



## **O Fascínio do Conto de Fadas Britânico: Uma Análise da Cobertura da Revista *Veja* das Vésperas do Casamento Real <sup>1</sup>**

João José ALENCAR<sup>2</sup>  
Regina Alves da SILVA<sup>3</sup>  
Thiago Cury LUIZ<sup>4</sup>

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT

### **RESUMO**

O artigo propõe uma reflexão sobre o que é ou não notícia e de como um caso longe da nossa realidade tem o poder de instituir-se como fato relevante, ao ponto de se tornar capa de revista. Entre os pontos a serem investigados, analisaremos a edição 2214 da Revista *Veja* que trás na capa a mais nova princesa da Grã Bretanha Kate Middleton em vésperas de subir ao altar para se casar com o príncipe William, e dentro da revista dedica dezoito páginas sobre a realeza, um assunto distante da realidade brasileira, mais que movimentou a opinião pública.

**PALAVRAS-CHAVE:** Notícia; Revista *Veja*; Realeza; Realidade Brasileira; Opinião Pública

### **Introdução**

A monarquia é algo que sempre despertou o interesse da sociedade, uma prova disso são as produções de *Walt Disney* que sempre arrecadam boa bilheteria, com produções como Cinderela, Branca de Neve, A Bela Adormecida, entre outras, que despertam em maior expressão no público feminino, em geral, crianças e adolescentes, o sonho de ter ao seu lado um príncipe encantado.

As espectadoras crescem, adquirem novos conhecimentos de mundo, mas continuam em seu íntimo com traços da juventude e usam o arquétipo de “gata borralheira” que irá encontrar em seu caminho o homem perfeito, para manter no imaginário a idéia de que o homem ideal (rico, bonito e cavalheiro) existe e de que um dia será contemplado com esse grande sonho.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II01 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 7 a 9 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: [jjaspc@gmail.com](mailto:jjaspc@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: [regina-ia@hotmail.com](mailto:regina-ia@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor Mestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, email: [tcluiz@yahoo.com.br](mailto:tcluiz@yahoo.com.br)



O que encanta o público feminino nas obras literárias e cinematográficas, desperta a atenção, dessa vez, com maior entusiasmo, também na realidade, principalmente por parte da imprensa, que diante de um casamento real se mobilizou de forma intensa. Com isso, cada veículo de comunicação, buscou da sua maneira fazer a cobertura de forma a levar esse evento ao grande público, em uma junção de mundo ilusório com um fato real que remete ao sonho de criança e compensa as insatisfações do cotidiano.

Talvez essa junção entre o campo das possibilidades com a realidade seja um das explicações para justificar a repercussão do casamento real entre a plebéia Kate Middleton e o príncipe William, que atraiu a atenção não só da nação britânica, mas do mundo inteiro, inclusive no Brasil. Entre um dos fatores a serem observados estão o fato da cobertura brasileira que abrangeu reportagens e programas especiais nos principais telejornais da tevê aberta, com direito a cobertura ao vivo e comentários de especialistas que vão desde o mundo da moda até a economia. Além de repercussão e críticas positivas e negativas na Internet, através dos grandes sites de notícias e das Redes Sociais (*Orkut, Facebook e Twitter*).

A imprensa escrita não fugiu a regra, e praticamente todos os jornais e revistas jornalísticas dedicaram à capa inteira ou em maior parte de suas publicações para noticiar o casamento, um fato relacionado a uma cultura distante e que ganhou ares de ser tão próxima, ofuscando outras reportagens que afetam diretamente a vida dos brasileiros.

Em busca de compreender esse fenômeno noticioso, iremos analisar a Revista *Veja* que dedicou dezoito páginas em sua edição 2214, veiculada na última semana do mês de abril, às vésperas do casamento real, com direito a capa exclusiva, sem chamadas de outras matérias que não fossem relacionadas ao casamento real, e com uma foto de Kate Middleton e a manchete principal com a frase em caixa alta e de cor branca “A princesa encantada”.

### **A Revista *Veja***

Entre os fatores que determinaram a escolha da *Veja* como o objeto de estudo, podemos destacar o fato que a publicação encontra-se como a revista semanal mais vendida do Brasil, e tem como grande triunfo um público fiel que através de assinaturas



sustentam a credibilidade da publicação, que é um fenômeno editorial no Brasil. Como nos conta Marília Sclazo (2004, p.30),

*Veja* é hoje a revista mais vendida e mais lida do Brasil, a única revista semanal de informação no mundo a desfrutar de tal situação. Em outros países, revistas semanais de informação vendem bem, mas nenhuma é a mais vendida – esse posto geralmente fica com as revistas da tevê. Lançada em 1968, nos moldes da norte-americana *Time*, *Veja* lutou com dificuldade, durante sete anos, contra os prejuízos e contra a censura do governo militar, até acertar a sua fórmula. As vendas começaram a melhorar quando a revista passou a ser vendida por assinatura, em 1971. Hoje, as assinaturas correspondem a 80 % da venda dos cerca de 1.200.00 exemplares semanais.

