

A LINGUAGEM VERBO-VISUAL DAS CAPAS DE REVISTA E OS IMPLÍCITOS NA CONSTITUIÇÃO DE SENTIDO

Miriam Bauab PUZZO
(UNITAU)
e.mail: puzzo@uol.com.br

RESUMO: O objetivo desta comunicação é discutir a importância da linguagem verbo-visual das capas de revistas informativas, como atividade de leitura. Para cumprir tal proposta serve de apoio a teoria bakhtiniana dialógica da linguagem centrada nos gêneros discursivos (BAKHTIN, 2003). Tais capas, consideradas enunciados concretos, estabelecem relações dialógicas entre os diversos sujeitos: enunciadores (empresa), leitores presumidos e contexto sócio-histórico. Serve como objeto de análise duas capas da revista *Veja*, a edição 1952 e a edição 1980, cujo paralelo visa observar os implícitos na constituição de sentido e as relações dialógicas com o intuito de promover uma leitura crítica.

PALAVRAS-CHAVE: capas de revista; gêneros discursivos; linguagem verbo-visual; implícitos.

*ABSTRACT: The purpose of this paper is to discuss the importance of verbal-visual language of magazine covers, as a reading task with the purpose of promoting critical reading. To accomplish this task the dialogic bakhtinian theory of language applied to the analysis of discursive genres (BAKHTIN, 2003) is adopted. These covers, considered as concrete enunciations, demonstrate dialogical relationships among participants in the interaction: the entrepreneurs, who represent their company, the implicit reader and the historical-social context. As objects of the analysis, two covers from *Veja* magazine, the 1952 and 1980 editions, have been chosen. The analysis of these two covers made it possible to observe the implicit senses in meaning production and the dialogical relationships which have been established.*

KEYWORDS: magazine cover; genre of discourse; verbal-visual language; implicit sense.

0. 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 tanto no plano nacional quanto no internacional. As informações circulam de modo rápido, principalmente pelo apoio da internet e dos blogues. 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 a produção midiática, cujo objetivo primordial é a informação, acompanham as novas tendências expressivas. Como não poderia deixar de ser, as capas de revistas também sofrem modificações a cada dia, explorando a criatividade e a persuasão. Perdem por conta desse aspecto seu caráter de fidelidade com a informação factual, impregnando-a 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 mobilizadora de olhares mais críticos e reflexivos como proposta didática em sala de aula.

Como os gêneros discursivos têm sido tema constante de propostas curriculares como as dos PCNs, e apesar de sua relevância, há pouca discussão teórica a respeito desse assunto, o que torna sua aplicação feita às vezes 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, motiva investigação mais profunda a esse respeito numa perspectiva enunciativo-discursiva, considerando a produção, a circulação e a recepção desses enunciados tidos como gêneros.

1. Fundamentação teórica

Ao tratar de gêneros discursivos, nos reportamos imediatamente ao crítico-linguista russo Bakhtin, um dos principais teóricos sobre o assunto. A partir dos conceitos clássicos de gênero estabelecidos por Aristóteles e num processo de revisão histórica e literária, Bakhtin e um grupo de pensadores, entre eles Medvedev e Volochínov que constituem

seu Círculo, vão tecendo a teoria ao longo de várias obras em que discutem a linguagem.

Em *Marxismo e filosofia da linguagem* (2006), assinada por Volochínov, mas cuja autoria é atribuída a Bakhtin, os comentários críticos giram em torno das teorias existentes na época: a linguística saussureana e a estilística. Entretanto, apesar de não tratar diretamente dos gêneros, observa-se a gestação dos princípios fundamentais para a elaboração da teoria enunciativo-discursiva, cujo desenvolvimento em estudos posteriores redundará na conceituação dos gêneros do discurso, expressa numa de suas obras mais importantes, *Estética da criação verbal* (2003), assinada por ele mesmo. Os capítulos que tratam da diferença entre tema e significação e da interação verbal, na obra *Marxismo e filosofia da linguagem*, são fundamentais para a estruturação do conceito dos gêneros discursivos que será desenvolvido naquela obra.

