



**Centro Universitário de Brasília  
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - IDC**

**TALITA CAVALCANTE SOARES DE MOURA**

**EDUARDO CAMPOS EM CAPA:  
UMA ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA DA REPRESENTAÇÃO  
MULTIMODAL DAS CAPAS DE *VEJA*, *ISTO É*, *ÉPOCA* E *CARTA  
CAPITAL* NA SEMANA DE SUA MORTE**

Brasília

2015

**TALITA CAVALCANTE SOARES DE MOURA**

**EDUARDO CAMPOS EM CAPA:  
UMA ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA DA REPRESENTAÇÃO  
MULTIMODAL DAS CAPAS DE *VEJA*, *ISTO É*, *ÉPOCA* E *CARTA  
CAPITAL* NA SEMANA DE SUA MORTE**

Brasília

2015

**TALITA CAVALCANTE SOARES DE MOURA**

**EDUARDO CAMPOS EM CAPA:  
UMA ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA DA REPRESENTAÇÃO  
MULTIMODAL DAS CAPAS DE *VEJA*, *ISTO É*, *ÉPOCA* E *CARTA  
CAPITAL* NA SEMANA DE SUA MORTE**

Trabalho apresentado ao Centro  
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)  
como pré-requisito para a obtenção de  
Certificado de Curso de Pós-graduação  
Lato Senso na área de Revisão Textual.

**Orientadora: Profa. Ma. María del Pilar  
Tobar Acosta**

Brasília, 26 de maio de 2015.

**Banca Examinadora**

---

Profa. Ma. María del Pilar Tobar Acosta  
(presidente)

---

Prof. Dr. Gilson Ciarallo

---

Profa. Ma. Anna Clara Viana

## Resumo

O trabalho do revisor de texto tem mudado com o passar dos anos. Atualmente, já não se resume mais a corrigir pequenas inadequações gramaticais, podendo ganhar um caráter crítico. A presente pesquisa teve o propósito de analisar os textos multimodais – verbais e imagéticos – contidos nas capas das quatro revistas semanais de maior circulação no país – *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* – na semana da morte do ex-governador de Pernambuco e então candidato à Presidência da República, Eduardo Campos. A análise objetivou evidenciar como é fundamental ao/à revisor/a compreender o funcionamento de textos multimodais a partir de parâmetros da Análise de Discurso Crítica (FAIRCLOUGH, 2001, 2003). O estudo centrou-se na aplicação das categorias Representação de Atores Sociais tanto na semiose verbal quanto na imagética. Esta última tendo a análise amparada pelos preceitos da Gramática do Design Visual (KRESS; VAN LEUWEEN, 1996). A investigação permitiu verificar que a maneira como atores sociais são representados articula diferentes discursos, responsáveis por produzir efeitos sociais imbuídos de significação, tais como: supressão, nominalização, personalização, associação, funcionalização e inversão. Assim, compreende-se que a revisão de texto pode ser dotada de um caráter crítico.

**Palavras-chave:** Revisão de Texto. Análise de Discurso Crítica. Representação de Atores Sociais. Eduardo Campos. Revistas Semanais.

## Abstract

The work of the text reviewer has changed over the years. Currently, no longer comes down more to correct minor grammatical inadequacies and may make a critical character. This study aimed to analyze multimodal texts - verbal and imagery - contained in the cover of four weekly magazines with the largest circulation in the country - See, that is, Time and Capital Charter - the week of the death of former governor of Pernambuco and then candidate for president, Eduardo Campos. The analysis aimed to show how the fundamental / the reviewer / understand the operation of multimodal texts from parameters of Critical Discourse Analysis (Fairclough, 2001, 2003). The study focused on the application of the categories Representation of Social Actors in both verbal semiosis as the imagery. The latter having the analysis supported by the precepts of Design Visual Grammar (KRESS; VAN LEUWEEN, 1996). Research has shown that the way social actors are represented articulates different discourses, responsible for producing imbued social effects of significance, such as: delete, nominalization, customization, association, functionalization and inversion. Thus, it is understood that proofing may be provided with a critical character.

**Key words:** Proofing . Critical Discourse Analysis . Representation of Social Actors . Eduardo Campos. Weekly magazines.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	7
1 UMA ABORDAGEM DETALHADA DA CARREIRA POLÍTICA DE EDUARDO CAMPOS E DOS PERFIS DAS REVISTAS <i>VEJA</i> , <i>ISTO É</i> , <i>ÉPOCA</i> E <i>CARTA CAPITAL</i> .....	10
1.1 De líder estudantil a candidato à Presidência: a trajetória política de Eduardo Campos.....	10
1.2 Perfil das edições de <i>Veja</i> , <i>Isto é</i> , <i>Época</i> e <i>Carta Capital</i> analisadas segundo os preceitos da ADC e da Gramática do Design Visual .....	12
2 ASPECTOS DA NOTÍCIA, DO DISCURSO, DA MULTIMODALIDADE E DA IDEOLOGIA NOS TEXTOS DAS CAPAS DE <i>VEJA</i> , <i>ISTO É</i> , <i>ÉPOCA</i> E <i>CARTA CAPITAL</i> .....	15
2.1 A seleção da notícia.....	15
2.2 Análise de Discurso Crítica e as capas de <i>Veja</i> , <i>Isto é</i> , <i>Época</i> e <i>Carta Capital</i> como produtos de práticas sociais .....	16
2.3 Da Linguística Sistêmico-Funcional para a Gramática do Design Visual	20
2.4 O discurso e o poder nos meios de comunicação de massa .....	23
3. ASPECTOS DE EMBASAMENTO DA PESQUISA EM TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO VISUAL E REPRESENTAÇÃO DE ATORES SOCIAIS .....	26
3.1 Análise de Discurso Crítica e categorias de classificação de atores sociais como base de pesquisa bibliográfica e documental de fonte secundária	26
3.2 Categorias usadas na representação de atores sociais em textos imagéticos de acordo com a Gramática do Design Visual.....	28
3.3 Categorias usadas para representar atores sociais em textos verbais	30
4 ANÁLISE DAS CATEGORIAS DE CLASSIFICAÇÃO VISUAIS E VERBAIS USADAS NAS CAPAS DE <i>VEJA</i> , <i>ISTO É</i> , <i>ÉPOCA</i> E <i>CARTA CAPITAL</i> NA REPRESENTAÇÃO DE EDUARDO CAMPOS .....	35
4.1 Revista <i>Veja</i> .....	35
4.2 Revista <i>Isto é</i> .....	41
4.3 Revista <i>Época</i> .....	47

<b>4.4</b>	<b>Revista Carta Capital .....</b>	<b>52</b>
<b>5</b>	<b>Explicação crítica sobre a representação de Eduardo Campos nas capas de <i>Veja</i>, <i>Isto é</i>, <i>Época</i> e <i>Carta Capital</i>.....</b>	<b>57</b>
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>62</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>64</b>
	<b>APÊNDICE - Análises de cientistas políticos sobre a representação de Eduardo Campos nas capas de <i>Veja</i>, <i>Isto é</i>, <i>Época</i> e <i>Carta Capital</i> .....</b>	<b>66</b>

## INTRODUÇÃO

A morte inusitada do ex-governador de Pernambuco e candidato à Presidência da República, Eduardo Campos, no dia 13 de agosto de 2014, chocou o país e alterou o cenário político que até então se desenhava para as eleições gerais de outubro de 2014. Ao defender a coligação Unidos pelo Brasil (PSB-REDE-PPS-PPL-PRP-PHS-PSL),<sup>1</sup> junto com a vice, Marina Silva, ele aparecia em terceiro lugar nas pesquisas de intenção de voto.

Com o falecimento de Campos, Marina assumiu o comando da chapa e, desde a primeira pesquisa de intenção de voto, feita pelo Instituto Datafolha e divulgada no dia 18 de agosto, no próprio *site* da entidade<sup>2</sup>, apareceu em empate técnico com o segundo colocado, o candidato do PSDB, Aécio Neves. Ela ainda não havia sido confirmada pelo PSB (líder da chapa) como candidata, quando o levantamento foi feito.

A então presidenta e candidata à reeleição, Dilma Rousseff, do PT, liderava o levantamento, que afastava a possibilidade de a eleição ser resolvida no primeiro turno. Num eventual segundo turno, Marina (47%) e Dilma (43%) apareciam tecnicamente empatadas, ao se considerar a margem de erro de dois pontos percentuais.

Na pesquisa anterior, do dia 17 de julho, Campos tinha 8% das intenções de voto. No cenário em que é substituído por Marina, o percentual saltou para 21%. Os demais candidatos – Dilma Rousseff (36%) e Aécio (20%) – mantiveram os percentuais de intenção de votos, mesmo com a entrada de Marina no cenário.

Eduardo Campos tinha a agenda de eventos coberta pelos principais veículos de comunicação, assim como Dilma e Aécio. O político era tratado como uma "terceira via", entre a direita (PSDB) e a esquerda (PT). Os jornais do dia do acidente amanhecera destacando a entrevista de quinze minutos que o candidato havia concedido na noite anterior ao Jornal Nacional (jornal televisivo do horário nobre da Rede Globo). Tanto Campos quanto a assessoria do político estavam satisfeitos com o desempenho alcançado.

---

<sup>1</sup> PSB - Partido Socialista Brasileiro/REDE - Rede Sustentabilidade/PPS - Partido Popular Brasileiro/PPL - Partido Pátria Livre/PRP - Partido Republicano Progressista/PHS - Partido Humanista da Solidariedade/PSL - Partido Social Liberal

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/>>. Acesso em: 2 fev. 2015.

Esse é o contexto de que emergem as produções textuais que serão visualizadas neste trabalho: as capas das revistas *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*. Nesta pesquisa, será apresentada uma análise dos discursos articulados pelos textos multimodais – verbal e imagético – publicados nas capas das referidas revistas que noticiaram a morte de Eduardo Campos. As publicações são do dia 20 de agosto de 2014, exceto a *Época*, cuja data é 18 de agosto.

Algumas questões estarão em voga. Será analisado, por exemplo, como as capas das revistas *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* representaram Eduardo Campos na semana de sua morte. Outro aspecto em estudo é a identificação dos traços socioideológicos levados em conta, pelos periódicos, no momento da produção/edição das capas. Além disso, é fundamental identificar que fatores, nesse contexto, são relevantes para o trabalho do revisor de texto.

Entre os objetivos do presente trabalho, podemos destacar três: identificar pontos comuns e divergentes na produção/diagramação/edição das imagens e dos textos representados nas capas dos periódicos, identificar os discursos hegemônicos nos textos verbais e não verbais publicados nas capas das revistas e, por último, apontar a importância da multimodalidade textual na rotina do revisor.