A *Veja* apesar de ser bastante conceituada, provoca discussões entre o mundo acadêmico e no mercado editorial, o motivo é que em suas páginas as notícias sobre política e economia não perdem a oportunidade de alfinetar o atual governo petista. Isso acaba ferindo a idéia de imparcialidade aplicada no jornalismo. Segundo estudiosos, o problema não é a revista ter um posicionamento desfavorável ao governo e ter em sua marca um apoio aos tucanos<sup>5</sup>, mas sim de não expor publicamente a população as suas preferências e objetivos editoriais, que hoje é subentendida na leitura e estudo do conteúdo veiculado pela publicação.

Essa omissão se comparados as definições dos estudos de N. Chomsky e E. Herman, parecem se caracterizar como um mecanismo de manipulação.

Segundo esse modelo, os mídia obedecem ao mesmo princípio que caracteriza a propaganda, colocando os cidadãos como observadores (conservadores) passivos diante dos fatos e reforçando e reforçando assim, os interesses do Estado e das elites. De acordo com Chomsky, é assim que o jornalismo funciona: mantendo os valores e a visão de mundo compartilhados pelos grupos que estão no poder e que controlam o Estado (NASCIMENTO, 2002, p.31).

Só que ao contrário da idéia de beneficiar o Governo, podemos caracterizar a revista *Veja* como um mecanismo da oposição para manter a sociedade e os membros de seu grupo em constante alerta sobre as atitudes presidenciais, já que as mesmas podem sem essa falta de controle cometer erros que prejudicaria principalmente o público leitor da *Veja*, composto por pessoas bem sucedidas como empresários, comerciantes e a classe média, em geral composta por conservadores.

---

<sup>5</sup> Nome atribuído aos membros e simpatizantes do governo do PSDB (Partido Socialista Democrático Brasileiro).



Só que além de política e economia, o público da *Veja* busca matérias no âmbito da saúde, esporte, comportamento, lazer, cultura, entre outros, com isso a revista procura oferecer conteúdos que tragam informações pertinentes a diferentes áreas e que no dia a dia são comuns ao leitor.

Essa busca pela diversificação seria um dos porquês da publicação destacar em seu *corpus* assuntos de âmbito internacional, quando estes tiverem em evidência de forma a provocar o interesse do seu leitor. Já que “uma decisão sobre se uma pauta tem valor e qual dimensão deverá receber não pode se basear caso a caso em questões como ser ou não ser nacional” (PIZA, 2004, p.61). Pois diante de um fato que mobiliza o mundo e desperta a atenção do leitor, cabe a revista buscar com fidelidade a sua maneira de fazer jornalismo, dedicar o espaço em suas páginas, que julgar necessário.

### **Análise da Edição 2214 “Kate Middleton - A Princesa Encantada”**

Iniciamos a análise pela capa que mostra uma foto de perfil da então plebéia Kate Middleton que com um sorriso aberto e o nome da revista *Veja* colorida com um amarelo ouro que configuram junto com o título “A princesa encantada” a interpretação de que o sonho de milhares de mulheres que sempre buscaram por um príncipe igual aos de conto de fada será personificado na união de Kate e o príncipe William.

Assim como Scalzo (2004, p.62) diz que a capa “precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor”. Podemos dizer que essa capa atende as expectativas, pois de forma sutil, tanto na foto como no cabeçalho que traz a coroa real em fundo vermelho e com letras brancas, os principais destaques da edição, ganha ares de exemplar a ser colecionado, e que deve ser adquirido, pois trata de um tema de grande repercussão, observação vista já que o exemplar da revista traz em seu discurso a descrição de “Especial Realeza”.

O conteúdo da revista que trata da realeza está dividido em quatro reportagens, sendo elas: O charme muito discreto da monarquia; Como se faz uma princesa; Já ouviram a última deles; Uma longa conversa. O conjunto de matérias a respeito da realeza busca uma explicação de forma bem ordenada do quanto o protocolo e a história britânica são fatores importantes para manter o reinado dos Windsor<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Sobrenome adotado pela família real britânica após a 1ª Guerra Mundial para tentar superar o ódio que a Inglaterra tinha pela Alemanha.



Em “O charme muito discreto da monarquia”, a revista dedica cinco páginas para trazer uma breve exposição histórica da importância da família real e de como a descrição e um comportamento exemplar foram fundamentais para manter a realeza britânica em destaque, mesmo com a queda ascendente em que se encontra esse modelo de governo em todo o mundo.

Duas páginas são dedicadas como uma espécie de “capa da reportagem” que traz uma grande coroa dourada sobre o título e uma foto do casal William e Kate em tamanho pequeno com a seguinte descrição “um sistema que tem dado certo há mais de 1000 anos ganha um sopro de renovação e glamour através do casamento de William com a jovem que se torna princesa e passa a ter o mundo como passarela” (VEJA, 2011, p.96) e do lado esquerdo a foto da rainha Elizabeth com um pequeno texto falando da importância dessa data.

As três páginas seguintes tratam de como a relação complicada entre Charles e Diana que envolveu traições, divórcio e a morte precoce da princesa quase acabou com o reinado dos Windsor. Além de tratar um pouco da história da Grã Bretanha que para manter a realeza com o status que ainda obtêm, precisou rever alguns conceitos e estabelecer normas de conduta moral a ser seguidas de forma rígida.

