

A LÓGICA DO MERCADO NA ORGANIZAÇÃO DO GÊNERO MAGAZINE: UMA RELAÇÃO ENTRE O MAIS VOCÊ E OS SHOPPINGS

Najara Ferrari Pinheiro

RESUMO

Este trabalho objetiva discutir a organização dos magazines femininos televisivos a partir da lógica do mercado ou do consumo. O foco no programa Mais Você (Rede Globo) procura evidenciar como a lógica do mercado pode entrar na relação entre os magazines e os shoppings, considerando, para esta análise, a estrutura textual básica e as estratégias discursivas características de textos-programa do gênero magazine. Focaliza os programas como um tipo de texto do gênero magazine que medeiam a relação produtor-produto-consumidor, conforme a proposição de Bakhtin (1992) e de Martín-Barbero (1997).

Palavras-chave: magazines femininos televisivos, lógica do mercado, consumo, gênero.

ABSTRACT

This work aims at discussing the organization of women's television programs, following the format of women's magazines, from the logic of the market or of consumption. The focus of the program Mais Você (Globo Network) seeks to evidence how the logic of the market can enter the relationship between magazines and shopping malls, considering for this analysis the basic textual structure and discourse strategies characteristic of text-programs of the magazine genre. It focuses on programs as a kind of text of the magazine genre that intermediate the relationship producer-product-consumer, according to Bakhtin's (1992) and Martín-Barbero's (1997) propositions.

Keywords: women's television magazine, logic of the market, consumption, genre.