Do ponto de vista social, esta pesquisa pretende mostrar como os meios de comunicação constroem os discursos calcados em posicionamentos ideológicos e, assim, influenciam a opinião pública. Sob a ótica acadêmica, abordar o tema de acordo com aspectos da Análise de Discurso Crítica, da ideologia na comunicação de massa, da formação dos gêneros textuais e da apresentação da imagem é preponderante para o trabalho do revisor de textos. A finalidade é mostrar como a notícia da morte de Eduardo Campos foi retratada pelas quatro principais revistas semanais do país e como isso pode contribuir para a atividade do revisor de texto.

Para tanto, este estudo foi lastreado no arcabouço teórico metodológico da Análise de Discurso Crítica (ADC) (FAIRCLOUGH, 2001; 2003). Por ser linguística e socialmente orientada, a pesquisa reportada nesta monografia buscou subsídios para compreender a questão ideológica nos meios de comunicação de massa em Thompson (2000); a representação de atores sociais, em Van Leeuwen (1996); a abordagem da linguagem visual, em Kress e Van Leeuwen (1996). Estes últimos detalhados na obra de Seabra e Magalhães (2006).

As revistas *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* apresentam cunho ideológico e, no decorrer do trabalho, com a observação de aspectos macrotextuais e

microtextuais, será apresentada a prática discursiva ideológica nos textos verbal e imagético que as constituem.

Este trabalho é apresentado em quatro seções. Na primeira, faz-se uma apresentação de Eduardo Campos, do cenário político no momento de sua morte, além de um breve histórico das revistas em análise. Na segunda, há a exposição do referencial teórico que dá suporte ao estudo. Na terceira parte, apresentam-se a seleção do *corpus* e a metodologia para a análise. Na quarta, analisam-se os dados coletados por meio dos pressupostos da Análise do Discurso Crítica. Ao final, é apresentada a crítica explanatória e as considerações finais da pesquisa, cruzando as análises das quatro capas.

## **1 UMA ABORDAGEM DETALHADA DA CARREIRA POLÍTICA DE EDUARDO CAMPOS E DOS PERFIS DAS REVISTAS *VEJA*, *ISTO É*, *ÉPOCA* E *CARTA CAPITAL***

O cenário eleitoral que se desenhava para o pleito de outubro de 2014 tinha a influência de toda a trajetória política que o ex-governador de Pernambuco e candidato à Presidência, Eduardo Campos, traçava até então. Ele nasceu numa família tradicionalmente politizada e foi preparado para perpetuar tal característica.

Neste capítulo, será possível conhecer detalhes da vida política de Eduardo Campos e dos periódicos que o retrataram na semana de sua morte. Em 1.1, está exposto o trajeto político dele e, em 1.2, os perfis de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*.

### **1.1 De líder estudantil a candidato à Presidência: a trajetória política de Eduardo Campos**

Eduardo Henrique Accioly Campos nasceu em 10 de agosto de 1965 em Recife (PE). Ele é filho do poeta e cronista Maximiano Campos (1941-1998) e da ex-deputada federal Ana Arraes, atual ministra do Tribunal de Contas da União, e neto de Miguel Arraes – governador por três vezes do estado de Pernambuco. Aos 16 anos, ingressou no curso de Economia da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), onde foi eleito presidente do Diretório Acadêmico da Faculdade de Economia.

Em 1994, com 29 anos, foi eleito deputado federal pelo Partido Socialista Brasileiro (PSB), com 133 mil votos. Mas, pediu licença do cargo para integrar o governo de Miguel Arraes como secretário de Governo e, depois, como secretário de Fazenda, entre 1995 e 1998.

Em 1998, foi eleito pela segunda vez deputado federal, com 173.657 votos, alcançando a maior votação de Pernambuco. Cinco anos depois, o político assumiu pela terceira vez uma vaga na Câmara dos Deputados.

Em 23 de janeiro de 2004, aos 38 anos, assumiu o Ministério da Ciência e Tecnologia. No comando da pasta, auxiliou a aprovação da Lei de Inovação Tecnológica e da lei que autoriza pesquisas com células-tronco embrionárias.

Também contribuiu com o Ministério do Meio Ambiente para o desenvolvimento do sistema de monitoramento do desmatamento da Amazônia.

Em 2005, Eduardo Campos assumiu o comando nacional do PSB e, no ano seguinte, foi eleito governador de Pernambuco com mais de 60% dos votos válidos.

A reeleição ao governo do estado ocorreu em 2010, quando conquistou 83% dos votos válidos - o maior percentual de todo o Brasil, segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Em 15 de janeiro de 2012, o político recebeu o Prêmio Governante: A Arte do Bom Governo na sede do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), em Washington, Estados Unidos. O reconhecimento resultou da implantação do Programa Pacto pela Vida, que reduziu os índices de homicídio em 40% no estado, e do Programa de Soluções Integradas da Junta Comercial de Pernambuco, que facilitou a abertura e fechamento de empresas.

Com o objetivo de se lançar candidato à Presidência da República, no dia 4 de abril de 2014, Eduardo Campos renunciou ao governo de Pernambuco, ao final de sete anos e quatro meses de mandato.

Em 28 de junho de 2014, a Coligação Unidos pelo Brasil (PSB-REDE-PPS-PPL-PRP-PHS-PSL) oficializou, em convenções dos partidos, a candidatura de Eduardo Campos à Presidência da República e de Marina Silva à Vice-Presidência.

Em 12 de agosto, Eduardo Campos vive o momento de maior exposição da campanha presidencial, ao conceder entrevista de 15 minutos ao Jornal Nacional, da Rede Globo. Ele encerrou sua fala com uma das frases que viraram sua marca:

Não vamos desistir do Brasil. É aqui onde vamos criar nossos filhos, é aqui onde temos de criar uma sociedade mais justa. Para isso, é preciso ter a coragem de mudar, de fazer diferente, de reunir uma agenda, a agenda da escola em tempo integral para todos os brasileiros, a agenda do passe livre, a agenda de mais recursos para a saúde, a agenda do enfrentamento ao *crack*, à violência. O Brasil tem jeito, vamos juntos. (Memorial Eduardo Campos *online*)<sup>3</sup>

Em 13 de agosto, Eduardo Campos morreu em um acidente aéreo. A aeronave que transportava o político para um evento da campanha caiu na cidade de Santos (SP). Morreram o candidato e seus assessores Pedro Valadares, Carlos

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://www.eduardoemarina40.com.br/>>. Acesso em: 27 out. 2014.

Percol, Alexandre Severo Gomes da Silva e Marcelo Lyra, além dos pilotos Geraldo da Cunha e Marcos Martins.

Quatro dias depois, o corpo de Eduardo Campos foi velado no Palácio do Campo das Princesas, em Recife. Milhares de pessoas acompanharam o cortejo fúnebre até o cemitério de Santo Amaro. Em lágrimas, elas repetiram a frase: “Não vamos desistir do Brasil”.

Toda essa representatividade de Eduardo Campos contribui para que a notícia de sua morte tenha ainda mais repercussão. Não por acaso, o tema é capa das quatro revistas de maior circulação no país e base da análise do presente trabalho, cujo objetivo é mostrar como a apresentação da imagem também é preponderante para o trabalho do revisor de textos.

## **1.2 Perfil das edições de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* analisadas segundo os preceitos da ADC e da Gramática do Design Visual**

Para elaborar o presente trabalho, foram selecionadas edições das quatro principais revistas semanais de maior circulação no país, publicadas dias após a morte de Eduardo Campos: (i) *Época*, de 18 de agosto de 2014, nº 846; (ii) *Veja*, edição 2.387; (iii) *Isto é*, nº 2.334, e (iv) *Carta Capital*, nº 813. As três últimas do dia 20 de agosto.

As publicações, na semana de sua morte, estamparam nas capas textos compostos da imagem de Eduardo Campos, e o que chamou a atenção foi a semelhança no tratamento da informação. Assim, o presente estudo será centrado nos textos multimodais abordados pelas publicações. Vejamos, nas Figuras 1 a 4, as capas selecionadas para compor o *corpus* analítico desta investigação:

Figura 1 - Capa de *Veja*

Fonte - VEJA (2014)

Figura 2 - Capa de *Isto é*

Fonte - ISTO É (2014)

Figura 3 - Capa de *Época*

Fonte - ÉPOCA (2014)

Figura 4 - Capa de *Carta Capital*

Fonte - CARTA CAPITAL (2014)

Com a circulação de 1.028.513 de exemplares semanais, a *Veja* é a segunda maior revista semanal de informação do mundo. Perde apenas para a *Time*, que alcança a circulação de 3.301.056 exemplares por semana, segundo o *site* da Editora Abril. A primeira edição do periódico foi às bancas em setembro de 1968. Desde então, a revista está empenhada em apresentar semanalmente informações "confiáveis" e contexto para análise, informa o *site* da Editora Abril<sup>4</sup> sobre *Veja*. "É

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://www.abril.com.br/>>. Acesso em: 26 out. 2014.

fundamental, para isso, que a revista seja independente, isenta, inteligente e responsável. Que não admita pressões de governos e governantes, amigos e inimigos, acionistas e anunciantes", acrescenta o texto.

A *Isto* é caracteriza-se como um periódico de informação geral, voltado para o público adulto. Está no mercado há 35 anos e defende o "Estado Democrático de Direito", segundo o *site* da Editora 3<sup>5</sup>. "A *Isto* é caracteriza-se por uma linha editorial independente, jamais atrelada a grupos políticos ou econômicos, e por levar ao leitor notícia com informações que provocam a reflexão e a visão além dos fatos", destaca a página na internet. Tem tiragem semanal de 357.272 exemplares e público de 1.941.425 leitores (44% são formadores de opinião).

A *Época* chegou ao mercado em 1998, "com uma proposta jovem e inovadora: fazer uma revista com visual caprichado e conteúdo instigante, para trazer de volta o prazer de ler", segundo informações do *site* da Editora Globo<sup>6</sup>. No total, 386.334 exemplares são vendidos semanalmente. O periódico faz "jornalismo investigativo, com informação, detalhamentos e análises das diversas frentes que compõem todo e qualquer fato", destaca a página da Editora Globo na internet.

A *Carta Capital* está há 20 anos no mercado e é uma publicação da Editora Confiança. No total, 29 mil exemplares circulam semanalmente. Tem cerca de 230 mil leitores. A revista surgiu com distribuição mensal, depois passou a ser quinzenal e, há 13 anos, é semanal. A revista atua no "no exercício do espírito crítico como motivador da vida inteligente. Nada disso resulta na intenção de impor ideias", destaca o fundador da revista, jornalista Mino Carta, no *site* da revista<sup>7</sup>.

É importante ressaltar que os dados são das editoras responsáveis pelas revistas, assim podem apresentar parcialidade em determinados aspectos.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://editora3.com.br/>>. Acesso em: 26 out. 2014.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://corp.editoraglobo.globo.com/>>. Acesso em: 26 out. 2014

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/>>. Acesso em: 26 out. 2014

## **2 ASPECTOS DA NOTÍCIA, DO DISCURSO, DA MULTIMODALIDADE E DA IDEOLOGIA NOS TEXTOS DAS CAPAS DE VEJA, ISTO É, ÉPOCA E CARTA CAPITAL**

O presente capítulo se destina apresentar todo o referencial teórico usado na elaboração deste trabalho: desde como ocorre o processo de seleção das notícias nos meios de comunicação, influenciado ideologicamente, até as categorias de análise, segundo a Gramática do Design Visual, passando pelos princípios da Análise de Discurso Crítica.