Assim, o princípio dialógico constitutivo de toda a comunicação, discutido em vários textos ao longo do tempo, é o eixo em torno do qual seu pensamento se estrutura e fundamenta a teoria dos gêneros discursivos. Apesar de tomar as obras literárias como objeto de análise e aplicação da teoria, o autor não abandona as produções mais simples de comunicação na vida diária, como se verifica no texto "Discurso na vida e discurso na arte" (1926) assinado Voloshinov/Bakhtin, em que os enunciados do cotidiano são discutidos, entre eles a forma mais elementar, os cumprimentos de cortesia que circulam na esfera da convivência humana. É a partir dessas fórmulas simples que o autor vai gestando o conceito de gênero, modelo organizador de toda a comunicação humana.

Partindo do princípio de que toda a forma de comunicação é "um elo na cadeia discursiva" (BAKHTIN, 2003: 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, Bakhtin também afirma que a escolha das palavras que usamos está intrinsecamente ligada à proposta de comunicação, que por sua vez determina o modelo genérico que organiza o enunciado. 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)

Por isso, em toda a forma de comunicação, o enunciador estabelece um diálogo permanente com um destinatário implícito que tanto pode ser o mais próximo, quanto um possível 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 (op.cit.: 276-7). 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, conforme afirma:

Numa abordagem ampla das relações dialógicas, estas são possíveis também entre outros fenômenos conscientizados desde que estes estejam expressos numa matéria *sígnica*. 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 a reflexão sobre 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: 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. Sob esse enfoque, as capas de revista são consideradas gêneros discursivos secundários por exigirem um processo de elaboração mais aprimorado de que participam vários elementos em sua composição, tais como fotos ou imagens, letras em tamanhos variáveis que compõem títulos e subtítulos, além dos componentes que caracterizam o gênero, tais como assinatura e outras informações pontuais: data, número de edição, logotipo da empresa. Não há um enunciador, mas 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, a equipe responsável por esse enunciado é composta por profissionais de áreas diversas: redator, diagramador, ilustrador, fotógrafo ou artista plástico, entre outros, dependendo das exigências do enunciado de capa a ser elaborado.

Por se configurarem como enunciados concretos nos moldes bakhtinianos, as capas mantêm relações dialógicas em vários níveis. No processo de elaboração, portanto no nível imediato, o diálogo se estabelece entre os componentes da equipe de produção afinada com a editoria. Esse processo dialógico evidencia-se na escolha da unidade temática que gerenciará todo o projeto verbal e visual: as chamadas, e sua distribuição na página, os tipos gráficos, as imagens ou as fotos, as cores, entre outros elementos composicionais. Pela unidade temática mantida no enunciado, o(s) enunciator(es), pressupõe(m) um leitor ideal, correspondente ao público leitor da revista. Além disso, considera também os possíveis interesses pelos episódios ocorridos no contexto imediato. Desse modo, as capas são concebidas em função de relações dialógicas complexas. Além disso, como pontua Bakhtin (2003: 301; 333) os enunciados também se dirigem a um supradestinatário, que pode ser identificado com as instituições ou com leitores distantes no tempo e no espaço:

Desde o início, porém, o enunciado se constrói levando em conta as atitudes responsivas, em prol das quais ele, em essência, é criado. O papel dos outros, para quem se constrói o enunciado, é excepcionalmente grande, como já sabemos. Já dissemos que esses outros, para os quais o meu pensamento pela primeira vez se torna um pensamento real (e deste modo também para mim mesmo), não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação discursiva.

[...] O referido terceiro não é algo místico ou metafísico (ainda que em determinada concepção de mundo possa adquirir semelhante expressão); é o elemento constitutivo do enunciado total, que numa análise mais profunda pode ser nele descoberto. Isso decorre da natureza da palavra, que sempre quer ser *ouvida*, sempre procura uma compreensão responsiva e não se detém na compreensão *imediate*, mas abre caminho sempre mais à frente (de forma ilimitada). (grifos do autor)

Como o enunciado concreto é um evento que emerge no *continuum* discursivo, encontra-se intimamente ligado ao passado e ao futuro. Sendo assim, é preciso considerar os possíveis fios que se ligam ao contexto sócio-histórico passado e sua projeção para o futuro.

Partindo desse pressuposto, observa-se a importância de uma análise mais completa no que tange à 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. Uma revista tem necessidade de uma boa capa que a auxilie na conquista de leitores que a levem para casa, “precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor”. (SCALZO, 2006: 62)

Assim, a articulação entre a linguagem verbal e a visual, além de atrair a atenção do público, despertando o desejo de compra e propiciar a apreensão imediata dos assuntos tratados na revista, exerce o poder persuasivo, levando-o a encampar as ideias subjacentes ao enunciado expresso. Na composição da página circulam informações sob o viés de um grupo socialmente constituído que expressa também um julgamento de valor, geralmente imbricado na informação, levando à apreensão dos fatos sob um prisma determinado, inapreensível à primeira vista e que direciona a leitura dos fatos reportados nas matérias internas das revistas.

