

## Gêneros discursivos: capas de revista

Miriam Bauab PUZZO

*Programa de Mestrado em Linguística Aplicada  
Departamento de Comunicação Social  
Universidade de Taubaté - UNITAU*

### Resumo

Na imensa variedade de gêneros que circulam no contexto social, as capas de revistas informativas, consideradas um gênero híbrido entre informação e publicidade, constituem um material importante de leitura, visto que antecipam de modo incisivo a leitura de suas reportagens internas. Por isso, analisar a forma como se estabelecem as relações verbo-visuais na composição do enunciado (imagem, diagramação, manchetes, cores e seus efeitos de sentido, bem como as motivações ideológicas da empresa, em relação aos fatos anunciados) constitui um material eficaz para trabalhar em sala de aula, com o intuito de despertar o olhar crítico do leitor. Para discutir tal questão, parte-se do conceito de enunciado concreto, cujas bases estão centradas no princípio dialógico da linguagem e no conceito de gênero discursivo proposto por Bakhtin (2003). O *corpus* selecionado para análise é a capa da revista *Veja* de 10 de maio de 2006. Na materialidade da linguagem verbo-visual, analisam-se o tema, a forma composicional e os estilos genérico e individual das capas da revista *Veja*, em especial o exemplar escolhido, observando as relações dialógicas que se estabelecem entre enunciadador (equipe de produção da empresa) / leitor implícito e contexto sócio-histórico. A leitura crítica das capas pode auxiliar no trabalho pedagógico de leitura e interpretação da linguagem verbo-visual, de modo mais profícuo, ao integrá-las ao contexto sócio-histórico. Procura-se, com esse estudo, favorecer, no processo pedagógico, um olhar crítico de possíveis leitores.

**Palavras-chave:** capas de revista, enunciado concreto, linguagem verbo-visual, relações dialógicas.

## Discursive genres: magazine covers

### Abstract

Among the different genres that circulate in medium, the magazine covers, considered as informative and publicity genres, are important material of reading, because advertise the subject of their internal information. So the verbo-visual dialogic relationship maintained between: image, streamers, sketch, colours, and the sense effect intended as ideological position constitute an effective material to instigate the reader's critical view, mainly students. The magazine covers are analysed in Bakhtin's (2003) point of view as an utterance and a special genre. The material selected to analysis is a magazine cover from *Veja*, 10 may 2006. We found a way to show the tense dialogue that is established between the speaker(s)/ the implicit reader and the social context, observing the verbo-visual material and considering theme, compositional form and style. The magazine cover critical reading is useful as an auxiliary material to the teacher in classes of reading and understanding the verbo-visual language, considering the dialogic relationship with social an historical context.

**Key Words:** magazine cover, utterance, verbo-visual language, dialogic relationships.

## Géneros discursivos: capas de revistas

### Resumen

Entre los distintos medios de comunicación, las capas de revista se presentan como un género singular, por que articulan información y publicidad. En este género es importante la observación del diálogo empezado entre los diversos componentes del lenguaje verbal y visual en la composición del enunciado: imágenes, titulares, proyectos visuales, colores y su constitución de sentidos en relación a la ideología del medio de comunicación. Es importante la observación de

las relaciones dialógicas entre el enunciador (equipo editorial), el presunto lector y el contexto que constituyen un medio instigante de lectura a los estudiantes. Las capas de las revistas semanales son tratadas como enunciados concretos en la perspectiva de Bakhtin (2003). Para efecto del análisis fue seleccionada una capa del semanario *Veja* em la cual se investiga el lenguaje verbo visual en su tema, en su forma composicional y en su estilo; y también el diálogo empezado entre el sujeto del enunciación, el lector implícito y el momento socio histórico. La lectura crítica dialógica de la capa de la revista *Veja* constituye un medio auxiliar de enseñanza de la lectura del lenguaje verbo visual y su constitución bajo su ideología de sentido.