Em 2.1, será possível verificar como são escolhidas as notícias que estampam jornais, revistas e telejornais semanais. O subitem 2.2 traz os preceitos da Análise de Discurso Crítica e sua influência nas práticas sociais. Em 2.3, verifica-se a relação da Linguística Sistêmico-Funcional com a Gramática do Design Visual. As relações de poder embutidas nos discursos midiáticos, de Thompson (2000), podem ser observadas em 2.4.

### **2.1 A seleção da notícia**

Muito já se escreveu a respeito da ideologia da notícia, acerca do pressuposto segundo o qual são noticiáveis, em primeiro lugar, os acontecimentos que constituem e representam uma infração, um desvio. Uma ruptura do uso normal das coisas tem "alto valor notícia" (WOLF, 1985, p. 91).

Assim, por essa perspectiva, compreende-se como notícia aquilo que altera a rotina, as aparências normais. "Quanto mais negativo, nas suas consequências, é um acontecimento, mais probabilidades tem de se transformar em notícia" (GALTUNG-RUGE, 1965, p. 119 *apud* WOLF, 1985 p. 91). Nas palavras de Wolf (1985, p. 91):

Nos critérios de relevância relativos ao produto, engloba-se também aquele que se refere à notícia como resultado de uma ideologia da informação, baseada, por sua vez, na história dos sistemas informativos e do jornalismo. Esclarece-se eficazmente um dos ditos jornalísticos mais difundidos: *bad news is good news*.

Diversos elementos complementares embasam o valor notícia. A própria organização do trabalho jornalístico está estruturalmente orientada para captar mais os acontecimentos pontuais do que as tendências constantes ou os processos

sociais emergentes, como observa (WOLF, 1985, p. 91). Isso pode nos dar indícios, por exemplo, por qual motivo Eduardo Campos foi a manchete<sup>8</sup> de capa das quatro principais revistas semanais do país na semana de sua morte.

Naturalmente, um dos princípios fundamentais do jornalismo é que, quanto maior, mais insólito ou mais sangrento é o espetáculo, maior é o valor/notícia. E isto, não porque os jornalistas sejam mais macabros ou menos sensíveis às coisas belas da vida do que as outras pessoas. Isso reflete apenas o fato inevitável de que os leitores se interessarão por uma história que os impressione e, pelo contrário, ignorarão uma notícia de rotina. (BRUCKER, 1973, p. 175 *apud* WOLF, 1985, p. 91)

O processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil dentro do qual se inserem diversos dados e apenas um número restrito consegue ser filtrado (WOLF, 1985, p. 107). Na lista, constam, intencionalmente, itens adiáveis, que podem ser retirados para dar lugar às *breaking stories* (notícias imprevistas), que têm prioridade absoluta na seleção das notícias.

Os estudos de Wolf (1985) servem de base para a reflexão sobre o motivo pelo qual quatro revistas diferentes, de editoras distintas, estampam nas capas a mesma manchete: Eduardo Campos na semana de sua morte. Os preceitos do autor auxiliam na compreensão do valor notícia dos assuntos na cobertura jornalística, principalmente no tocante às revistas em análise.

## **2.2 Análise de Discurso Crítica e as capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* como produtos de práticas sociais**

A Análise do Discurso Crítica integra o ramo da linguística funcionalista e, assim, considera a linguagem um sistema semiótico. A materialização do potencial semiótico por atores sociais se dá por meio de eventos discursivos que resultam em textos. Para Fairclough (2003 *apud* Acosta 2012, p. 57), qualquer ato linguístico constitui um texto, incluindo desde textos escritos – jornais, livros, publicidades – ou textos orais – interações informais, aulas, programas de televisão – até textos imagéticos e multimodais, formados por diferentes modalidades de linguagem (oral,

---

<sup>8</sup> É o título principal que indica a notícia mais importante de um periódico, segundo Aguiar (2014). É o texto que tem graficamente o maior destaque, com as letras mais carregadas na tinta.

escrita, sonora, imagética, entre outras). Essas modalidades ou semioses são incluídas no conceito ampliado de texto. O texto é, assim, a unidade mínima de estudo na ADC porque é a menor estrutura linguística capaz conter significados sociais.

As abordagens funcionais da linguagem enfatizam a multifuncionalidade dos textos. A Linguística Sistêmico-Funcional, por exemplo, afirma que os textos têm simultaneamente as funções ideacional, interpessoal e textual (HALLIDAY, 1994, *apud* FAIRCLOUGH, 2003, p. 17).

Os textos são produzidos de formas particulares em contextos sociais específicos, segundo Fairclough (2001, p. 107). Esses processos podem ser observado nas capas das revistas *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*, em análise no presente estudo. Isso envolve diferentes processos, desde a definição da imagem que irá ser usada até a escolha das ferramentas de programação visual que serão empregadas com o objetivo de transmitir a mensagem, de acordo com o posicionamento ideológico de cada veículo.

Fairclough (2001) propôs um rearranjo dessa abordagem, com base nas três macrofunções supracitadas – ideacional (representação da experiência), interpessoal (interação social) e textual (com o qual significados são criados por meio de estruturas gramaticais) – que se relacionam nos textos. Fairclough (1992) divide a função interpessoal em duas outras: identitária (forma como as identidades são expressas no texto) e relacional (forma como as relações sociais são textualmente representadas).

Em *Analysing Discourse*, Fairclough (2003) incorpora a função textual à relacional e propõe três significados do discurso relacionados a essas funções: acional (texto como interação social), representacional (texto como representação) e identificacional (construção de identidades).

A ADC constitui um arcabouço teórico-metodológico que possibilita a análise das conexões dialéticas entre discurso (incluindo linguagem corporal ou imagens visuais) e elementos das práticas sociais.

Discursos são modos de representar aspectos do mundo. Diferentes discursos são diferentes perspectivas de mundo, e elas estão associadas às diferentes relações que as pessoas têm com o mundo, que, por seu turno, dependem de suas posições no mundo, suas identidades sociais e pessoais, e das relações sociais com outras pessoas. Discursos constituem parte dos recursos com que as

peças se posicionam no relacionamento umas com as outras - mantendo-se separadas, cooperando, dominando - e na tentativa de mudar os rumos pelos quais se relacionam. (FAIRCLOUGH, 2003, p. 80-81)

Segundo Acosta (2012, p. 57), Harvey (1992) é quem vai desenvolver o conceito de prática social. Para o autor, as práticas sociais são multifacetadas e formadas por diferentes etapas: discurso (ou atividade discursiva), atividade material, as relações sociais e o fenômeno mental [na operacionalização proposta por Chouliaraki e Fairclough (1999)]. Todos esses momentos se relacionam nas redes de práticas sociais.

Para estudar a linguagem na sociedade, diferentes aspectos podem ser focalizados; no caso da ADC, o foco são as práticas sociais, acessadas por meio do estudo do funcionamento social da atividade discursiva. Determinados traços linguísticos materializam significados sociais, e, assim, fazem com que os textos funcionem na sociedade. A perspectiva funcional do discurso nessa versão de ADC foi construída com base na aproximação com a Linguística Sistêmico Funcional (LSF), pela operacionalização das Macrofunções textuais de Halliday (1985).

Assim, para Fairclough (2003 *apud* ACOSTA 2012), em todo texto é possível identificar outras pessoas e a nós mesmos/as, pela construção de significados identificacionais que materializam estilos discursivos. Além disso, segundo ele, as pessoas agem sobre o mundo social e sobre outras pessoas, pela construção de significados acionais, que geram gêneros discursivos; e ainda elas representam o mundo social, ou aspectos dele, pela construção de significados representacionais, que materializam discursos.

Ao mesmo tempo em que promove essa operacionalização dos conceitos hallideanos, Fairclough (2003) estabelece uma outra aproximação teórica com os estudos arqueológicos de Foucault (2010 [1971]) e operacionaliza o conceito de Ordens do Discurso, segundo o qual há três formas básicas de funcionamento do discurso na sociedade: ação, representação e identificação. Esses três eixos de funcionamento são associados a elementos componentes das ordens de discurso, respectivamente: gêneros – tipos relativamente estáveis de textos, articulando formas e funções particulares (BAKHTIN, 2000) –, discursos, na acepção mais concreta – modos particulares de representar aspectos do mundo, associados a campos específicos da atividade humana – e estilos – modos particulares de construção de identidades sociais em práticas específicas. (ACOSTA, 2012, p. 58)

Desse modo, a linguagem formulada pela Teoria Social do Discurso compreende textos como “eventos discursivos situados” (Ramalho e Resende, 2011, p. 33). Os textos, nessa perspectiva, permitem acessar significados sociais, por articularem discursos, gêneros e estilos produzidos nas práticas sociais, que se dão de modo a instaurar, sustentar, ou alternativamente resistir a e superar formas de dominação.

Resende e Ramalho (2014, p. 71) explicam que as relações entre diferentes discursos podem ser de diversos tipos, a exemplo das relações estabelecidas entre pessoas - discursos podem complementar-se ou podem competir com o outro, em relações de dominação -, porque os discursos constituem parte do recurso usado por atores sociais para se relacionar, cooperando, competindo, dominando.

Um mesmo aspecto de mundo pode ser representado segundo diferentes discursos e textos. A heterogeneidade de um texto em termos da articulação de diferentes discursos é chamada interdiscursividade RESENDE; RAMALHO, 2014, p. 72).

O presente estudo aborda outra categoria analítica, a da representação de atores sociais, que é bastante profícua no estudo do significado representacional em textos, tendo em vista que "as maneiras como atores sociais são representados em textos podem indicar posicionamentos ideológicos em relação a eles e a suas atividades" (RESENDE; RAMALHO, 2014, p. 72).

A criação ou proliferação de diferenças e a subversão ou ofuscação de diferenças entre objetos, entidades ou eventos e atores sociais em representações são aspectos do processo social contínuo de classificação.

A identidade e a diferença relacionam-se, pois, às maneiras como a sociedade produz e usa classificações, por isso são conceitos importantes em teorias críticas, interessadas na investigação de relações de dominação - o privilégio de classificar implica o privilégio de atribuir valores aos grupos classificados. É por meio da representação que identidade e diferença ligam-se a sistemas de poder; questionar identidades e diferenças é, então, questionar sistemas legitimados que lhes servem de suporte na atribuição de sentido. (RESENDE; RAMALHO, 2014, p. 77)

Assim, por meio dos critérios de classificação, podemos analisar quais valores *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* usaram ou destacaram ao representar Eduardo Campos em suas capas. É uma forma de pesquisar que aspectos dos textos e dos

discursos cada periódico realçou, muitas vezes, com o propósito de manter relações de dominação.