De certo modo, a expectativa geral do público leitor das revistas de informação é que sejam imparciais, restringindo-se apenas à apresentação dos fatos. Entretanto, essa é uma ilusão que precisa ser desfeita, principalmente no que tange às capas das revistas, tendo em vista que passam por um processo de composição em que os elementos são tratados expressivamente. As fotos que poderiam ser a representação mais próxima do real são importantes na constituição da página. Um dos componentes de maior impacto são as fotos de personagens públicos do cenário político e cultural, cujas imagens, estampadas nessas capas, exercem força persuasiva, já que uma das potencialidades dos retratos é constituir-se como representação da realidade (DONDIS, 2003: 215). Contudo o que elas expressam depende de vários fatores, entre eles o enfoque com que a imagem é capturada, seu enquadramento e disposição na página, além da articulação com outros signos não-verbais, importantes na constituição dos enunciados, como afirma Bakhtin.

Como os enunciados não são neutros, expressam também a ideologia de quem os enuncia, de acordo com o linguista russo (2003: 296),

...o elemento expressivo é uma peculiaridade constitutiva do enunciado [...] seu estilo sua composição são determinados pelo elemento semântico-objetual e por seu elemento expressivo, isto é, pela relação valorativa do falante com o elemento semântico-objetual do enunciado.

Desse modo, ao conjugar a necessidade de anunciar os fatos à necessidade de motivar a leitura das reportagens e, conseqüentemente, levar à aquisição do produto, o enunciado passa a expressar indiretamente uma versão subjetiva da informação, com um tom altamente valorativo.

Para desenredar essa malha enunciativa, foram tomadas como referência as capas da revista *Veja*, considerada a revista de informação de maior circulação no país. Serve como objeto de análise a edição 1952, do dia 19 de abril de 2006 e a edição 1980, de 1º de novembro de 2006, que apresentam como eixo central a imagem de Lula: a primeira, após o escândalo do mensalão e a segunda, às vésperas da eleição, em que disputava o segundo mandato, tendo como maior opositor Geraldo Alckmin.

2. Análise das capas da revista *Veja*

Como toda a produção midiática, a revista *Veja* conta com um perfil de leitor mais ou menos determinado, heterogêneo em sua abrangência, mas constituído em sua maioria por profissionais liberais e intelectuais, com nível de escolaridade significativo, por isso 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. Por isso, as capas assim concebidas mantêm um diálogo tenso entre empresa e público, porque no fio desse discurso se cruzam interesses conflitantes nem sempre passíveis de serem conciliados. O da empresa, ao impor sua imagem interpretativa, que se propõe isenta; a dos leitores, que buscam a informação exata (utópica) e o próprio fato.

Nessa perspectiva, o princípio gerenciador desse gênero, 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 teor 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 ao 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: 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 e de suas atitudes responsivas. 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 o precedem e o sucedem ao longo do tempo, segundo a perspectiva teórica dialógica, pois como o configura o linguista:

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: 86)

Nessa linha teórica, as capas da revista *Veja*, tratadas como enunciados concretos, ao se configurarem como gêneros discursivos, cumprem um determinado papel comunicativo e possuem um acabamento mais ou menos estável.

Sendo assim, como toda a capa de revista de natureza informativa, anunciam as principais manchetes das matérias contidas em seu interior. 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 de acordo com os interesses imediatos da empresa e do

público. Em função disso, os elementos de composição genéricos que constituem as capas, tais como o nome da revista, o número da edição, a data de publicação, a logomarca da empresa responsável pela publicação, situados em lugares estratégicos e bem visíveis tornam-se também significativos na produção de sentidos às vezes explícitos, outras implícitos. Nas capas da revista *Veja*, por exemplo, a cor que preenche as letras, tanto da assinatura quanto das manchetes, é variável, tendo em vista o tema do enunciado e sua relação com as cores escolhidas na composição do conjunto que lhe dá acabamento, o que se torna altamente significativo.

Assim, o conteúdo temático, extraído dos assuntos em pauta no momento, a forma de composição e o tratamento estético fazem parte do 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. Mas, 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 1952, do dia 19 de abril de 2006. Essa capa apresenta peculiaridades significativas para a produção de sentido, desde o título até a imagem constituída pela cabeça de Lula, foto modificada pelo sistema de *Photoshop*.

