecimento da organização das figuras ‘do mundo’ que, enfeixadas em núcleos, fazem mais visíveis, mais audíveis, mais acessíveis, enfim, ideias e ponto de vista intrínsecos a uma totalidade.”

Abordamos ainda outro aspecto composicional de certos gêneros, como o do *corpus* de nosso trabalho, que também caracterizam o estilo: o aspecto multimodal.

Nesse sentido, entendemos que a característica multimodal de alguns textos atribui papel significativo à construção do sentido por meio das imagens, cores, tipografia, valor que confere a certos elementos da informação por meio do posicionamento de certos fragmentos do texto entre outros aspectos. A esse respeito, Vieira e Silvestre afirmam que

[...] em contextos multimodais, as imagens transformam-se em referências diretas ou indiretas da realidade física e social, sendo necessária uma escolha seletiva, tendo em vista que as sociedades usam imagens como um modo de legitimar argumentos e fatos relatados e descritos, entretanto não podemos ignorar que as imagens usadas pelas diversas mídias contribuem com a identificação das formações ideológicas construídas

nesses diferentes espaços midiáticos e também podem revelar a manipulação de ideologias que pode ocorrer na seleção das imagens mostradas e também naquelas que foram expurgadas ou ocultadas (VIEIRA E SILVESTRE, 2015, p. 45-46).

Desse modo, composição do estilo está ancorada em uma série de relações que estão ligadas ao caráter institucional do conceito de gênero. Sendo assim, na próxima seção, faremos um estudo das condições de produção e recepção que são inerentes ao veículo do qual extraímos nosso *corpus*, a revista *Caras*.

1. A REVISTA CARAS

A revista *Caras* surgiu no Brasil em 1993, editada pela argentina *Caras*, em parceria com a editora Abril, sendo lançada em Portugal dois anos depois. Segundo a Associação Nacional de Editores de Revistas, em nosso país, teve circulação média de janeiro a setembro de 2014 um volume de 264.195 exemplares¹, sendo a revista semanal de maior tiragem, excetuando-se as outras de cunho informativo/opinativo, como *Veja*, *Istoé* e *Época*.

Suas matérias são centradas na vida de celebridades – artistas, esportistas, políticos, empresários, *chefs*, pessoas públicas pertencentes em sua maioria à elite ou que sejam destaque na mídia. São pessoas cujo estilo de vida as coloca em festas, exposições, eventos artísticos variados. É comum que, como extensão de sua própria personalidade, suas casas sejam mostradas, assim como os demais bens, como veículos, vestimentas, joias, adereços variados. Também merecem destaque seus afazeres e principalmente seus hobbies e viagens. A revista revela alguns poucos posicionamentos pessoais das celebridades, que

raramente tangenciam questões políticas ou econômicas, em sua maioria são externadas opiniões não aprofundadas sobre filosofia de vida, arte em geral, família.

Categorizada como um exemplo do jornalismo de comportamento, procura focalizar como as celebridades pensam e agem, em um cenário cuidadosamente construído: belas casas e paisagens, hotéis luxuosos, jardins cuidadosamente cultivados.

Tal preocupação com a estética das imagens se justifica por estar em consonância com o público que a revista apresenta e representa, o que, por sua vez, satisfaz o público alvo desse segmento jornalístico: pessoas que, não tendo acesso à vida cor-de-rosa dos famosos exposta nas páginas da revista, sonham com ela, em um espelhamento que não nos cabe aqui discutir.

A revista não conta com paginação, editorial ou sumário. As seções em que se subdivide têm títulos que por si já antecipam o caráter prosaico da publicação e comprometido com a face mais suave e boa da vida. Parte dessas seções é assinada – saúde, amor, etimologia, revelações (horóscopo e previsões), palavras cruzadas, *design*, vinhos –, as demais não têm autoria especificada, sendo de responsabilidade do conjunto editorial da publicação: foco (foto acompanhada por citação), caras (notícias e breves sobre as celebridades), agenda, citações, moda, esportes, momentos, cozinha, beleza, estilo.