**Palabras clave:** capa de revista, enunciado, lenguaje verbo visual, relaciones dialógicas.

## 1. INTRODUÇÃO

Passando um rápido olhar pelo contexto social moderno, observamos a pluralidade de gêneros que se difundiram em função do progresso social e tecnológico. A comunicação, agilizada pelo mundo digital, vem se transformando e, conseqüentemente, transformando as formas de comunicação social. Cada segmento encontra os meios próprios de divulgação e transmissão dos fatos que ocorrem no plano nacional e no internacional. As informações circulam de modo rápido, principalmente pelo apoio da internet e dos blogs. Essa forma de comunicação verbal, visual e auditiva atua de modo decisivo nas diversas mídias, mudando o estilo, o formato e a linguagem própria de cada esfera de comunicação em função da proposta comunicativa, da forma de circulação e recepção dos diversos enunciados que circulam nos mais variados espaços. Com isso, os gêneros próprios de cada esfera de atividade humana vão tomando contornos diferentes em função, não só das novas necessidades, como também dos múltiplos recursos tecnológicos disponíveis. Assim, as revistas informativas, como toda produção midiática, cujo objetivo primordial é a informação, acompanham as novas tendências expressivas. Cada vez mais, reduzem os espaços destinados a grandes reportagens, simplificando a linguagem que se aproxima da oralidade. Como não poderia deixar de ser, as capas de revistas também sofrem modificações, tornam-se mais criativas, mais persuasivas e interessantes, perdendo, por conta desse aspecto, seu caráter de fidelidade à informação factual, impregnando-se de valores de natureza ideológico-empresarial.

Tendo em vista essa peculiaridade, o objetivo deste estudo é traçar considerações a respeito das capas de revista e de seu poder persuasivo, constituindo um gênero distinto e ao mesmo tempo integrado ao veículo de informação que anuncia. A proposta é de discutir a viabilidade de leitura desse gênero como atividade em sala de aula, de modo a propiciar leitores mais críticos e reflexivos.

Como os gêneros discursivos têm sido tema constante de propostas curriculares, como os Parâmetros Curriculares Nacionais, PCN, e apesar de sua relevância, há pouca discussão teórica a respeito desse assunto, o que torna sua aplicação, às vezes, realizada de modo muito esquemático e superficial em sala de aula, geralmente obedecendo a modelos sugeridos em obras didáticas ou em projetos integrados. A pertinência desse tema e a necessidade de aprofundamento das peculiaridades genéricas motivam investigação mais profunda a esse respeito, numa perspectiva enunciativo-discursiva, considerando a produção, a circulação e a recepção desses enunciados tidos como gêneros.

## 2. ASPECTOS TEÓRICOS

Esse assunto, candente na atualidade (gêneros discursivos), foi discutido pelo crítico-linguista russo Bakhtin, considerando os princípios e as transformações que organizam o processo comunicativo moderno. Ele reforma os conceitos clássicos apresentados por Aristóteles e, a partir de uma revisão histórica, vai tecendo seus comentários ao longo de várias obras em que discute a linguagem, juntamente com um grupo de pesquisadores que formam o Círculo Bakhtiniano, entre eles Medvedev e Volochinov. A este último, é atribuída a obra *Marxismo e filosofia da linguagem* (2006), cujos comentários giram em torno das teorias existentes na época: a linguística saussureana e a estilística. Nessa obra, observa-se a gestação dos princípios fundamentais para a elaboração da teoria atribuída a Bakhtin sobre os gêneros do discurso, expressa numa de suas obras mais importantes, *Estética da criação verbal* (2003), assinada por ele mesmo. De acordo com a teoria já discutida em vários textos ao longo do tempo, o princípio dialógico constitutivo de toda comunicação é o eixo em torno do qual seu pensamento se estrutura. Os desdobramentos dessa visão dialógica da linguagem manifestam-se em várias instâncias desse processo, desde as obras literárias até as produções mais

simples da vida diária. É esse processo que permite a elaboração do conceito de gênero, modelo organizador de toda comunicação humana. Toda forma de comunicação é “um elo na cadeia discursiva” (BAKHTIN, 2003, p. 299), porque ao nos comunicarmos usamos palavras alheias que herdamos de nossos antepassados e as atualizamos em função de nossas necessidades atuais, projetando-as para os leitores/ouvintes imediatos e futuros. Para o linguista:

Nós aprendemos a moldar nosso discurso em formas de gênero e, quando ouvimos o discurso alheio, já adivinhamos o seu gênero pelas primeiras palavras, adivinhamos um determinado volume (isto é, uma extensão aproximada do conjunto do discurso), uma determinada construção composicional, prevemos o fim, isto é, desde o início temos a sensação do conjunto do discurso que em seguida apenas se diferencia no processo da fala. Se os gêneros do discurso não existissem e nós não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente e pela primeira vez cada enunciado, a comunicação discursiva seria quase impossível (BAKHTIN, 2003: 283).