Na esfera jornalística, as fotos têm por objetivo a comprovação dos fatos reportados, com valor documental; entretanto, apresentam uma característica contraditória, pois, registram o fato com valor de testemunho e, ao mesmo tempo, o tratam com enfoque subjetivo. Não há isenção total ao recortar uma imagem ou uma cena do mundo real, isto porque há um sujeito que está por trás da câmera, cujas escolhas são definidas pelo seu modo de ver o objeto retratado. De acordo com Sontag (2004: 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.

Neste caso específico, a foto foi intencionalmente modificada, o que acentua seu caráter deformador e subjetivo. O contorno do perfil de

Lula, cuja interioridade é constituída por fotos em miniatura, é elaborado no sistema de colagem como se fosse um objeto artístico da estética Pop. As fisionomias retratadas são imediatamente reconhecidas como sendo dos envolvidos no processo do mensalão, assunto de conhecimento público, exaustivamente explorado pela mídia. A chamada "O bando dos 40" compõe com a imagem que lembra um quebra-cabeça, cujas peças se encaixam para configurar o perfil do Presidente. Coincidentemente, os envolvidos nos escândalos eram em número igual ao da história popular largamente divulgada "Ali Babá e os 40 ladrões". Portanto, o título faz soar uma segunda voz, estabelecendo relações de sentido com o conto infantil. Embora não mencione o termo ladrões, o bando já sinaliza um grupo afinado em práticas transgressoras. Também omite o nome do chefe da quadrilha e, para preencher essa ausência, a imagem completa o enunciado de modo sugestivo. O semblante perfilado do Presidente é composto pelos integrantes do governo e de seus aliados, que, pelo significado implícito, constituem o seu bando.

A cor amarela de fundo em degradé contrasta com o perfil delineado em tons de cinza escuro e preto para compor os cabelos e parte do paletó, complementado pelo rosa que serve para matizar o semblante do Presidente. Os vários semblantes em miniatura se destacam desse fundo cinza e rosa como se fossem peças encaixadas para compor um conjunto integrado. Dentre eles é possível reconhecer membros do PT e do governo: José Dirceu, Genoino, Gushiken, entre outros. Todos eles mencionados no esquema do mensalão. O colarinho branco realça o contraste que finaliza com o nó da gravata listrada em preto e vermelho. A assinatura da revista se destaca na parte superior da cabeça de Lula, preenchida em azul com contorno em branco. O título, situado na lateral inferior esquerda da página é composto por uma frase nominal, constituída por palavras e números: "O bando dos 40", as palavras, em caixa alta de tamanho menor que os números, são preenchidas em branco enquanto o numeral quarenta fica em relevo, logo abaixo da palavra bando e enchido na cor amarela, a mesma que serve de fundo para a imagem. Logo abaixo um subtítulo mais extenso também grafado na cor branca: "A denúncia do procurador-geral não deixa dúvida: Lula é o sujeito oculto da 'organização criminosa que tinha por objetivo garantir a continuidade do projeto de poder do PT'." Na lateral esquerda superior, o anúncio de uma reportagem sobre saúde, constituído pela mão virada para fora, segurando um estetoscópio, instrumento médico que serve para detectar doenças, destaca-se do fundo azul em degradé mais escuro no alto e mais claro na parte final do triângulo que compõe esse espaço. A expressão: "Consultório médico", grafada em caixa alta em tom amarelo, é seguida do título: "As perguntas que podem salvar sua vida", também em caixa alta na

cor branca, em posição inclinada para acompanhar a linha de base que fecha o triângulo, bem acima da cabeça de Lula.

A relação título e imagem é bastante sugestiva, pois sem mencionar explicitamente o sujeito da frase nominal, ele se configura na foto modificada do Presidente. O termo “bando” tem força pejorativa pelo duplo sentido que pode expressar; conforme o dicionário Houaiss indica, a palavra pode significar multidão, pessoas de um mesmo partido ou facção, mas também quadrilha, grupo de malfeitores. Como as pessoas elencadas são suspeitas de cometer atos ilícitos, o peso de bando é mais intenso, principalmente pelo caráter hiperbólico atribuído ao numeral, que se destaca pela cor e pelo tamanho dos tipos com que está grafado.