Na Europa, esse tipo de publicação é chamado “*prensa del corazón*”, e substitui a realidade social pela realidade de apenas uma fração da sociedade: os eleitos e famosos.

Para Mompert (1992, p. 51),

[...] la prensa del corazón se presenta como una de las modalidades más sofisticadas del discurso periodístico de masas, pues su lógica responde muy eficazmente al artificio comunicativo que filtra la realidad, presentando una porción de ella, externa a nosotros, como realidad social. ⁱⁱ

No Brasil, essa modalidade jornalística é denominada imprensa cor-de-rosa. Embora tenha a acepção de uma imprensa que case informações publicitárias com as técnicas da “narrativa” da informação jornalística e que, segundo Marshall (2003), tem o intento de enganar o leitor, pois ao criar uma publicidade com cara de notícia, leva-o a crer que se trate de uma informação objetiva, verdadeira, a denominação cor-de-rosa a que nos referimos neste artigo é aquela dedicada à produção de amenidades sobre os ricos e/ou famosos.

2. O ESTILO NA REVISTA CARAS

Para atingir os objetivos deste trabalho, tomamos os aspectos linguísticos que constituem o estilo das notícias, reportagens e curtas da revista *Caras*, destacando as construções, a organização e o léxico empregados. Em nossa análise, concentraremos nosso foco apenas nas seções as quais não são assinadas e que mantêm o estilo característico do veículo em questão.

O primeiro destaque se trata das expressões nominais anafóricas. A fim de refletir sobre o estilo, observam-se os enunciados:

A1 - “Cores e formas ousadas sempre foram a matéria-prima preferida do estilista belga **Dries van Noten** (acima)” (grifo da revista) (seção Moda – Ready to wear Spring 2016 Dries van Noten: ed. 1167, ano 23, nº 12 – 18/03/2016)

A2- “Para o verão, o designer da Antuérpia apostou na simplicidade e [...]” (grifo nosso) (seção Moda – Ready to wear Spring 2016 Dries van Noten: ed. 1167, ano 23, nº 12 – 18/03/2016)

Nesses dois enunciados, o referente Dries van Noten (A1) é retomado por o designer da Antuérpia em A2. Há também os correferentes estilista e belga em A1. Nota-se a preocupação em elucidar o público leitor acerca de quem seja Dries Van Noten: isso se justifica na medida em que, embora o público tenha interesse sobre o tema moda, nem todos têm o conhecimento de quem seria o estilista em questão. O fato de ser belga, designer e a referência à Antuérpia, cidade dos diamantes, confere ainda maior status ao referente. A escolha desses referenciais também está alinhada ao estilo da revista que busca sempre realçar o que de mais luxuoso haja no mundo das celebridades.

Outra marca linguística do estilo de *Caras* é a predileção pelo uso de palavras de origem inglesa, tais como *labels, oversized, cropped, vibe fresh, shapes, looks, beauty artist, off-white*. Embora seja uma discussão polêmica, é reconhecível a influência da língua inglesa em nosso léxico, particularmente nos vocabulários relacionados a segmentos de mais alto status social, sendo o mundo da moda – *fashion* – um deles. É interessante observar que o autor tem uma preocupação com o alcance a seu público alvo: se ele utiliza uma expressão

que possa causar estranheza ou a não compreensão, é comum fazer uso da tradução, como em A3:

A3 - O expert **Daniel Hernandez** investiu no efeito *sleek* (do inglês, polido) e elaborou uma trança-coque [...] (seção *Caras Beleza*; ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2015)

Recursos semelhantes aos que ocorrem em A1 e A2 estão em A4, A5 e A6, nos quais David Beckham é retomado por ex-jogador, astro de grife, o inglês, o eleito de Victoria Beckham.