Em toda forma de comunicação, há sempre um enunciador com uma proposta de comunicação em diálogo permanente com um destinatário implícito (o mais próximo, ou um leitor distante no tempo e no espaço).

Essa constituição interna do sujeito enunciador determina o tema, a forma de composição e o estilo de sua produção. É justamente essa relação que constitui os gêneros discursivos que circulam em qualquer esfera de atividade humana, desde uma simples forma de cumprimento oral, considerada gênero primário, até as formas mais complexas, que exigem um processo de elaboração mais requintado, como os literários, jornalísticos ou publicitários (BAKHTIN, 2003, p. 276-277). Apesar de se debruçar mais especificamente sobre enunciados verbais, Bakhtin não descarta a possibilidade de considerar outras formas de manifestação enunciativa, ou seja, os outros meios de expressão:

Numa abordagem ampla das relações dialógicas, estas são possíveis também entre outros fenômenos conscientizados desde que estes estejam expressos numa matéria signíca. Por exemplo, as relações dialógicas são possíveis entre imagens de outras artes, mas essas relações ultrapassam os limites da metalinguística (BAKHTIN, 2002:184).

Ao abrir esse espaço para novas formas de produção enunciativa, Bakhtin permite a articulação dos estudos da linguagem numa perspectiva verbo-visual, como os novos pesquisadores, entre eles Brait (2005, p.98), propõem. Desse modo, ao nos depararmos com uma capa de revista, imediatamente reconhecemos um modelo mais ou menos estável de produção que conjuga o verbal e o visual. Por isso os signos de outra natureza, que não os verbais, devem ser considerados na análise do enunciado.

## 2.1 AS CAPAS DA REVISTA

Sob esse enfoque, as capas de revista são consideradas gêneros discursivos secundários, por exigirem um processo de elaboração complexo. Há um enunciador, representado por uma equipe de produção responsável por anunciar as matérias veiculadas em cada edição: informações, reportagens, resenhas, geralmente de interesse imediato. Além desse anúncio, existe a necessidade de tornar os assuntos relevantes e atraentes para o leitor, de modo a provocar seu interesse pela aquisição e leitura desse material anunciado nas capas. Sendo assim, na elaboração desse enunciado há a participação de vários profissionais: redator, diagramador, ilustrador, fotógrafo ou artista plástico, entre outros, dependendo das imagens a serem projetadas.

Consideradas como enunciados concretos nos moldes bakhtinianos, as capas mantêm relações dialógicas em vários níveis. No processo de elaboração, portanto no nível imediato, os componentes da equipe de produção estão afinados num objetivo comum com a editoria para a escolha da unidade temática que gerenciará todo o projeto verbovisual: chamadas, distribuição, tipos gráficos, imagens ou fotos, cores e outros elementos composicionais. Pela unidade articulada ao tema, o(s) enunciador(es), pressupõe(m) um leitor correspondente ao público/leitor da revista, considerando também os interesses pelos episódios do contexto imediato. Desse modo, as capas são concebidas em função dessas redes complexas.

Partindo desse pressuposto, observa-se a importância de uma análise mais completa no que tange a linguagem verbo-visual das capas de revista, consideradas como um gênero discursivo que circula nas esferas jornalística e publicitária, cumprindo um duplo papel: informação e persuasão. A articulação entre a linguagem verbal e a visual exerce poder persuasivo sobre o público, além de informá-lo sobre os assuntos tratados na revista.

Para desenvolver essa proposta, foram tomadas como referência as capas da revista *Veja*, considerada a revista de informação de maior circulação no país.