### **2.3 Da Linguística Sistêmico-Funcional para a Gramática do Design Visual**

Como já mencionado neste capítulo, a teoria desenvolvida por Halliday (1985, 1994) concebe a linguagem como um sistema funcional, ao considerar a competência comunicativa de um ser de acordo com a maneira como esse indivíduo codifica e decodifica expressões. Assim, a Linguística Sistêmico-Funcional estuda a língua nas diferentes funções sociais que ela exerce, na qual cada indivíduo realiza e constrói significados por meio das funções e relações disponíveis nos sistemas.

Ao considerar as três funções para a linguagem propostas por Halliday (1985, 1994) – ideacional, interpessoal e textual –, vimos que a função ideacional pode ser verificada no sistema da transitividade, especificando os papéis dos elementos, denominados participantes, na oração e codificando a representação do mundo. A função interpessoal ocorre no sistema do modo ou modalidade e especifica funções como sujeito, predador e o papel que têm na fala, codificando a relação de troca entre falantes. A função textual se dá no sistema da informação ou tema, distinguindo as relações dentro do enunciado, entre enunciado e situação, codificando a mensagem. Essas três metafunções ocorrem simultaneamente na língua.

Ao adaptar as metafunções (ideacional, a interpessoal e textual) de Halliday para a análise do modo semiótico visual, Kress e Van Leeuwen (1996 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 3) passam a falar, na Gramática do Design Visual (GDV), de estruturas representacionais, de significados interativos e de composição. Essas categorias partem de uma base social na abordagem da comunicação, pois consideram que os significados sociais estão relacionados a ideologias e a questões de poder. Desse modo, "as mensagens produzidas pelos indivíduos refletirão as diferenças, incongruências e embates que caracterizam a vida social" (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 18 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, p. 3).

As estruturas representacionais, segundo os autores, subdividem-se em estruturas narrativas (ações e eventos) e conceituais (características dos participantes). Para os autores, o que distingue uma proposição visual narrativa é a

presença de um vetor, de um traço que direcione. De acordo com o tipo de vetor e com o número de participantes envolvidos no evento, é possível distinguir seis tipos de processos narrativos: os processos de ação, os processos reacionais, os processos da fala e mentais, os processos de conversão e o simbolismo geométrico.

Em relação aos processos de ação, o Ator é o participante do qual parte o vetor, podendo ele mesmo formar o vetor. Ele é, geralmente, o participante em destaque. Quando há apenas um participante em uma proposição narrativa visual, de modo que a ação não é direcionada a nada ou ninguém, tem-se uma estrutura não transacional. Já quando há dois participantes, aquele a quem o vetor se dirige é a Meta, e a estrutura é chamada transacional.

Quando o vetor é formado pela direção do olhar de participantes representados, tem-se um processo reacional e, nesse caso, tal participante é chamado de Reator (*Reacter*, no original), o qual precisa necessariamente ter traços humanos. As reações também podem ser transacionais ou não transacionais. As primeiras se dão quando é possível visualizar o alvo do olhar, e, nesse caso, tem-se um segundo participante, que é chamado Fenômeno. Este pode tanto ser outro participante quanto uma proposição visual. Pode, entretanto, não haver Fenômeno, como nos casos em que não é possível identificar o alvo do olhar do Reator. Neste caso, tem-se uma reação não transacional (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 18 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, p. 492).

Outro tipo de vetor pode ser encontrado nos balões que representam falas ou pensamentos: são os processos de fala e mentais. Tais processos conectam um participante animado, que será o Dizente no caso dos processos verbais e o Experienciador no caso dos processos mentais, a determinado conteúdo: ao que é falado, o Enunciado (*Utterance*), ou pensado, o Fenômeno.

As estruturas conceituais, que representam os participantes em termos de sua "essência", podem ser construídas por meio de três tipos de processos: os processos classificacionais, os processos analíticos e os processos simbólicos. Os primeiros relacionam os participantes em termos de uma taxonomia. Nesse caso, deve haver pelo menos um participante Superordenado (*Superordinate*) em relação a outro(s), que será(ão) o(s) Subordinado(s) (*Subordinates*).

As taxonomias podem ser fechadas ou abertas. Tem-se uma taxonomia fechada quando somente é possível identificar o Superordenado por meio do texto que acompanha a imagem ou por meio de inferência, a partir das similaridades dos

Subordinados. Além disso, um traço distintivo das taxonomias fechadas é o fato de a equivalência entre os Subordinados manifestar-se na imagem por meio de uma composição simétrica e, para conferir um caráter estável à classificação, os participantes são apresentados de modo objetivo e descontextualizado. Já no caso das taxonomias abertas, os Superordenados são explicitamente indicados.

No caso dos processos analíticos, a relação entre participantes é representada segundo uma estrutura de parte e todo, sendo um deles o Portador - o todo -, e o(s) outro(s) o(s) Atributo(s) Possessivo(s) - as partes. Os autores ressaltam que, pelo fato de uma análise sempre implicar seleção, de acordo com os interesses do seu produtor, há a possibilidade de o mesmo Portador ser analisado em termos de Atributos distintos. Neste tipo de processo, são apresentados somente os traços essenciais dos Atributos Possessivos, os quais geralmente são nomeados. Desse modo, em tais representações, a profundidade, as cores e o segundo plano, por exemplo, são minimamente explorados ou mesmo nulos. São exemplos de representações analíticas os mapas e diagramas, fotografias aéreas e científicas e trabalhos de arte abstrata.

De acordo com Seabra e Magalhães (2006), Kress e Van Leeuwen ainda categorizam um terceiro tipo de processo conceitual: os processos simbólicos. Nesses, participantes são representados em termos do que significam ou são. Tais processos se subdividem em atributivos ou sugestivos. Nos primeiros, há dois participantes: o Portador, "o participante cujo significado ou identidade é estabelecido na relação", e o Atributo Simbólico, "o participante que representa o próprio significado ou identidade" (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 108).

Como características dos Atributos Simbólicos, os autores definem a saliência, a presença de um gesto cuja função é tão somente a de apontá-lo para o observador, o aparente não pertencimento ao conjunto da imagem e a associação a valores simbólicos. Participantes humanos envolvidos nesse tipo de processo, segundo os autores, geralmente posam para o observador, de modo que sua postura não constitui uma estrutura narrativa.

Nos processos sugestivos, há apenas um participante, o Portador, sendo que o significado simbólico deste é estabelecido por meio da mistura de cores, da suavidade do foco ou da acentuação da luminosidade, o que faz com que apenas o contorno ou a silhueta dos participantes seja apresentado. O valor simbólico aferido ao Portador é determinado pelo modo como se dá o obscurecimento dos detalhes.

Desse modo, enquanto nos processos atributivos a identidade ou significado do Portador é a ele atribuído, no caso dos processos sugestivos, tal identidade ou significado é apresentado como um traço intrínseco ao Portador, como sua essência.

Ao concluir a categorização dos significados representacionais, Kress e Van Leeuwen (1996) ressaltam que as imagens podem apresentar uma estrutura complexa, envolvendo mais de um processo e, portanto, mais de um nível estrutural. Os autores destacam também que o valor da informação se refere ao valor que certos elementos apresentam em relação a outros elementos de uma imagem. Eles propõem que se observe a posição desses elementos na composição da imagem, por exemplo, se estão do lado direito ou esquerdo, na parte de cima ou de baixo, centralizados ou próximos das margens, para que se perceba então como se dá a integração entre eles e que valores que esses elementos acabam por internalizar nas posições que ocupam. Esse aspecto será mais bem estudado no capítulo 3 do presente trabalho.

#### **2.4 O discurso e o poder nos meios de comunicação de massa**

O discurso como prática política estabelece, mantém e transforma as relações de poder e as entidades coletivas, segundo Fairclough (2001, p. 94). Nesse aspecto, política e ideologia estão profundamente interligadas. A ideologia inclui os significados da busca pelo poder. A prática política é uma categoria superior, delimitadora dessa luta pelo poder.

Os textos são instrumentos usados na busca hegemônica, podendo reiterar uma determinada forma de ver o mundo ou criticá-la. Pode-se falar em poder hegemônico quando o poder está a serviço da continuidade da liderança e dominação de uns pelos outros, segundo Fairclough (2001a *apud* MEURER, 2007). O autor trata do poder no discurso e do poder por trás do discurso. O poder por trás do discurso é resultado de ordens ou interesses não visíveis, como é o caso da escolha das imagens dos textos que compõem as capas das revistas.

Nos exemplos analisados, vemos o mesmo tema – a morte de Eduardo Campos – sendo abordado de maneiras semelhantes, mas as imagens e o texto são

cuidadosamente selecionados de modo a atender aos objetivos/interesses de cada revista. É essa carga ideológica que determina o discurso em diversas situações.

O conceito de ideologia da ADC provém dos estudos de Thompson (2000). Para o autor, boa parte do conhecimento social é veiculada na mídia, e uma das funções da mídia é disponibilizar formas simbólicas no tempo e no espaço, de forma recontextualizada. Isso é uma amostra de como as formas simbólicas se entrecruzam com as relações de poder:

Estudar ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação. Fenômenos ideológicos são fenômenos simbólicos significativos desde que sirvam, em circunstâncias sócio-históricas específicas, para estabelecer e sustentar relações de dominação (THOMPSON, 2000, p. 76).

Thompson (2000) elenca cinco modos gerais de operação da ideologia: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. Para o presente estudo, vamos nos ater à unificação. Esse é o *modus operandi* da ideologia pelo qual relações de dominação podem ser estabelecidas ou sustentadas pela construção simbólica da unidade. Há duas estratégias de construção simbólica relacionadas à unificação: a padronização (adoção de um referencial padrão compartilhado) e a simbolização (construção de símbolos de identidade coletiva).

Thompson (2000) aborda um conceito de ideologia que inclui formas de dominação por meio de elementos simbólicos variados. Segundo o autor, estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação.

A análise de ideologia pode ser vista como uma parte integrante de um interesse mais geral ligado às características da ação e da interação, às formas de poder e de dominação, à natureza da estrutura social, à reprodução e à mudança social, às qualidades das formas simbólicas e a seus papéis na vida social. (THOMPSON, 2000, p. 16)

O autor elenca quatro premissas para a análise da ideologia na comunicação de massa. A mais importante para este estudo prevê que os meios de comunicação definem parâmetros segundo os quais as mensagens transmitidas adquirem caráter ideológico, mas tais meios não constituem essas mensagens como ideológicas (THOMPSON, 2000, p. 347).

Thompson (2000, p.76) defende uma concepção crítica de ideologia, compreendendo-a como o uso de ideias, estratégias, formas simbólicas que, em determinados contextos, servem para estabelecer (produzir, criar, instituir e sustentar, manter e reproduzir) sistematicamente desigualdades sociais, entendidas como relações de poder ou de dominação. O autor destaca, no entanto, que as formas simbólicas não são ideológicas por si, mas dependem do contexto social e histórico em que são inseridas.