A4 - “Beckham vai ao oriente – ex-jogador é astro de grife”

A5 - Eterno ídolo dos gramados, o inglês **David Beckham** (40) foi a Dubai, Emirados Árabes, para [...]” (grifo da revista)

A6 - “Gosto muito de Dubai, um lugar em constante evolução, com pessoas de todo o mundo unidas pelo amor ao esporte”, destacou o eleito de **Victoria Beckham** (41), que [...] (grifo da revista) (Seção *Caras Esportes*; ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2015)

É comum também a organização textual em que o apostro figura antecipado ao referente e em primeiro plano no período, como em

A7 - Renomado empresário de festas, **Renato Aguiar** (50) cuidou com maestria [...] (Revista *Caras*, ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2016)

A8 - Rainha da bateria do Salgueiro, Viviane Araújo (40) esteve na gravação [...] (Revista *Caras*, ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2016)

O aposto comumente é um termo que é posicionado após aquele a que faz referência, sendo, portanto, um termo secundário. Entretanto, em matérias de cunho jornalístico, o cargo ou função de um indivíduo costuma ser uma informação de maior peso. Antepor o aposto revela a intenção do autor em atribuir maior ênfase à função do referente; dessa forma ser empresário e rainha da bateria estão acima dos próprios indivíduos Viviane Araujo e Renato Aguiar, acresce-se ainda que ao termo empresário foi agregado o termo renomado, o que também adiciona valor ao referente. Na continuação da notícia sobre Viviane Araujo, o predicativo (A9) foi igualmente anteposto, realçando suas qualidades:

A9 - Estilosa, ela usou um macacão brilhante e um chapéu [...] (referindo-se a Viviane Araújo) (Revista *Caras*, ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2016)

O recurso da anteposição é amplamente utilizado. Em um mundo no qual o status, o comportamento, os interesses das celebridades são de interesse de um público específico como os leitores de *Caras*, esses aspectos estão à frente das próprias pessoas. Pode-se observar isso em dois outros exemplos a seguir:

A10 - Grávida de cinco meses do segundo herdeiro, a princesa Victoria (38), da Suécia, esbanjou disposição [...] (Revista *Caras*, ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2016)

A11 - Fã de decoração e design, a atriz Giovanna Ewbank (29) prestigiou [...] (Revista *Caras*, ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2016)

Nas notícias e reportagens de *Caras*, as referências são claramente avaliativas, expondo um posicionamento que é apresentado ao leitor, passando longe da imparcialidade do gênero jornalístico.

As escolhas lexicais abusam dos qualificativos denotando uma posição favorável em relação à vida, aos relacionamentos, à família, ao trabalho; a cada celebridade cabe uma designação que é atribuída a vários outros famosos, constituindo-se numa terminologia constante e característica do estilo: o amado, o eleito, o herdeiro de alguém; a bela, a nobre, a doce, a delicada. Tudo se conforma de modo a mostrar um mundo harmônico, distante das agruras comuns a todos.

Em A12, temos uma construção com a intenção de aproximação com o leitor, comunicando-se com ele pelo emprego do imperativo. Percebe-se que a pessoa tratada é a terceira, o que sugere intimidade com esse leitor.

A12 - Mas não pense em uma sensualidade óbvia, nem em nada pasteurizado vindo do ateliê de Van Noten. (seção Moda – Ready to wear Spring 2016 Dries van Noten: ed. 1167, ano 23, nº 12 – 18/03/2016)

Caracteristicamente, no estilo de *Caras*, os títulos das reportagens notícias e breves da revista se fazem acompanhar por um subtítulo, a diferenciação entre estes se dá por uma fonte menor para o subtítulo e o negrito para o título: **FABIANA KARLA/ LAZER E PROJETOS; TOTIA DE VOLTA A SP/ GRANDE VILÃ DE CINDERELLA; EMPRESÁRIA JESSICA ALBA/ LANÇAMENTO NA BIGAPPLE** (Revista *Caras*, ed. 1169, ano 23, nº14 – 01/04/2016). A ênfase

do título sempre está atrelada ao nome de uma celebridade, salvo quando não haja realmente um nome de peso específico a ser citado ou que a nota esteja relacionada com um evento e esse sim seja o destaque: **CRIAÇÕES ARTESANAIS SÃO TEMA DE DEBATE/SUSTENTABILIDADE E CUSTOMIZAÇÃO ESTÃO NA MODA** (Revista *Caras*, ed. 1147, ano 22, nº 44 – 30/10/2016).