### 3. AS CAPAS DA REVISTA *VEJA*: UM GÊNERO PECULIAR

Como toda produção midiática, a revista conta com um perfil de leitor mais ou menos determinado. Os leitores, heterogêneos em sua abrangência, são, em sua maioria, profissionais liberais e intelectuais com nível de escolaridade significativo. Por esse motivo, a produção obedece a um projeto que procura atender a esse público. Sob esse prisma, dois aspectos devem ser considerados. Se de um lado há uma imagem prefigurada das expectativas desse público, por outro lado existe também a intenção de comunicação da empresa responsável pela revista, que tem sua própria visão dos fatos, de acordo com a ideologia que a orienta. As capas, assim enunciadas, mantêm um diálogo tenso entre empresa e público, porque no fio desse discurso se cruzam interesses conflitantes, nem sempre possíveis de serem conciliados: o da empresa, ao impor sua imagem interpretativa que se propõe isenta; e dos leitores, que buscam a informação exata (utópica); e, o próprio fato.

Nessa perspectiva, o princípio gerenciador dessa observação, o conceito de enunciado bakhtiniano, põe em atividade concomitante o enunciador e o enunciatário no próprio processo de enunciação, quando o diálogo se faz presente, determinando o teor desse enunciado. Como consequência, as diversas instâncias enunciativas condicionam de certa forma o modelo desse enunciado, porque é pensando em seu leitor implícito que o enunciador o elabora; portanto, o diálogo eu/outro já está encetado no momento mesmo da enunciação. Esse processo, entretanto, não se restringe a esse diálogo interno, porque, de acordo com a teoria dialógica bakhtiniana, para a concretização do ato comunicativo há o terceiro componente, do qual se espera uma atitude responsiva (BAKHTIN, 2003, p. 301).

Desse modo, apesar de comporem um conjunto integral, tais capas têm um acabamento provisório porque dependem em sua leitura interpretativa do contexto histórico-social dos leitores. Sendo assim, estabelecem um diálogo com o contexto em que estão inseridas, propiciando várias possibilidades interpretativas, mas todas elas articuladas pela proposta de comunicação da empresa e de sua ideologia. Além disso, cada edição estabelece relações significativas, tanto com o contexto daquele momento, quanto com o das edições posteriores e anteriores. Portanto, o enunciado presente em cada exemplar isoladamente está intimamente ligado aos outros que os precedem e os sucedem ao longo do tempo, segundo a perspectiva enunciativa bakhtiniana, pois:

O enunciado existente, surgido de maneira significativa num determinado momento social e histórico, não pode deixar de tocar os milhares de fios dialógicos existentes, tecidos pela consciência ideológica em torno de um dado objeto de "enunciação", não pode deixar de ser participante ativo do diálogo social (BAKHTIN, 1990; p. 86).

Nessa linha teórica, as capas da revista *Veja*, tratadas como gêneros discursivos, pois circulam numa dada esfera de atividade humana, cumprem um determinado papel comunicativo e possuem um acabamento mais ou menos estável.

Nesse sentido, como toda capa de revista de natureza informativa, anunciam as principais manchetes das matérias contidas no interior da revista. Geralmente há um assunto mais importante, destacado dos outros por uma chamada mais elaborada, com o objetivo de criar certo impacto. Os assuntos secundários são sintetizados em chamadas distribuídas nessa página de apresentação, em lugares estratégicos, em função de seu grau de importância. Desse modo, o conjunto desses elementos dispersos constitui uma unidade temática trabalhada em vários níveis – linguístico e plástico –, cujos elementos de composição são os tipos de letras de tamanhos variados, as cores, a distribuição dos textos escritos e das imagens visualizadas na página. Nada é aleatório para essa organização interna significativa. Cada edição tem uma característica diferente da anterior, em virtude dos assuntos pautados no momento que, pressupõe-se, sejam de interesse coletivo, ou até mesmo de interesse da empresa. Além disso, nas capas destacam-se o nome da revista, o número da edição, a data de publicação, e a logomarca da empresa que edita a revista, situados em lugares estratégicos e bem visíveis.

Assim, o conteúdo temático, extraído dos assuntos em pauta no momento, a forma de composição e o tratamento estético representam o gênero capa de revista informativa, tanto da *Veja*, como de suas concorrentes, *Época* e *Istoé*. Como gênero, tais capas têm, portanto, um modelo mais ou menos estável que permite o seu reconhecimento imediato como capa de revista informativa. Ao mesmo tempo, conforme a caracterização genérica conceituada por Bakhtin, cada revista apresenta um estilo individual que a torna reconhecida pelo nome que ostenta como assinatura, neste caso, o da revista *Veja*.