### **3. ASPECTOS DE EMBASAMENTO DA PESQUISA EM TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO VISUAL E REPRESENTAÇÃO DE ATORES SOCIAIS**

O presente capítulo está destinado a descrever metodologicamente e pontualmente como Eduardo Campos será analisado nas capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*. Para tanto, serão apresentadas as questões de pesquisa, os objetivos e as categorias de análise, no que tange à representação de atores sociais nos textos verbais e imagéticos dos periódicos supracitados.

No subitem 3.1, contém uma explanação acerca da Análise de Discurso Crítica e das categorias de classificação de atores sociais como base de pesquisa bibliográfica e documental de fonte secundária. As categorias de representação da Gramática do Design Visual em textos imagéticos estão abordadas em 3.2. O subitem 3.3 analisa a representação dos atores sociais em textos verbais.

#### **3.1 Análise de Discurso Crítica e categorias de classificação de atores sociais como base de pesquisa bibliográfica e documental de fonte secundária**

O presente trabalho baseia-se na elaboração de pesquisas bibliográficas e documentais de fonte secundária. Foram estudados autores que abordam assuntos pertinentes à pesquisa: Análise Crítica do Discurso, representação de atores sociais, a multimodalidade de gêneros, o papel do revisor de texto, a questão ideológica nos meios de comunicação de massa, entre outros temas.

Este estudo também é documental de fonte secundária porque toda a análise toma por base as capas das quatro revistas semanais de maior circulação no país – *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* – a respeito da morte do ex-governador de Pernambuco e candidato à Presidência da República, Eduardo Campos. Como já supracitado, o trabalho envolveu a coleta de dados das edições publicadas nos dias 20 de agosto e 18 de agosto de 2014 (imagens apresentadas no capítulo 1). A coleta de dados incluiu ainda duas entrevistas com cientistas políticos, que não são consideradas *corpus* do presente estudo, e serviram apenas como subsídio para as análises. Foram ouvidos Leonardo Barreto, da Universidade de Brasília, e Raquel Marinucci, do Centro Universitário de Brasília (Uniceub).

Como trabalho final de pós-graduação em revisão de texto, o presente estudo tem como objetivo maior contribuir efetivamente para a atuação prática do revisor de texto no dia a dia de sua atividade. Saber lidar com a multimodalidade e com a representação de atores sociais é de fundamental relevância para uma revisão efetiva, pois a sociedade está cada vez mais conectada a meios digitais, virtuais e imagéticos, assim textos verbais e visuais são cada vez mais uma constante na rotina de um revisor.

Sobre o critério de seleção, é importante ressaltar que a escolha das revistas em análise levou em consideração o fato de os periódicos serem de editoras diferentes, publicados praticamente no mesmo espaço temporal e, o mais importante, abordarem o mesmo assunto: a morte de Eduardo Campos.

Mesmo com a limitação temporal, que impede uma análise mais profunda do assunto, esta pesquisa se propôs a refletir sobre as categorias de classificação de atores sociais nas capas dos periódicos em questão e a relacionar tal abordagem com o trabalho do revisor de texto. Em um segundo momento, o presente estudo pretende servir de base ao espaço acadêmico para a elaboração de trabalhos correlatos, pois, como Ramalho e Resende (2011, p. 115 *apud* ACOSTA, p. 105) observam, não há análises textuais completas, definitivas, objetivas ou imparciais. "Toda análise é inevitavelmente seletiva, assim como toda pesquisa compõe-se de escolhas sucessivas, que lhe determinam o planejamento e a condução."

Os dois principais pontos de análise – o texto verbal e o texto imagético – terão como base os estudos de Van Leeuwen (1996), na representação de atores sociais em textos verbais e imagéticos (Gramática do Design Visual, KRESS; VAN LEEUWEN, 1996). Outro aspecto de destaque no trabalho é o discurso ideológico na construção das capas, estudado com base na Análise de Discurso Crítica, de Fairclough (2003), e na Teoria Social Crítica, de Thompson (2000), no que tange o discurso ideológico nos meios de comunicação de massa.

Foram analisados os textos verbais e imagéticos das capas, aplicando-se as categorias de representação dos atores sociais, de Van Leeuwen, buscando-se uma interface com os estudos do discurso ideológico nos meios de comunicação de massa, de Thompson, e com o arcabouço da Análise de Discurso Crítica, de Fairclough (2001, 2003).

Cada capa foi estudada separadamente, começando pelo texto imagético. Após a análise de cada periódico, os dados foram comparados no último capítulo do presente trabalho, destinado à explanação crítica.

### **3.2 Categorias usadas na representação de atores sociais em textos imagéticos de acordo com a Gramática do Design Visual**

Para se compreender os significados interativos nas capas das quatro revistas, faz-se necessário conhecer o modo como eles se manifestam nas imagens. Kress e Van Leeuwen (1996 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 495), na Gramática do Design Visual, citam cinco recursos para estabelecer tais significados: o sistema do olhar, o enquadramento, a perspectiva, o ângulo horizontal e o ângulo vertical. Além disso, sobre o estilo tipográfico, o presente estudo se embasou nas categorias peso, expansão, inclinação, curvatura, conectividade, orientação e regularidade. Em termos de cores, as análises levaram em conta as categorias brilho, saturação, pureza, modulação, diferenciação, e matiz.

Segundo Kress e Van Leeuwen (1996), se os participantes representados nas imagens olham diretamente para o leitor, forma-se um vetor que interliga os olhares, estabelecendo interação.

A respeito do enquadramento, a distância em que os participantes representados são posicionados pode codificar uma relação imaginária de maior ou menor distância social entre eles e os leitores. Os principais tipos são: plano fechado (*close short*), médio (*medium shot*) ou aberto (*long shot*). Esse aspecto será mais bem detalhado no capítulo seguinte.

O recurso da perspectiva, do ângulo, pode indicar uma atitude subjetiva por parte do produtor da imagem em relação aos representados, segundo Kress e Van Leeuwen (1996 *apud* SEABRA; MAGALHÃES 2006, p. 496). As imagens subjetivas são aquelas retratadas a partir de um ponto de vista escolhido pelo produtor e imposto tanto aos participantes representados quanto aos leitores.

As imagens podem ser representadas a partir de um ângulo frontal, em que o plano frontal do fotógrafo é o mesmo dos participantes representados, ou a partir de um ângulo oblíquo, em que os planos frontais não coincidem.

Os três sistemas por meio dos quais as composições integram os significados representacionais e interativos são, como explicam Kress e Van Leeuwen (1996

*apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 501), o valor informativo, a saliência e o enquadramento. O emprego desses princípios da composição pode ser observado não só em imagens isoladas, mas também em textos compostos ou multimodais.

Quanto ao valor informativo, as imagens e as composições visuais geralmente posicionam seus elementos seguindo o eixo horizontal, de forma a dispor alguns deles à esquerda e outros à direita.

Quando tal disposição ocorre, os elementos posicionados à esquerda são apresentados como Dados, como ponto de partida da mensagem, algo que os leitores presumivelmente já conhecem ou sabem, que é parte de sua cultura ou da cultura do veículo que porta tais informações. O sintagma Dado pode revelar fatos sociais: ele pode dizer "o que é visto como estabilizado e Dado, qual é o sistema classificacional cultural em relação a determinado traço e se esse sistema é progressivo ou reacionário" (KRESS; VAN LEEUWEN 1996, p. 197). Já os elementos posicionados à direita são apresentados como Novos, ou algo ainda desconhecido ou "problemático" e que, portanto, merece atenção especial do leitor.

Em certos casos, o Novo é o lugar onde se reproduz um paradigma, certas classificações culturais, onde valores da cultura são reafirmados ou naturalizados. A estrutura Dado-Novo pode ser considerada ideológica, uma vez que o valor informacional conferido aos elementos nos textos pode não corresponder à noção que os leitores têm sobre eles.

As imagens e composições visuais podem também orientar-se ao longo de um eixo vertical, com alguns elementos posicionados na parte superior e outros na parte inferior do espaço textual. Os elementos colocados na parte superior são o Ideal – "o que pode ser", a essência da informação, e aqueles posicionados na parte inferior são o Real – "o que é", as informações mais específicas e práticas. A parte superior é a mais saliente e seus elementos se sobrepõem àqueles da parte inferior. Desse modo, explicam Kress e Van Leeuwen (1996 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2007, p. 498), a relação entre essas duas partes é mais de contraste do que de conexão, ao contrário do que ocorre na relação entre Dado e Novo. Essa estrutura, como a anterior, geralmente, é orientada ideologicamente. As duas podem ser usadas nas composições visuais, ao mesmo tempo.

Os elementos visuais, em relação à saliência, podem ter diferentes graus de destaque. No caso de textos espacialmente integrados, são regras visuais que determinam a saliência. Essa característica é resultado de vários fatores que se

relacionam: tamanho, foco, contraste de tom e de cor, posicionamento no campo visual, perspectiva e fatores culturais, como "o aparecimento de uma figura humana ou de um símbolo cultural forte" (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 212 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 499). Ao definir o peso dos elementos de uma composição, é possível encontrar o ponto de equilíbrio, o lugar onde está a mensagem mais importante.

Sobre o enquadramento, tanto nos textos temporalmente integrados quanto no caso dos espacialmente integrados, elementos ou grupos de elementos podem ser conectados ou separados uns dos outros. Essa, também, é uma questão de gradação, uma vez que o enquadramento pode ser mais ou menos acentuado, o que determinará a representação dos elementos como unidades de informação mais ou menos individuais e diferenciadas. Quando não se exploram os recursos que realizam o enquadramento, os autores identificam ênfase na conexão, no agrupamento dos elementos da composição em sua representação.

Para Kress e Van Leeuwen (1996 *apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 499), há vários modos de se realizar o enquadramento, e a presença de linhas, de descontinuidades de cor e contorno e de espaços vazios entre os elementos são alguns deles. Por outro lado, a presença de vetores pode reforçar a conexão, e estes podem ser realizados por elementos da composição ou por elementos gráficos abstratos. Além disso, é possível estabelecer conexão entre elementos por meio do uso das mesmas cores e formas em mais de um deles.

### **3.3 Categorias usadas para representar atores sociais em textos verbais**

Cada cultura tem uma forma específica de representar o mundo social, por meio de diferentes semióticas, segundo Van Leeuwen (1996, p. 170). Assim, mostra-se como maior ou menor ênfase aquilo que pode ser representado verbal ou visualmente.

Esse ponto é importante para a Análise Crítica do Discurso, visto que, com a crescente utilização, da representação visual numa enorme variedade de contextos, torna-se cada vez mais urgente ser capaz de formular as mesmas questões críticas em relação às representações quer verbais quer visuais, ou seja, na realidade, em relação às representações em todos os *media* que constituem parte

dos textos *multimedia* contemporâneos. (VAN LEEUWEN, 1996, p. 170).