A referência a um nome de um famoso mostra-se de real importância. Como já citamos, Travaglia (2007) adverte que o estilo também está permeado pelo contexto sócio-histórico-ideológico do enunciado, os enunciadores, a intencionalidade do texto, além das questões gramaticais e lexicais. Na nota apresentada em A13, se o título fosse ignorado, o evento que dá origem à notícia é o aniversário de Nelo. Alaor e Mônica surgem como convidados e sua presença no evento estaria no mesmo nível de importância que a informação da presença de Rosana com seus filhos. Entretanto o título do texto dá destaque ao casal Alaor e Mônica, que brevemente se tornariam pais. Mesmo que o leitor desconheça as pessoas citadas, pela disposição das informações apresentada, poderá facilmente inferir que Alaor e Mônica estejam acima dos demais em termos de fama e proeminência entre demais as pessoas citadas.

O substantivo pais assume um caráter adjetivo; mais do que qualificar, a palavra traria ao casal Alaor/Mônica realce em um contexto em que ser pai estaria acima de fazer aniversário, como é o caso de Nelo. Fica evidente que a intenção do autor está comprometida com um status social e isso transparece na construção do enunciado.

A13:

MÔNICA E ALAOR: PAIS

COM ROSANA, FESTA PARA NELO

Para festejar seus 46 anos, o empresário **Nelo Marraccini Neto** reuniu amigos em seu restaurante predileto, em SP. Entre eles a RP **Rosana Beni** (56) e seus gêmeos **Raphael** e **Anita** (6), e **Alaor Paris Júnior** (34) e sua **Mônica Carvalho** (44), grávida de cinco meses da segunda herdeira. “Foi uma luta e uma vontade grande de ser mãe de novo. Ter uma família grande sempre foi o meu sonho”, disse ela, já mãe de **Yaclara** (11), de união anterior. “Estamos muito felizes”, falou Alaor. (Revista *Caras*, ed. 1167, ano 23, nº 12 – 18/03/2016)

Por ser um gênero multimodal, as reportagens de *Caras* sempre se fazem acompanhar por imagens cuja seleção revela a ideologia do veículo: todos estão felizes, são belos e bem-sucedidos. Os cenários são agradáveis e as escolhas lexicais reforçam essa aura de beleza e vitalidade. As cores também têm papel de destaque, assim como o estilo tipográfico; as cores são sólidas, primárias e surgem como fundo para os títulos; estes, por sua vez aparecem escritos em caixa alta, negrito, fonte maior, acompanhados por subtítulos, em fonte menor, mas igualmente destacados. A cor preta só aparece como fundo às sessões que não são de responsabilidade do editor, aquelas que são assinadas por especialistas. As fontes variam, ora mais retas, ora com serifas. O negrito também marca todos os nomes das celebridades, devidamente acompanhados pela idade destas entre parênteses. O “olho” nas reportagens e entrevistas ocorre entre aspas, com autoria entre parênteses. Todas essas formas de representação colaboram para a construção do sentido e do estilo do suporte.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estilo em um gênero implica uma tomada de posição. Isto fica evidente nos gêneros jornalísticos comumente veiculados na mídia impressa ou virtual que buscam a imparcialidade e, portanto, evitam quaisquer marcas linguísticas que denotem um posicionamento. Diferentemente desses gêneros, os gêneros noticiosos presentes na revista *Caras*, embora possam ser categorizados como jornalísticos, não guardam compromisso com a imparcialidade, antes, dão ênfase à vida de celebridades, apontando unicamente as benesses e deixando de lado as mazelas de suas vidas. Essa inclinação fica garantida pelo estilo empregado.