As particularidades das capas da *Veja*, que as distinguem das demais, podem ser observadas no exemplar referente à edição de 10 de maio de 2006, cuja manchete, *Essa doeu!*, trata das relações entre Lula e os presidentes sul-americanos, Evo Morales e Hugo Chaves:



Fig. 1: Revista *Veja*, edição de 10 de maio de 2006

O nome da revista, no alto da parte superior da página, grafado em tipos de letras bastão minúsculos, em fonte Franklin Heavy, tem a forma padronizada que a acompanha desde o primeiro exemplar e constitui sua assinatura. As letras são preenchidas na cor azul, cor variável a cada edição, e contornadas por filete branco com sombreamento, o que as coloca em relevo. A primeira letra da assinatura, está semicoberta pelo contorno da cabeça de Lula, imagem fotográfica que compõe esse enunciado.

No extremo direito da página, encontram-se as referências à empresa responsável por sua publicação, Editora Abril, com as indicações de edição, ano e número, além da data de veiculação e o preço unitário, na fonte arial em tamanho bem reduzido. Neste exemplar, o logotipo da empresa aparece no topo esquerdo da página.

Sobre amarelo esmaecido em degradê, do mais claro ao mais escuro, em linha descendente, está estampada, no lado esquerdo da página, em toda a extensão lateral, a foto do presidente Lula de terno marrom, de costas para o leitor, ajeitando as calças numa posição de quem procura se recompor, se ajeitar. Na parte superior da calça, correspondente às nádegas, as marcas do solado de um sapato, resultante supostamente de um chute, de onde respigam gotas de um líquido escuro. A chamada, centralizada na parte inferior do lado direito da página, em letras brancas, com sombreamento de modo a destacá-las, expressa um julgamento valorativo, “Essa doeu!”, confirmando a idéia de agressão sugerida na imagem.

O título principal (manchete) em caixa alta, na fonte Franklin, apresenta-se com as letras, na forma bastão, vazadas em branco, cor que pode variar conforme o assunto e o projeto de cada edição. Na composição de título e subtítulo há uma variável em função da necessidade imediata das informações a

serem transmitidas, assim como é variável a inclusão ou não de assuntos secundários. Acima da chamada principal, compondo com ela um conjunto, pelo mesmo tipo de letra, há um frase nominal com a síntese do fato que justifica o comentário da chamada, "O ataque à Petrobras", grafada em caixa alta com as letras vazadas na cor preta, como a das marcas do calçado estampado na imagem e sublinhadas em vermelho, o que lhes dá relevância.

Logo abaixo da chamada, completando a informação, há o subtítulo, também vazado em preto, em tipos menores, em tom valorativo: "Lula dormiu como o 'grande guia' e acordou como mais um bobo da corte do venezuelano Hugo Chávez, que tramou o roubo do patrimônio brasileiro na Bolívia." Todo o projeto gráfico e informativo da página está centrado no tema do golpe político-econômico, desferido pelos presidentes Evo Morales e Hugo Chávez, sofrido pelo presidente Lula. Esse tema articulador do enunciado é tratado de modo a constituir o gênero em sua forma composicional e de estilo, tanto genérico como individual, ou seja, esta capa, especificamente, expressa um modo peculiar de avaliação dos fatos noticiados em função do tratamento dado ao tema pela equipe de produção. Apresenta, além dos elementos caracterizadores do modelo genérico: assinatura, chamada, informações secundárias (também um modo peculiar de tratamento), e estilo, responsável pelo tom ideológico que expressa o ponto de vista da empresa pelos seus representantes autorizados – a equipe de produção.

Uma análise mais detalhada pode explicitar as implicações desse tratamento temático.