Essas nuances também são fundamentais no estudo da Semiótica Discursiva ou Social. Segundo essa teoria, é impossível interpretar modos e gêneros com base apenas na língua escrita ou oral, pois um texto multimodal deve ser analisado em conjunto com todos os modos semióticos de produção, como explica Rocha (2007).

O interesse dos criadores de signos, no momento da concepção, guia-se para procurar um aspecto ou um conjunto de aspectos do objeto a ser representado como sendo característico, naquele momento, para representar o que eles querem representar, e daí procurar a mais plausível, a mais apta forma de sua representação, isso se aplica também aos interesses das instituições nas quais as mensagens são produzidas. (ROCHA, 2007, p. 51)

Em relação às categorias de representação de atores sociais em textos verbais, ponto central deste subitem, a exclusão tem sido um aspecto importante da análise crítica do discurso, de acordo com o autor. Algumas exclusões não deixam marcas na representação, excluindo tanto os atores sociais quanto suas atividades. Uma exclusão extrema pode desempenhar seu papel numa comparação crítica de diferentes representações da mesma prática social, pela simples razão de que não deixa marcas. Nesse aspecto, segundo Van Leeuwen (1996, p. 181) é importante distinguir "supressão" de "colocar em segundo plano". Na supressão, não há qualquer referência aos atores envolvidos. No caso de colocar em segundo plano, a exclusão é menos extrema: os atores sociais excluídos podem não ser mencionados em relação a uma dada atividade, mas são citados em alguma parte do texto, de tal modo que é possível inferir com alguma certeza quem eles são. Eles estão, na verdade, pouco visíveis, tratados em segundo plano.

De acordo com Van Leeuwen (1996, p. 181 e 182), a supressão ocorre com o pagamento do agente da passiva ou por meio de orações infinitivas que desempenham papel de um participante gramatical. Para o autor, é difícil saber se os atores sociais suprimidos deviam ser recuperáveis pelo leitor ou mesmo pelo escritor: ou os leitores já os conhecem, assim uma referência seria redundante, ou o objetivo é bloquear o acesso ao conhecimento. Colocar em segundo plano resulta de simples elipses ocorridas em orações infinitivas. Assim, torna-se o ator secundário, ao reduzir a quantidade de vezes em que são explicitamente referidos.

Van Leeuwen (1996, p. 185) observa que os papéis dados aos atores sociais para serem desempenhados em representações constituem um aspecto importante no trabalho de muitos linguistas críticos. O propósito é observar quem é representado como agente (ator) e como paciente (finalidade) em uma determinada ação. Assim, é possível investigar que escolhas são feitas, em que contextos institucionais e sociais, por que essas escolhas ocorrem, a que interesses servem e que objetivos são alcançados.

As nominalizações ou substantivos processuais podem também promover ativação. Uma forma frequente é a "possessivação" - o uso de um pronome possessivo para ativar ou passivar um ator social. O ator social passivado pode ser sujeito ou beneficiado. "Os atores sociais sujeitos são tratados como objetos na representação, por exemplo, como objetos de troca. Os atores sociais beneficiados formam um terceiro grupo que, positiva ou negativamente, beneficia-se disso" VAN LEEUWEN (1996, p. 188).

A escolha entre referência genérica e específica é outro fator importante na representação de atores sociais, segundo o autor, que podem vir expressos no texto como classes ou como indivíduos específicos e identificáveis.

Os sociólogos têm associado tais conceitos de realidade à classe social. Para Bourdieu (1986), a referência concreta à experiência imediata está associada aos hábitos da classe trabalhadora, ou seja, aos princípios que estão por detrás dos seus julgamentos morais e políticos etc. Por outro lado, a distância do observador associa-se aos hábitos da classe dominante, a burguesia (...). Partindo dessa perspectiva, Bourdieu diz que a referência específica é uma "visão cega e parcial". (VAN LEEUWEN, 1996, p. 191)

Outro aspecto é que os atores sociais podem ser referidos nos textos como indivíduos (individualização) ou como grupo (assimilação). Os jornais dirigidos à classe média tendem a individualizar as pessoas pertencentes às elites e assimilar as comuns, enquanto jornais dirigidos à classe trabalhadora, geralmente, individualizam pessoas comuns, como defende Van Leeuwen (1996, p. 194). A individualização ocorre por meio da singularidade, e a assimilação, por meio da pluralidade.

A indeterminação ocorre quando os atores sociais são representados como indivíduos ou grupos não especificados ou anônimos. Caso contrário, haverá no texto um caso de determinação.

A diferenciação separa explicitamente um ator social individual ou um grupo de atores sociais de um ator ou grupo semelhante, criando a diferença entre próprio e o outro ou entre nós e eles, como explica Van Leeuwen (1996, p. 199).

O autor observa também que os atores sociais podem ser representados por sua identidade única (nomeação) ou pelas funções que partilham com os outros (categorização).

Os jornalistas da imprensa escrita utilizam muitas vezes aquilo a que Bell (1985:98) chamou de pseudotítulos, como em "o controverso terapeuta de câncer Milan Brych". Tal como em títulos padrão, o artigo definido está ausente nos tais pseudotítulos, mas, por outro lado, a categorização e a nomeação fundem-se aqui, ou melhor, as categorizações são usadas como identidades únicas. (VAN LEEUWEN, 1996, p. 202)

Há, contudo, dois tipos fundamentais de categorias: funcionalização e identificação. Na funcionalização, os atores sociais são representados segundo a atividade que desempenham, uma ocupação ou função. A identificação ocorre quando os atores são definidos, não em termos daquilo que fazem, mas em termos daquilo que são.

Outras categorias de representação, abordadas por Van Leeuwen (1996, p. 208), são as de personalização e impessoalização. Ao estudar categorias que personalizam os atores sociais, analisamos aquelas que os representam como seres humanos, por meio de nomes próprios, pronomes possessivos, substantivos, ou seja, palavras que humanizam os envolvidos no texto. Porém, os atores sociais podem ser impessoalizados, representados por substantivos abstratos ou por substantivos concretos cujo significado não inclui a característica semântica humana.

A sobredeterminação ocorre quando os atores sociais são representados como participantes em mais de uma prática social simultaneamente, como observa Van Leeuwen (1996, p. 211). São quatro grandes categorias de sobredeterminação: inversão, simbolização, conotação e destilação.

Para o presente trabalho, estudaremos a categoria da inversão, segundo a qual os atores sociais estão ligados a duas práticas que, num certo sentido, opõem-se. As duas formas de inversão mais comuns são o anacronismo e o desvio. O anacronismo é frequentemente usado para dizer coisas que não se podem dizer diretamente, por exemplo, fazer críticas sociais e políticas em circunstâncias em que

estas são proibidas pela censura oficial ou comercial, ou para naturalizar discursos ideológicos, de acordo com Van Leeuwen (1996, p. 215). Essa forma é a que será usada na análise das capas a seguir.

No tocante à representação de atores sociais, as escolhas não precisam ser sempre rigidamente alternativas. As fronteiras podem ser deliberadamente tênues, com o intuito de alcançar efeitos representacionais específicos, e os atores sociais podem, por exemplo, ser não só classificados, mas também funcionalizados. Em todos os casos, no entanto, as categorias permanecem úteis para tornar explícito como é que os atores sociais são representados.

#### 4 ANÁLISE DAS CATEGORIAS DE CLASSIFICAÇÃO VISUAIS E VERBAIS USADAS NAS CAPAS DE *VEJA*, *ISTO É*, *ÉPOCA* E *CARTA CAPITAL* NA REPRESENTAÇÃO DE EDUARDO CAMPOS

As categorias de classificação serviram de base para a análise, ora apresentada, sobre a forma como Eduardo Campos foi representado nas capas dos periódicos supracitados na semana de sua morte.

O subitem 4.1 traz uma análise de *Veja*; o 4.2, de *Isto é*; o 4.3, de *Época*; o 4.5; de *Carta Capital*. Em 4.6, foi feita uma explanação crítica a respeito das quatro capas pesquisadas.

##### 4.1 Revista *Veja*

Será apresentada adiante a análise da edição 2.387 da revista *Veja*, publicada em 20 de agosto de 2014 – exatamente uma semana após o acidente aéreo que ocasionou a morte do ex-governador de Pernambuco e candidato à Presidência da República, Eduardo Campos. A capa é formada, basicamente, por seis textos: (i) imagem de Eduardo Campos, à qual se sobrepõe (ii) a logomarca da revista – o nome *Veja* –, (iii) a chamada<sup>9</sup> e a foto referentes a Marina Silva, na parte superior da página, (iv) a logomarca<sup>10</sup> do Grupo Abril, responsável pela edição da revista, (v) o código de barra do periódico, com o valor para venda, e, por último, (vi) a manchete (olho<sup>11</sup>) da revista seguida do obituário<sup>12</sup> do político.

---

<sup>9</sup> Para Aguiar (2014), chamada é um pequeno texto usado na primeira página de jornal ou revista com o objetivo de chamar a atenção do leitor para determinado material.

<sup>10</sup> Como afirma Schwarz, no site Ciadalog, a logomarca reúne graficamente letras do nome da empresa (pode ser o nome completo ou não) e elementos formais puros, abstratos. É qualquer representação gráfica padronizada e distintiva utilizada como marca; representação visual de uma marca.

<sup>11</sup> Frase destacada no conjunto da página de um jornal ou revista, como observa Aguiar (2014).

<sup>12</sup> Notas de falecimento publicadas em jornais ou revistas, de acordo com o míni Houaiss (2008). Nos periódicos em estudo, há uma adaptação do formato para a apresentação em capas de periódicos impressos.

Figura 6 - Vetores na capa de *Veja*



Fonte - VEJA (2014)

Percebe-se em *Veja* que Eduardo Campos é retratado como reator (vetor parte de seus olhos), por meio de reações não transacionais, pois não é possível identificar o alvo da visão. Ele olha longe, “ao horizonte”. Assim, é considerado objeto do olhar do leitor.

Em relação ao enquadramento, o ex-governador aparece representado em plano fechado (cabeça e ombros), o que, segundo Kress e Van Leeuwen (1996, *apud* SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 495), mostra os participantes de maneira mais íntima, como se quisesse estabelecer um vínculo com o leitor.

O político aparece como Dizente, pois a imagem dele vem acompanhada na parte inferior direita (Novo-Real) da mensagem (Enunciado) que virou sua marca durante a campanha:

- (1) "NÃO VAMOS DESISTIR DO BRASIL".

O texto, todo escrito em caixa alta e tom de cinza-claro, antecede o obituário "Eduardo Campos 1965-2014", escrito em caixa alta e baixa, em branco. Na revista, o olho (trecho da frase/fala de alguém em destaque na página) ocupa o lugar da

manchete. Observa-se, ainda, alto grau de saturação ao optar pelo fundo preto (cor do luto). Em outro aspecto, a tipografia usada na manchete (com serifa) pode suscitar tradicionalismo.