O subtítulo esclarece o que a imagem sugere: Lula é o sujeito oculto que comanda o grupo. O tom amarelo, que preenche o fundo da página e o número quarenta, não é aleatório. De acordo com Guimarães (2004: 105-8), o significado e a importância das cores estão relacionados à situação e à intenção de comunicação; por isso não há um significado rígido para elas, pois uma mesma cor pode ser associada a vários significados. O amarelo, de acordo com esse autor, por sua luminosidade e fixação na memória, assumiu na simbologia atual a marca representativa de atenção e alerta (*idem, ibidem*: 29). Neste caso específico, coloca em evidência os fatos, como se fosse o diagnóstico de um mal que afeta o país e, sob esse aspecto, o enunciado se organiza também em relação ao anúncio da matéria secundária que se refere à clínica médica: “as perguntas que podem salvar sua vida” também estão relacionadas com as perguntas que o cidadão pode fazer para salvar o país de um grupo de criminosos que querem perpetuar-se no poder. Essa é a leitura que o enunciado propõe ao leitor de modo implícito, no diálogo que se estabelece entre as diferentes partes que o compõem.

O azul que preenche tanto as letras da assinatura da revista como o fundo destinado à matéria secundária serve de contraponto ao amarelo, pois tem o efeito de amenizar, como se a revista propusesse uma solução ao problema. Nesse caso, ela faria o papel do médico que identifica a doença que grassa no país. Seguindo a teoria bakhtiniana, é preciso considerar o contexto histórico-social em que tais fatos foram veiculados. É o momento que antecede às eleições para Presidente, em que Lula pleiteia a reeleição. Como a ideologia que sustenta a empresa não é a mesma que sustenta Lula, observa-se o exagero e a incriminação do presidente para enfraquecer sua imagem. A capa do dia 1º de novembro de 2006, portanto, meses depois do escândalo do mensalão e da edição analisada, referente ao segundo turno das eleições, em que Lula disputava com Geraldo Alkmin, demonstra um

diálogo com essa imagem que naturalmente ficou na memória discursiva do leitor.

Nessa edição, que tem o céu como fundo, se delineiam os perfis de Geraldo Alkmin e Luís Inácio Lula da Silva, colocados de costas um para o outro e separados por uma faixa preta sobre a qual título e subtítulo se destacam. Num processo de manipulação fotográfica, à semelhança do efetuado na edição 1952 analisada acima, os dois perfis dos candidatos são preenchidos com fotos em miniatura, no sistema de colagem ou de montagem de um quebra-cabeça. As pessoas flagradas nas fotos não são conhecidas, diferentemente do exemplar anterior em que eram facilmente identificáveis. Apesar disso, pela semelhança da composição há um ligeiro diálogo acionado com aquela capa.

O título em forma de pergunta: "Dois brasis depois do voto?" Sugere uma série de questões a respeito do país, desde a referente à localização espacial dos estados do Norte e Nordeste, mais necessitados, aos quais Lula se encontra vinculado pela origem, em oposição à dos estados do Sul e Sudeste, representados por Geraldo Alkmin, pela sua origem paulista, como também se refere à divisão instituída pelo grupo de contraventores, monitorados por Lula - de acordo com a capa anterior - e a de Alkmin, como o cidadão sem mácula. De um lado temos a imagem de um Presidente intimamente ligado a um grupo político que transgride as leis e de outro um candidato pouco conhecido no país e que ainda não apresenta relações comprometedoras com a contravenção.

A cor amarela que preenche as letras da assinatura da revista é a mesma que serviu de fundo para a capa anterior. Também é a mesma que preenche as letras do subtítulo: "Os desafios do presidente eleito para unir um país dividido e fazer o Brasil funcionar". A que se deve a divisão do país mencionada e a falta de funcionamento? Pode sugestivamente estar se referindo aos escândalos denunciados em diversas instâncias do governo, no Senado e nos ministérios, ocasionando a demissão de ministros e o afastamento de senadores e deputados. Sob esse aspecto, Alkmin está isento.

Existe, portanto, certa tendência em ressaltar indiretamente as qualidades deste último. Inclusive o título de matéria secundária, colocado no topo esquerdo da página de modo enviesado, sugere a cura pelo colesterol bom. Escrito em letras brancas sob fundo vermelho, esse título ressalta da página no lado justamente em que se encontra o perfil de Alkmin, como se ele figurativamente representasse esse lado bom que pode sanar os males do país. Inclusive o termo coração, colocado logo acima do título grafado em amarelo e sublinhado parece ressaltar esse aspecto do motor que faz funcionar o corpo, cuja saúde é fundamental para a manutenção da vida. Apesar de referirem-se a outro

assunto, os títulos mantêm um diálogo implícito que sugere múltiplas leituras e associações.