Num primeiro momento, observamos a foto. A fotografia é um dos grandes suportes para dar ao fato noticiado o teor de veracidade às informações. Entretanto, apesar desse recurso inquestionável de comprovação, a foto expressa, tanto pelo enquadramento como pelo recorte do real feito pelo fotógrafo, um ponto de vista, como atestam os pesquisadores, entre eles Sontag, (2004), Barthes (2006), Freeman (2005), Kossoy (1989,2002). Todos eles consideram as fotos como representação do real e, como tal, não são o real. De acordo com Sontag (2004, p. 192), a foto pode servir a vários propósitos:

Para nós, a diferença entre o fotógrafo como um olho individual e o fotógrafo como um registrador objetivo parece fundamental, uma diferença muitas vezes vista, erradamente, como algo que separa a fotografia artística da fotografia como documento. Mas ambos são extensões lógicas do que a fotografia significa: anotar potencialmente tudo no mundo, de todos os ângulos possíveis.

Apesar de a fotografia simular o real, não constitui um registro fidedigno, pois um conjunto de decisões formais é preestabelecido e faz parte do mecanismo fotográfico, tais como: tipo de lente, abertura do diafragma, tempo de exposição da película à luz (NEIVA JR., 2006, p. 73). Ademais, a própria seleção feita pelo fotógrafo, que compreende o enquadramento, o ângulo, o cenário de fundo, a perspectiva, entre outros, denota a interferência do seu olhar na captação da imagem. Há um recorte intencional que direciona um modo de ver a cena retratada. Ainda, é preciso considerar a edição da imagem por meio da qual a foto pode ser manipulada e, em certos casos, alterada de modo radical. Portanto, a fotografia traz a ilusão de realidade, mas é, sobretudo, sua representação.

No caso das fotografias, existe uma questão que merece ser destacada, o fato de apesar de se tratar de uma mensagem jornalística, as fotos de capa têm características de fotografias produzidas – não flagradas – como ocorre no restante da atividade fotográfica em jornalismo (LÁUA, 2003: 102).

Essa imagem, captada pela câmera por um sujeito afirma algo, condensa uma história da qual o fotógrafo participa como enunciador. Desse modo, pode-se associar essa composição de página como um fragmento narrativo, ou seja, uma narrativa em outros moldes, já que conta com a cooperação do leitor para preencher os dados ausentes, os quais fazem parte de seu contexto histórico-social, portanto de conhecimento coletivo. Sendo assim, contém também elementos de composição comuns à narrativa, ou seja, é uma cena enunciativa, de acordo com a conceituação de Mainqueneau (2006).

O ângulo, a posição da personagem fotografada, de frente, de lado, em *close* ou em primeiro plano, tudo isso modifica sua recepção pelo observador. Um dos pesquisadores nessa área afirma que:

A representação da parte frontal da cabeça é fundamental na foto, principalmente se ela estiver erguida, olhando de frente para a câmera. A imagem assim captada provoca a sensação de honestidade e segurança, enquanto a posição de lado sugere certa timidez (FREEMAN, 2005: 27).

Como, na foto de Lula, a captação da imagem é feita pelas costas, há uma série de considerações a ser feita, tendo em vista que na maioria das vezes os fotógrafos procuram a captação frontal, como na maioria das fotos representativas de personagens públicos. A fotografia alterada pelo artista plástico acentua essa distância, ao projetar um modo avaliativo de interpretar tal personagem pelos atos por ele praticados. Nesse caso, a participação do leitor na interpretação desse enunciado é essencial, porque diz respeito aos fatos contextuais daquele momento histórico-social de que participam enunciador/enunciário. O tom

avaliativo/valorativo impresso na imagem impõe a co-participação do leitor, exigindo uma atitude responsiva. No caso específico desta capa, a foto foi alterada pelo recurso do *Photoshop*, introduzido pela revista *Veja* no tratamento das imagens fotográficas desde a década de 90.

Outra questão diz respeito às cores que predominam no conjunto. Existe uma certa simbologia das cores, consideradas como ativadoras de algum significado, como muitos autores propõem, entre eles Farina (1986). Contudo, ao integrarem um conjunto enunciativo, as cores só adquirem sentido em função da proposta comunicativa. O amarelo, por exemplo, pode ter muitos significados, tais como alerta, excitação, entre outros. Entretanto, só pode ser compreendido em função dos outros signos que constituem o enunciado. Nesta capa, especificamente, aparece como cor de fundo que compõe o cenário, o palco da ação, o amarelo esmaecido em degradê, tendendo para o marrom, que lembra uma cena crepuscular, assim como a cor do traje do presidente, marrom com reflexos de amarelo. A cena é melancólica, fazendo eco com a linguagem verbal da chamada e dos subtítulos. A frase nominal sublinhada pela cor vermelha é significativa. Chama a atenção, não só pelo contraste de cores, preto e vermelho, como pelo sinal gráfico do sublinhado.