Em “Como se faz uma princesa”, a *Veja* traz em seis páginas um balanço sobre as principais mudanças que ocorreram na vida de Kate após anunciar o seu casamento com o herdeiro do trono da família real. A partir da visão de especialistas, a revista também aponta as mudanças que irão acontecer no âmbito pessoal, que envolve desde o modo de se vestir, visita a familiares, comportamento em público e outros protocolos que Kate deverá seguir para manter firmes os costumes da realeza. Além disso, de forma aleatória, durante todo o texto, a revista faz comparações com a princesa Diana que não soube lidar com a posição de princesa, mostrando em que Kate não deve errar na nova situação que irá assumir após o casamento com William.

Na reportagem “Já ouviram a última deles”, são dedicadas duas páginas os escândalos mais recentes, que envolvem traição dos parentes de William e bebedeira do irmão mais novo Harry com direito a foto, sendo amparado por amigos para não cair no chão. O intuito da matéria é mostrar que o alcance da mídia no século XXI está cada vez mais forte e que se o novo casal não se cuidar, terão suas condutas exibidas nas manchetes das principais publicações em todo o mundo.

Para encerrar o “Especial Realeza”, a revista exhibe em cinco páginas a matéria “Uma longa conversa” que mostra um pouco da história política britânica, dedicando



páginas a uma análise do sistema de governo presente entre os britânicos, e de como revoluções e poderio industrial marcam o modelo político da Grã Bretanha como um dos mais bem ordenados do mundo.

A partir dessa análise notamos que mesmo com um assunto considerado por alguns críticos como frívolo, transformou-se nas páginas da *Veja* em um assunto interessante com direito a mostrar um pouco de história, moda, comportamento e política dentre os conteúdos apresentados nas páginas dedicadas a realeza. Mantendo as principais marcas da revista, como aponta Patrícia Ceolin Nascimento (2002, p.81),

(...) alguns recursos discursivos que se repetem nas reportagens, como a ironia, a metáfora, as formas opinativas (adjetivos e verbos, principalmente) e ainda, a busca pela verossimilhança, por meio do que poderíamos chamar de vozes comprobatórias de veracidade, conforme o propósito jornalístico.

É importante ressaltar que na análise percebeu-se que os títulos por si só não falam exatamente o que o texto irá reproduzir e que outros elementos são usados na reportagem para situar o leitor, assim como Nascimento (2002, p.83) abordou em sua pesquisa sobre a linha editorial da revista *Veja*,

(...) o fato dos títulos serem, em geral, “abertos”, ou seja, não dão referência explícita ao assunto tratado na reportagem. Podemos assinalar que o reconhecimento dá-se, nesses casos, com a leitura dos “olhos” (pequenos enunciados que acentuam as informações trazidas pela reportagem, colocados logo abaixo do título principal ou no decorrer do texto) ou com a visualização das fotos. Quanto às legendas que acompanham as fotos, são na maior parte dos casos, opinativas e não se limitam, assim, a uma função descritiva.

As imagens na revista possuem um valor muito importante, pois ressalta os assuntos tratados no texto, complementando e afirmando o que foi dito, “Assim, as imagens participam do sentido do texto, não como muletas ou meros instrumentos ilustrativos, mas como parte integrante da configuração discursiva” (NASCIMENTO, 2002, p.89).

Com isso percebe-se que a idéia que “cada veículo da imprensa tem um público-alvo e deve se concentrar em falar com ele, sem abrir mão de tentar contribuir com sua formação, com a melhora do seu repertório” (PIZA, 2004, P.47) é levado a sério pela *Veja*, que busca fugir de uma forma didática e mesmo assim consegue informar e enriquecer a formação do seu público.



## Conclusão

É perceptível que o casamento real provocou em todo o mundo um fervor, sendo destaque em praticamente todos os meios de comunicação. Isso demonstra como a realeza, apesar de ter perdido espaço nos países em que ainda existe e de praticamente ser extintas em boa parte do território que ocupava desperta o imaginário das pessoas.

Um dos fatores que propicia a identificação das pessoas com o conto de fadas britânico são as histórias contadas na infância, que estabelecem arquétipos que se tornam perfis a serem conquistados como “a menina pobre que é tomada pelos braços de um príncipe montado em cavalo branco” e a idéia de “felizes para sempre”, modo como terminam praticamente todas as histórias infantis que envolvem a ideia de príncipes e princesas.

Só que o jornalismo deve estabelecer critérios para que a cobertura de um assunto tão distante da realidade brasileira não tome por completo o espaço de matérias de interesse público e que afetam diretamente a vida das pessoas, já que servir a sociedade deve ser um dos requisitos primordiais das empresas jornalísticas em respeito e atendendo as expectativas do seu público-alvo.

## Referências Bibliográficas

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. **Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em *Veja* e *Manchete***. São Paulo: Annablume, 2002.

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

VEJA. **Kate Middleton. A princesa encantada**. Ed. 2214, ano 44. Nº17. Editora Abril. 27 de abr. 2011



ANEXO