É possível identificar estruturas conceituais Classificacionais, em que Eduardo Campos é retratado como supeordenado em taxonomia aberta, ao ser explicitamente indicado, por meio da imagem, do Enunciado e do obituário e por ser o participante de destaque. Marina Silva aparece como subordinada em relação a Eduardo Campos.

A respeito dos processos simbólicos, *Veja* retrata Eduardo Campos de forma atributiva. Ele aparece como Atributo Simbólico, ao representar a própria identidade, e Marina como o Portador, aquele cujo significado é estabelecido na relação. Ela é classificada como a vice de Campos e não como ex-senadora ou ativista ambiental, o que tem como efeito potencial o apagamento da identidade de Marina.

Sobre os recursos visuais empregados na capa de *Veja*, pode-se destacar além do sistema do olhar, o enquadramento empregado na diagramação da capa. Como já citado, optou-se pelo plano fechado (ombros e cabeça). Como Eduardo Campos aparece de terno preto, a impressão que se tem é que os ombros se fundiram ao fundo da capa, também preto. Assim, o que se enxerga é a gola branca da camisa embaixo do terno e a gravata. O código de barras aparece impresso ao lado esquerdo da gola, como estivesse sobre o ombro do político. Diferentemente da logomarca da revista e da editora, basicamente, esses elementos não carregam carga ideológica e são dispostos na página no local onde há espaço de forma a não atrapalhar a visualização dos demais componentes. No oposto superior, têm-se a logomarca do Grupo Abril, na área destinada a informações já conhecidas (Dado).

As imagens objetivas, de acordo com Kress e Van Leeuwen (1996) são produzidas a partir do ângulo frontal ou do ângulo perpendicular superior, ângulos de visão privilegiados, que neutralizam a perspectiva, as distorções resultantes de sua exploração e a atitude subjetiva que ela envolve. Esses ângulos, segundo os autores, apresentam diferenças quanto à objetividade que codificam: enquanto o ângulo frontal relaciona-se à ação, o ângulo superior relaciona-se ao conhecimento. As imagens objetivas mostram o participante representado da forma como ele é, enquanto as imagens subjetivas mostram-no como ele é visto a partir de determinado ponto de vista.

Assim, a perspectiva subjetiva empregada pode ser percebida pela profundidade e o efeito *noise*, usado na pele do político. Uma parte da orelha pode ser vista mais no fundo, o que torna mais acentuada a profundidade usada.

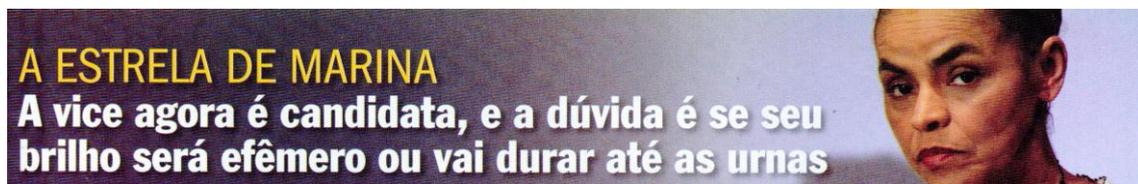
Kress e Van Leeuwen (1996) definem ainda a escolha do ângulo vertical, que codifica relações de poder entre os participantes representados e interativos. Se aqueles são representados a partir de um ângulo elevado, o produtor da imagem e o leitor exercem poder sobre eles. Se, ao contrário, os participantes representados são retratados a partir de um ângulo baixo, são eles que detêm o poder. E, finalmente, se a imagem está no nível do olhar, a relação de poder é representada como igualitária. Nesse caso, também é possível falar de graus de "elevação".

Assim, ao ser retratado na altura do olhar, no que se refere aos graus de "elevação" pode-se inferir que há relação de poder igualitária entre o participante (Eduardo Campos) e o leitor.

A propósito do valor informativo, *Veja* retrata de forma bastante clara Eduardo Campos à esquerda e Marina Silva à direita. Assim, o ex-governador aparece como Dado, considerado informação já conhecida. Marina, de maneira oposta, é tratada como Novo, algo que merece atenção especial do leitor. Outro paralelo nítido em *Veja* é o traçado entre a parte superior e inferior da capa. Na parte de baixo, está a imagem de Eduardo Campos, a Real. No campo de cima, o Ideal, o que se pode ser, Marina Silva.

Um detalhe que chama a atenção é que a capa de *Veja* é a única das quatro revistas, em estudo, a trazer uma foto de Marina Silva, vice de Eduardo Campos. Ela aparece no topo da capa.

**Figura 7 - Como Marina é representada em *Veja***



Fonte - VEJA (2014)

A revista extrapola as possibilidades do cenário político do momento e confirma Marina Silva como candidata antes mesmo da confirmação oficial da coligação. Na foto, na margem mais extrema direita, Marina aparece estampada em

plano fechado, porém, olhando para o leitor, como se quisesse estabelecer um ele de intimidade. *Veja* trata, então, Marina como o Novo-Ideal. O texto, à esquerda, traz como chamada "A ESTRELA DE MARINA", em caixa alta e amarelo, cor da atenção.

Percebe-se ainda, uma saliência de elementos no campo onde Marina é retrata. Diferentemente da cor de fundo da maior parte da capa onde está a foto de Eduardo Campos, em que predomina o preto; na área superior, há uma gradação de cinza, do escuro para o claro, em que a foto de Marina aparece justamente sobre um local iluminado. O que destaca ainda mais a figura. A vice é tratada como candidata pela revista.

**Figura 8 - Logomarca de *Veja***



Fonte - VEJA (2014)

A revista exalta ainda sua própria marca, ao retratá-la no campo superior direito (Novo-Ideal), logo abaixo da parte onde representa Marina Silva. A tipografia sem serifa e a escala de saturação em tons de cinza sugerem leveza. Pode-se inferir que a marca tenha sido publicada desta forma para não ficar sobre a testa de

Eduardo Campos e esconder as técnicas visuais empregadas na imagem do político.

Ainda em relação ao valor informativo, vejamos o excerto analítico (1) que segue:

(1) "NÃO VAMOS DESISTIR DO BRASIL"

O enunciado é grafado do lado direito (Novo), na parte inferior da capa (Real), ao lado da imagem de Eduardo Campos, juntamente com o obituário. Assim, a frase do ex-governador é tida como uma possibilidade de concretude, quase que uma visão.

Sobre a análise do texto verbal, como já citado, o primeiro ponto de destaque é que *Veja* exclui, por supressão, os demais atores sociais mortos no acidente e retrata apenas Eduardo Campos; além da vice, Marina Silva, que não estava no avião. Os assessores mortos e os pilotos são suprimidos em *Veja* tanto dos textos imagéticos quanto dos verbais. De acordo com Van Leeuwen (1996), as representações incluem ou excluem atores sociais para servir aos seus interesses e propósitos em relação aos leitores a quem se dirigem. O autor explica que algumas das exclusões poderão ser "inocentes" – fatos considerados irrelevantes ou já de conhecimento dos leitores – ou ainda diretamente ligadas à estratégia de propaganda do veículo de comunicação. Neste caso, pode-se inferir que a revista preferiu exaltar a imagem de Eduardo Campos, ao abordá-lo sozinho.

Eduardo Campos é retratado como Agente/Ator por "conversar com o leitor" por meio do excerto (1). A ativação ocorre quando os atores sociais são representados como forças ativas e dinâmicas numa atividade, e a passivação, quando são representados como "submetendo-se" à atividade ou como sendo "receptores dela". A ativação pode ser percebida por meio da "participação" - o papel ativo do ator social em questão é mais claramente destacado, como explica Van Leeuwen (1996, p. 187).

Pode-se identificar ainda na capa de *Veja* que há nominalização (Marina Silva e Eduardo Campos são tratados pelo nome), especificação, individualização, determinação, identificação e personalização. Vejamos o excerto:

(2) A ESTRELA DE MARINA

A vice agora é candidata, e a dúvida é se seu brilho será efêmero ou vai durar até as urnas

No tocante à relação de Marina Silva e Eduardo Campos mostrada na capa de *Veja*, pode-se observar que há sobredeterminação, na categoria inversão, pois eles estão ligados tanto ao acidente que resultou na morte de Eduardo Campos e de mais seis pessoas quanto às eleições, que mudam de cenário com o acidente. O anacronismo (forma de inversão) é percebido em *Veja* no discurso usado para confirmar Marina Silva como substituta de Eduardo Campos, antes mesmo da confirmação oficial dos partidos que formavam a coligação. O anacronismo serve, muitas vezes, para naturalizar discursos ideológicos.

Na produção da capa, *Veja* optou por um texto verbal que fosse uma fala fiel do participante (Eduardo Campos). É como se ele estivesse fazendo um convite a toda a população para lutar por um país mais justo e igualitário. O cunho social da mensagem é nítido e acaba por condensar toda a capa num propósito maior, em nome do Brasil.

#### 4.2 Revista *Isto é*

A seguir, o leitor terá acesso à análise da edição 2.334 da revista *Isto é*. Assim como *Veja*, o periódico foi publicado no dia 20 de agosto de 2014 – uma semana depois do acidente que resultou na morte de Eduardo Campos e de mais seis pessoas. Podem-se identificar seis textos: (i) imagem de Eduardo Campos, à qual se sobrepõe a (ii) logomarca da revista – o nome *Isto é* –, (iii) o código de barra do periódico, com o valor para venda, (iv) a logomarca da editora Três, (v) trecho de uma frase repetida durante a campanha pelo político – à esquerda da foto – e, por último, (vi) a manchete central e o conjunto de chamadas, publicadas na parte inferior da capa.

Figura 9 - Vetores na capa de *Isto é*



Fonte - ISTO É (2014)

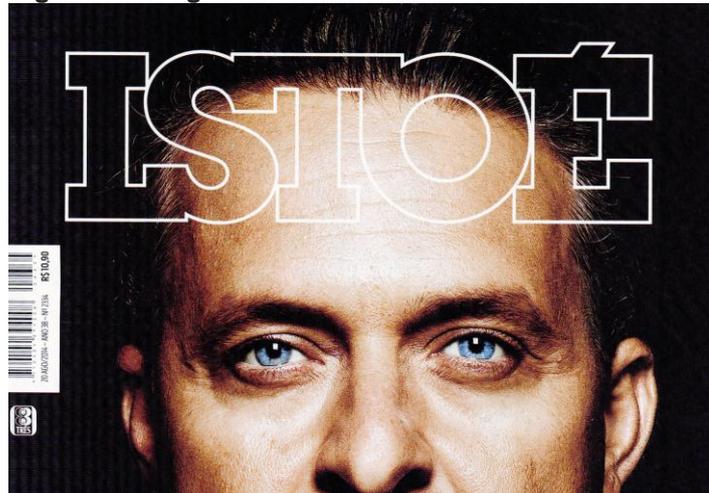
O olhar de Eduardo Campos também é o ponto de origem do vetor da capa da revista *Isto é*, num processo Reacional, assim como em *Veja*. O político, então, é o Reator do processo. Kress e Van Leeuwen (1996) explicam que se os participantes representados nas imagens olham diretamente para o leitor, forma-se um vetor que interliga os olhares. É como se os participantes representados quisessem interagir com o leitor. Como resultado desse tipo de configuração, uma relação imaginária de contato é estabelecida entre os participantes representados e interativos, e a identificação do tipo de relação pretendida pode ser feita a partir da expressão facial e dos gestos. "De outro modo, os participantes representados nas imagens podem não olhar diretamente para o leitor, caso em que os primeiros deixam de ser os atores do ato de olhar para se tornar objeto do olhar do leitor" (SEABRA; MAGALHÃES, 2006, p. 495).