O sublinhado é significativo nos textos verbais e tem sido considerado, juntamente com o itálico e o negrito, sinal de pontuação, porque põe em evidência determinado termo, com uma acentuação diferenciada do tom normal da enunciação. Num estudo desenvolvido sobre a relação entre a sintaxe e a imagem textual, Neveu destaca o fato de que o texto escrito é principalmente visual, e que os sinais de pontuação desempenham importante papel na segmentação da cadeia verbal e na espacialização do discurso, refletindo na semântica textual (NEVEU, 2000: 201). Dentre esses sinais tipográficos, o autor ressalta o itálico e o sublinhado. Nessa mesma linha de raciocínio, Dahlet (2006) entende esses sinais como traços significantes na composição do texto escrito. De acordo com a pesquisadora, o sublinhado, que durante muito tempo, foi empregado para indicar referência, numa função secundária, em relação a outros sinais gráficos tratados pela gramática, tais como ponto final e vírgula, hoje, com os novos rumos tomados pelos estudos da linguagem, é considerado sinal de pontuação.

Na perspectiva de Dahlet, sustentada pela análise do discurso, o sublinhado, o itálico e o negrito são notações gráficas que contribuem para a constituição de sentido do texto. De acordo com o levantamento efetuado em sua pesquisa, o sublinhado, mais utilizado atualmente nos textos manuscritos, equipara-se ao itálico, seu substituto em textos digitalizados. Como a autora considera tais sinais equivalentes, o que afirma sobre o itálico pode ser transposto para o sublinhado:

Há algumas décadas, o itálico foi empregado para destacar e, nesse sentido, esse sinal traz para si o peso informativo. Mas o valor do segmento marcado possui nuances, que o contexto se encarrega cada vez, de caracterizar: valor superlativo, contrastivo, marca argumento forte (DAHLET, 2006: 187).

Nesse subtítulo que antecede a chamada principal, o sublinhado em vermelho põe em evidência a frase que já se encontra destacada pelas letras em caixa alta, como se representasse uma segunda voz, com valor de comentário, reforçado no título breve, de teor exclamativo, composto por um pronome e um verbo. O pronome demonstrativo faz remissão ao ato de Hugo Chávez, considerado aliado do presidente, mas que se volta contra ele em favor de Evo Morales, ao nacionalizar a filial da empresa brasileira Petrobras situada em solo boliviano. Imagem e título dialogam, assim como o título dialoga com o subtítulo que segue abaixo. A extensão da frase sinaliza o comentário depreciativo da imagem do presidente brasileiro pela antítese constituída pelas expressões: “*dormiu como o grande guia [...] e acordou como mais um bobo da corte*”. Esse contraste revela o tom valorativo de natureza ideológica, como expressão do ponto de vista da empresa de comunicação e de seus representantes autorizados – os enunciadores. Os termos empregados são atributos pejorativos, no que diz respeito, tanto ao presidente brasileiro, quanto ao presidente boliviano. Há um toque sensacionalista que dá relevância às ações centradas no jogo de poder e de parceria entre os três presidentes, denegrindo a figura do presidente brasileiro, exposto ao ridículo na foto e nos termos verbais que articulam esse enunciado.

Merece destaque nessa edição a ausência de outras informações secundárias, como se todo o esforço de composição do enunciado convergisse para o tema do golpe, traiçoeiro, sofrido pelo presidente brasileiro. Todo o conjunto enunciativo expressa a visão da empresa sobre o assunto da reportagem anunciado na capa: chamada, subtítulos, foto, letras, diagramação e cores. Não há como escapar de um julgamento de valor, antes mesmo de tomar conhecimento do texto da reportagem interna. Além disso, o tratamento jocoso e depreciativo torna-se um conquistador do público, que procura extrair o humor dos fatos anunciados.