Por se tratar de uma revista do segmento comportamental e cujo público alvo tem por preferência o conhecimento da vida das celebridades, as escolhas lexicais e a organização oracional primam pela profusão de termos que denotam adjetivação – adjuntos, predicativos, apostos – cuidadosamente atribuídos aos famosos e sempre com acepção positiva.

A neutralidade não é característica da publicação, está fortemente atrelada a escolhas lexicais que enaltecem o lado positivo de famosos e tudo que os cerca: família, vestuário, bens móveis e imóveis, carreira, tudo traz a marca da beleza e do sucesso. É possível, desta forma, detectar um enunciador comprometido com a criação de textos que sejam do agrado desse público que deseja unicamente saber sobre a vida alheia, mas somente o seu lado iluminado. Juntamente ao texto verbal, as imagens e outros elementos visuais enfatizam esse quadro auspicioso.

Podemos assim entender como o estilo em *Caras* diferencia-a de outras publicações e determina a composição de um gênero particular dentro da esfera jornalística, o gênero do jornalismo cor-de-rosa.

REFERÊNCIAS

DISCINI, Norma. *O estilo nos textos: história em quadrinhos, mídia, literatura*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

GERALDI, João Wanderley. *Ler e escrever – uma mera exigência escolar?* Revista do Sell – Simpósio de estudos linguísticos e literários. Vol.1. no 1. Minas Gerais, 2008. Disponível em <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0ahUKEwjV_uHc9ZrMAhUMF5AKHQJwAk4QFghWMAk&url=http%3A%2F%2Fwww.uftm.edu.br%2Frevistaeletronica%2Findex.php%2Fsell%2Farticle%2Fdownload%2F20%2F27&usq=AFQjCNE8nm8BLn_ev5L_EumU9xzPADwTw&sig2=pPwDTcKqIczrcR6tQMLlwQ> Acesso em: 17 abr. 2016.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, Angela Paiva et al. (Orgs.) *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2009.

MARSHALL, Leandro. *A imprensa cor-de-rosa*. Observatório da imprensa. Ed. 245, out./2003. Disponível em: < <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd071020034.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

MOMPART, Josep Lluís Gómez. *Medio siglo de prensa del corazón en España (1940-1990)*. Revista Anàlisi, Barcelona, Espanha, n.14, 1992, 47-59. Disponível em: <<ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n14/02112175n14p47.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

POSSENTI, Sírio. Ensinar estilo? *Calidoscópico*, Vol. 5, n. 1, p. 19-23, jan/abr 2007.

_____. *Discurso, estilo e subjetividade*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

TRAVAGLIA, Luiz Carlos. A caracterização de categorias de texto: tipos, gêneros e espécies. São Paulo, *Revista Alfa*, nº 51, 2007. p. 39-79.

VEIRA, Josenia e SILVESTRE, Carminda. *Introdução à multimodalidade - Contribuições da Gramática Sistêmico-Funcional*. Brasília, DF: J. Antunes Vieira, 2015. 170 p.

Recebido em 25 de setembro de 2017.

Aceite em 23 de outubro de 2017.

Como citar este artigo:

NAVARAUSCKAS, Isabel Celeste de Bastos; GUARANHA, Manoel Francisco. O estilo na composição do gênero jornalístico presente na revista *Caras*. **Palimpsesto**, Rio de Janeiro, n. 25, jul.-dez. 2017, pp. 394-413. Disponível em: < <http://www.pgletras.uerj.br/palimpsesto/num25/estudos/palimpsesto25estudos02.pdf>. >. Acesso em: *dd mmm. aaaa*. ISSN: 1809-3507

ⁱ Dados obtidos em <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/> Acesso em 07/5/2016.

ⁱⁱ a *prensa del corazón* se apresenta como uma das modalidades mais sofisticadas do discurso jornalístico de massas, pois a sua lógica responde muito eficazmente ao artifício comunicativo que filtra a realidade, apresentando uma porção dela, externa a nós mesmos, como realidade social (tradução nossa).