

# A REPRESENTAÇÃO DA IMAGEM FEMININA NAS CAPAS DE UMA REVISTA NOTICIOSA BRASILEIRA

**Aluna: Ana Carolina de Oliveira e Silva**  
**orientadora: Vera Lúcia Moreira dos Santos Nojima**

## Introdução

Embora o trabalho aqui relatado encontre-se ainda em desenvolvimento, vem demonstrando a importância da composição e diagramação dos textos verbais e não verbais nesse universo carregado de possibilidades. O estudo sobre os efeitos retóricos da linguagem do Design Gráfico tem como objeto de estudo a representação da imagem feminina nas capas de uma das principais revistas noticiosas brasileiras – *Veja* (Editora Abril) em diferentes períodos. Foram considerados para a realização da análise os atributos comunicativos da estrutura visual e, conseqüentemente, o apelo persuasivo de cada capa selecionada.

## Objetivo

Verificar a estrutura da composição gráfica de capas de revistas noticiosas, que trouxeram como assunto a representação da mulher, com base em noções elementares de recursos semânticos e sintáticos das figuras retóricas das imagens não verbais ali configuradas.

Investigar de que maneira a composição dessas representações foram afetadas pelo contexto social e cultural da época em que foram veiculadas para gerar emoções e sensações distintas da mensagem para além do que estava sendo representado.

## Metodologia

A pesquisa foi delimitada em quatro fases:

**Estabelecimento da amostra.** Coleta das amostras que se encontram digitalizadas no site da *Veja*, contagem total de capas, agrupamento das capas de acordo com seus assuntos em comum.

**Identificação do foco de estudo.** Comparação entre capas de acordo com os assuntos abordados tendo como tema central a mulher.

A escolha da mulher como tema central foi tomada tendo em vista que a figura do feminino sempre foi um tema amplamente explorado em todas as épocas, o que possibilitou a análise de um considerável número de diferentes capas com o mesmo tema.

**Seleção das capas para estudo.** Catalogação e grupamento das capas por assunto.

Catalogadas as capas, foram selecionadas aquelas que tratassem de assunto similar ou semelhante em períodos distintos.

**Estudo das capas.** Classificação quanto ao conteúdo não verbal (ilustrações, fotografias, etc.) ao conteúdo textual (tipografia, estilo tipográfico), aspectos formais (enquadramento, composição, ambientação, iluminação, cor e textura) e aos recursos retóricos (metáfora, metonímias, paralelismo, prosopopéia...). Análise comparativa entre os elementos e aspectos distintos na edição de cada uma das capas dentro dos grupos por assunto. Estabelecimento do contexto histórico e social ao qual cada uma pertence, para que a presença de uma influência cultural nas escolhas editoriais pudesse ser visualizada.

## Conclusão preliminar

O estudo teórico abordou aspectos semânticos envolvidos no desenvolvimento de um produto gráfico e permitiu a compreensão do Design Gráfico como ferramenta de formação e controle cultural.

Foram coletadas 65 capas, que após serem separadas ficaram dispostas nos seguintes grupos: comportamento (09), estética (12), família (07), saúde (06), sexo (10), trabalho (09) e violência doméstica (02).

Para a análise foram separadas 15 imagens, em um grupo de três capas e seis grupos de duas capas. Dentre todos os assuntos os que ocuparam maior número de capas foram estética, seguido de comportamento e trabalho. A maior distância entre períodos de publicação de capas com um assunto similar foi encontrado no grupo referente a sexo: *O erotismo da nova mulher* (03/10/1984) e *Prazer a vez da mulher* (30/05/2001).

Observou-se que a figura feminina está presente em diversas capas, sem necessariamente ser o assunto principal, como em *A luta de milhões de brasileiros para se livrar da dependência* (24/02/1999), *Culpa* (31/07/2002), *Vingança* (03/09/2008), *A paixão pela novela das oito* (09/07/2003), *Traição virtual* (10/10/2006), entre outras.

A pesquisa está em andamento e continuará passível de novas explorações, pois há capas que não serão analisadas e que envolvem assuntos do cotidiano feminino e até mesmo o estudo da própria imagem da mulher como suporte vinculado em outras mídias.

## Bibliografia Principal

- ALVES, Ivya . **Imagens da mulher: a cidade**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2203.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Tradução de Estela dos Santos Abreu e Cláudio C. Santoro. Campinas, SP: Papirus, 2002.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George (editores). **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. Campinas, SP: Pontes, 2003.
- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Tradução Izabel Magalhães. Brasília:Universidade de Brasília, 2001.
- FUNK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara Rejane (orgs). *Gênero em discursos da mídia*.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- JAKOBSON, Roman. **Linguística e Comunicação**. São Paulo:Cultrix, 2005.
- JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papirus, 2003.
- KAZ, Stela. **Vendem-se aparências**.Título: Mestre em Design. Abril de 2005. Dissertação – Departamento de Artes e Design. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.Rio de Janeiro 2005.
- KOPP, Rudinei. **Design gráfico cambiante**. 2a ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2004.
- NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- NOJIMA, Vera Lúcia. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design. *In*. COELHO, Luiz Antonio L. (organizador). **Design Método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006.
- VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 5a ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.