Como resultado dessa tática, a informação perde sua proposta de objetividade quando os enunciados expressos nas capas se deixam permear pela subjetividade de seus emissores de modo mais ou menos explícito, de acordo com o momento e os interesses imediatos dos enunciadores – equipe/empresa.

Nesse sentido, as capas da *Veja*, como gênero, também acompanham as transformações ao longo do tempo em seu estilo e em sua forma composicional, em virtude, não só das necessidades imediatas do contexto social, como postula Bakhtin, mas também de seus interesses enunciativos, como uma empresa de comunicação cuja ideologia norteia tais enunciados.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As imagens, muito mais que os enunciados verbais, fixam-se no imaginário do leitor, como se fossem a versão da realidade. Desse modo, a ideologia que perpassa por elas também é transmitida indiretamente ao leitor desavisado ou pouco afeito à leitura crítica.

Por esse motivo, desenredar essa malha textual pode ser um trabalho de grande efeito na construção de procedimentos de leitura mais críticos e menos sensíveis aos apelos sensacionalistas ou subjetivos que permeiam os enunciados concretos que circulam na mídia, exigindo uma atitude responsiva imediata de seus leitores e, por isso mesmo, responsável pela formação de opinião de seu público.

#### REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, M. (VOLOCHINOV) *Marxismo e filosofia da linguagem*. (Prefácio de Roman Jakobson, Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira). 12. ed., São Paulo: Hucitec, 2006.
- BAKHTIN, M. M. *Estética da criação verbal*. (Trad. do francês Paulo Bezerra). 4. ed., São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Questões de literatura e de estética* (A teoria do romance). 2. ed., São Paulo: Hucitec, 1990.
- \_\_\_\_\_. *Problemas da poética de Dostoiévski*. (Trad. Paulo Bezerra) 3. ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- BARTHES, R. *A câmara clara*: Nota sobre a fotografia. (Trad. Manuela Torres), Lisboa: Edições 70 Ltda., 2006.
- BRAIT, B. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1996.
- BRAIT, B. (org.) *Bakhtin*: outros conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2006.
- \_\_\_\_\_. *Bakhtin*: conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2005.
- DAHLET, V. *As (man)obras da pontuação*: usos e significações. São Paulo: Humanitas, 2006.
- DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. (Trad. Jefferson L. Camargo) São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FARINA, M. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1986.
- FREEMAN, M. *Fotografia digital de personas*. (trad. do inglês por Carme Franch), Tachen: Evergreen, 2005.
- GUIMARÃES, L. *A cor como informação*: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2004.
- KOSSOY, B. *Fotografia e história*. (Série Princípios), São Paulo: Ática, 1989.
- LÁUA, M. P. *Capas de Veja X Cartas do Leitor*. (Dissertação de Mestrado). UNITAU: Taubaté, 2003.
- MAINGUENEAU, D. *Discurso literário*. (Trad. Adail Sobral) São Paulo: Contexto, 2006.
- NEIVA JR. E. *A imagem*. 2. ed., 3ª reimpressão, São Paulo: Ática, 2006. (Coleção Primeiros Passos)
- NEVEU, F. De "La syntaxe à l'image textuelle: ponctuation et niveaux d'analyse linguistique", in DÜRRENMATT, Jacques (Org.) *La ponctuation*. Poitiers: La Licorne, 2000.
- SONTAG, S. *Sobre fotografia*. (Trad. Rubens Figueiredo) 3ª reimpressão, São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

#### Miriam Bauab PUZZO

Possui graduação em Letras pela Faculdade de Filosofia Ciências e Letras de São José do Rio Preto (1967), graduação em Pedagogia pela Universidade do Vale do Paraíba (1973), mestrado em Literatura Brasileira pela

Universidade de São Paulo (1997) e doutorado em Letras (Teoria Literária e Literatura Comparada) pela Universidade de São Paulo (2004), pós-doutorado em Linguística na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2008). Atualmente é professor Assistente Doutor da Universidade de Taubaté, vinculado ao programa de Mestrado em Linguística Aplicada. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Língua Portuguesa, atuando principalmente nos seguintes temas: Linguística, literatura brasileira, jornalismo e publicidade.