A composição das imagens, em forma de quebra-cabeça, estabelece a relação imediata com a de Lula veiculada meses antes, em oposição à de Alkmin, que não se relaciona com nenhuma imagem anterior e, por isso, parece mais isenta de possíveis significados, ou pelo menos dos significados dos escândalos que rondaram a imagem do presidente.

Como os enunciados são eventos que emergem de um *continuum* discursivo, as relações que se estabelecem com as outras instâncias comunicativas, ou seja, tanto com os fatos daquele momento específico, como com os anteriores, projetando-se para o futuro, quando os enunciados forem recebidos por outros leitores fora desse contexto, cujas atitudes responsivas são inesperadas. As relações dialógicas dependem, portanto, do conhecimento ou não dos fatos noticiados, levando a leituras e atitudes responsivas diferentes.

3. Considerações finais

Retomando a teoria dos gêneros discursivos apresentada por Bakhtin, o enunciado concreto expressa o tom valorativo do sujeito enunciativo. No caso das capas de revista, os vários sujeitos que as elaboram estão afinados em torno de uma ideia, de um tema que as organiza. Como é uma equipe que expressa a opinião da empresa, observa-se que esses enunciados direcionam um modo de ler interessado, apoiado na ideologia que sustenta a revista compartilhada também pelos seus leitores, ou pelos leitores pressupostos, cujo perfil é obtido pelas pesquisas de opinião e também expressas nas cartas dos leitores. Como afirma Bakhtin (2003: 302),

Ao falar sempre levo em conta o fundo perceptível da percepção de meu discurso pelo destinatário: até que ponto ele está a par da situação, dispõe de conhecimentos especiais de um dado campo cultural da comunicação; levo em conta as suas concepções e convicções, os seus preconceitos (do meu ponto de vista), as suas simpatias e antipatias – tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele.

Naturalmente a equipe conta com um público leitor familiarizado com a informação e, principalmente com as veiculadas pela revista que dá aos fatos seu tom valorativo de natureza ideológica.

Contudo, ao retomar tais capas fora desse contexto, outras leituras aparecerão em função da experiência e do grau de conhecimento dos possíveis leitores. Essa pluralidade potencial dos enunciados é que os torna inacabados, pois dependem das atitudes responsivas de seus leitores. Portanto, discutir o formato genérico levando em consideração as relações dialógicas que dão aos gêneros essa duplicidade acabamento/inacabamento e as possibilidades de sentidos implícitos enredados na trama discursiva da linguagem verbo-visual das capas de revista pode promover atividades didáticas que tornem os alunos/leitores mais críticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, M. (VOLOCHINOV) *Marxismo e filosofia da linguagem*. (Prefácio de Roman Jakobson, Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira). 12ª ed., São Paulo: Hucitec, 2006.
- _____. *Estética da criação verbal*. (Trad. do francês Paulo Bezerra). 4ª ed., São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. *Problemas da poética em Dostoiévski*. (Trad. Paulo Bezerra), 3ª ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- _____. *Questões de literatura e de estética: a teoria do romance*. (Trad. Aurora F. Bernardini, José P. Júnior, Augusto Góes Júnior, Helena S. Nazário, Homero F. de Andrade), 2ª ed., São Paulo: Hucitec, 1990.
- BRAIT, B. Estilo. In: _____ (org.) *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.
- CALAZANS, F. *Propaganda subliminar multimídia*. São Paulo: Summus, 2006.
- DONDIS, D. A. *Sintaxe da linguagem visual*. (Trad. Jefferson L. Camargo) São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FARINA, M. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4ª ed., São Paulo: Edgard Blücher, 1986.
- GUIMARÃES, L. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. 3ª ed., São Paulo: Annablume, 2004.
- SCALZO, M. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2006.
- SONTAG, S. *Sobre fotografia*. (Trad. Rubens Figueiredo) 3ª reimpressão, São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- VOLOSHINOV, V.N./BAKHTIN, M. M. "O discurso na vida e o discurso na arte". Trad. para uso didático feita por C. Tezza e C. A. Faraco.

Recebido em agosto de 2009
Aprovado em dezembro de 2009