A imagem dele, no centro da capa, é impressa praticamente sem profundidade. O alvo do olhar é o leitor, assim ocorre uma relação transacional, com

a realização de um fenômeno. É como se o ex-governador encarasse o leitor “olho no olho”, como se quisesse manter uma relação imaginária de contato, estabelecer um elo de intimidade. Há saliência no tratamento da imagem. Os olhos foram tão manipulados que a cor original foi alterada do verde para o azul.

No restante da foto, verifica-se uma preocupação em manter a textura original da pele, com marcas de expressão, inclusive, e da barba. Percebem-se essas linhas na testa e próximo à boca.

Figura 10 - Logomarca de *Isto é*



Fonte - ISTO É (2014)

A logomarca da *Isto é*, escrita apenas com contorno branco, vem escrita sobre a testa do político. Esse detalhe chama a atenção, pois não é o padrão o revista, que costuma apresentar seu nome sempre de forma preenchida e de várias cores. Pode-se inferir que, para remeter ao luto, optou-se por uma forma mais leve e sóbria de apresentar a logomarca. Essa forma também pode ter sido escolhida para que olhar ficasse ainda mais em destaque. O código de barras aparece impresso do lado inferior esquerdo ao nome *Isto é*. Diferentemente da logomarca da revista e da logomarca da editora, basicamente, esses elementos não carregam carga ideológica e são dispostos na página no local onde há espaço de forma a não atrapalhar a visualização dos demais componentes. Abaixo vem expressa a logomarca da editora Três, no campo destinado a informações conhecidas (Dado).

Em relação às estruturas conceituais, Eduardo Campos é retratado de como superordenado em taxonomia aberta, pois é explicitamente indicado.

Ao analisar processos simbólicos, percebe-se que Eduardo Campos é representado de maneira subjetiva, pois aparece sozinho (Portador) na capa e há escurecimento de detalhes.

Sobre os recursos visuais empregados na capa de *Isto é*, pode-se destacar além do sistema do olhar, o enquadramento usado na diagramação do periódico. Optou-se por imprimir apenas o rosto de Eduardo Campos e escurecer todo o resto. Assim, o plano é ainda mais fechado do que o plano fechado (cabeça e ombros). É como se só pudesse ser vista a parte frontal do rosto, a mesma que vemos quando alguém está no caixão, rodeado de flores.

A imagem é impressa a partir do ângulo frontal, o que pode denotar objetividade, mesmo assim há traços marcantes de subjetividade no tratamento da imagem. A exacerbação dos olhos é um exemplo. Em relação aos graus de “elevação”, a imagem está impressa no nível do olhar, o que pode transparecer uma relação de poder igualitária.

Em relação ao valor informativo, a imagem do político e a logomarca da revista aparecem no centro da capa, o que denota equilíbrio. O nome do periódico, porém, ocupa o campo superior, do Ideal, enquanto a foto de Eduardo Campos aparece no campo inferior, em maior parte.

Figura 11 - Frase de campanha impressa na capa de *Isto é*



Fonte - ISTO É (2014)

Em relação aos textos, Eduardo Campos é retratado como Dizente na capa do periódico. A frase "falada", um de seus discursos de campanha, aparece impressa na parte inferior esquerda de sua imagem. Isso mostra que a informação é conhecida e faz parte da realidade.

Figura 12 - Manchete e chamadas na capa de *Isto é*



Fonte - ISTO É (2014)

A manchete "O legado de EDUARDO CAMPOS" aparece acima de três chamadas, na parte central da capa, logo abaixo da imagem do político. O estilo tipográfico, sem serifa remete à modernidade, mas pesa na expansão, com o objetivo de chamar a atenção do leitor. O branco aparece alto grau de saturação e o nome do político é destacado, em caixa alta.

Em seguida, na parte inferior esquerda, vem grafada a chamada "A TRAJETÓRIA: Um homem forjado para liderar". O texto traz uma informação conhecida e que corresponde à realidade. Como já mencionado, Eduardo Campos,

foi um homem preparado, educado para a vida política. Neto de Miguel Arraes, ele nasceu em família de tradição política em Pernambuco.

No centro da capa, vem impressa a chamada "A TRAGÉDIA: Os últimos momentos e o acidente fatal". Ao ocupar um lugar de neutralidade, subentende-se que a revista prefere não dar destaque ao motivo da morte e ter uma postura mais isenta em relação às causas do acidente aéreo.

Por último, na parte inferior direita, no local destinado ao Novo-Real (algo desconhecido que merece atenção do leitor), *Isto é* traz a chamada "A ELEIÇÃO: Marina Silva e o novo jogo político". Apesar de trazer o nome de Marina Silva numa posição de destaque, o periódico não faz nenhuma ilação sobre o cenário político futuro.

Os títulos das chamadas sempre são grafados em caixa alta e amarelo (cor usada como alerta, para chamar a atenção) e a informação seguinte, em caixa baixa. Os três elementos podem ser identificados de acordo as características de enquadramento que apresentam: mesmas tipografias, cores e disposição na página, o que demonstra regularidade.

Em relação à análise dos textos verbais, percebe-se em *Isto é* a representação de Eduardo Campos e Marina Silva. Os assessores e os pilotos mortos no acidente junto com o político são excluídos por supressão dos textos da capa do periódico, assim como em *Veja*. Podemos identificar as categorias de nominalização, especificação, individualização, determinação, identificação e personalização tanto em relação a Eduardo Campos quanto em relação a Marina Silva.

Eduardo Campos é retratado como agente, pois conversa com o leitor por meio do excerto abaixo:

- (3) "No dia em que os filhos do pobre e do rico, do político e do cidadão, do empresário e do trabalhador estudarem na mesma escola...nesse dia o Brasil será o país que queremos."

De acordo com Van Leeuwen (1996, p. 197), um modo pelo qual atores sociais podem ser representados como grupo é por meio da associação. O termo se refere a grupos formados por atores sociais ou grupos de atores sociais (referidos de forma genérica ou específica) que nunca são classificados no texto. A ocorrência

mais comum é pela adversidade. Em muitos textos, as associações fazem-se e desfazem-se (dissociação).

Pode-se identificar, então, tal categoria no fragmento de texto verbal, pois ao citar “pobre” e “rico”, “político” e “cidadão”, “empresário” e “trabalhador”, faz-se referência a grupos formados por atores sociais pela adversidade.

A categoria da funcionalização está presente no excerto a seguir:

(4) "A TRAJETÓRIA: Um homem forjado para liderar".

Observa-se que Eduardo Campos é retomado no texto pela expressão “homem forjado para liderar”. Assim, a função ou o preparo dele para o cargo se sobrepõe ao próprio nome.

Em relação a Marina Silva, o excerto a seguir mostra que ela aparece nominalizada, especificada, individualizada, determinada, identificada e personalizada na capa. *Veja:*

(5) "A ELEIÇÃO: Marina Silva e o novo jogo político"

Em nenhum outro trecho, a revista *Isto é* representa Marina Silva (nome ou função).

### 4.3 Revista *Época*

Nesta parte, estará disponível a análise da edição 846 da revista *Época*, de 18 de agosto de 2014. Este periódico foi publicado dois dias antes dos demais. Pode-se identificar seis textos: (i) imagem de Eduardo Campos, à qual se sobrepõe a (ii) logomarca da revista – o nome *Época* –, (iii) os textos imagéticos e verbais publicados no extremo superior da capa, (iv) a logomarca da Editora Globo, (v) o código de barra do periódico, com o valor para venda, e, por último, (vi) o obituário e as chamadas de capa, publicados na parte inferior esquerda da capa. Um ponto que chama a atenção em *Época* em relação aos demais periódicos é que a revista optou

por uma imagem de Eduardo Campos sorrindo. Assim como *Veja* e *Isto é*, suprimem os demais atores sociais envolvidos e opta por retratar Eduardo Campos sozinho na capa.

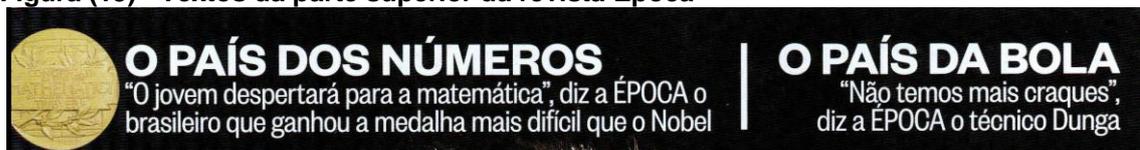
Figura (12) - Vetores de *Época*



Fonte - *ÉPOCA* (2014)

Outro ponto de destaque é que *Época* é a única a trazer na capa assuntos diversos, sem ligação com a morte de Eduardo Campos. São duas chamadas na parte mais superior da página, como pode ser conferido a seguir:

Figura (13) - Textos da parte superior da revista *Época*

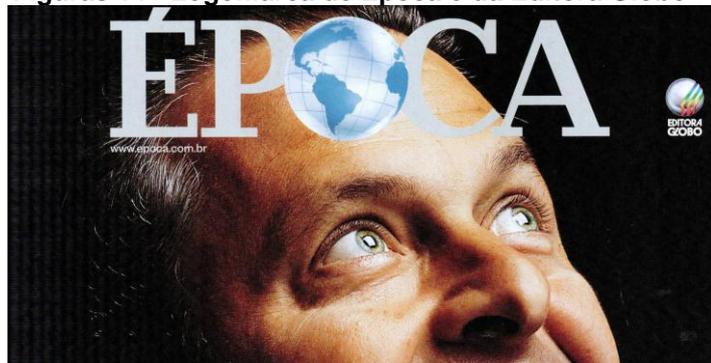


Fonte - *ÉPOCA* (2014)

Pode-se observar que a chamada sobre futebol está publicada numa parte privilegiada da capa: a parte superior direita (Novo-Ideal), área dedicada a assuntos novos que devem ser foco de atenção do leitor. A revista destaca assim a entrevista com o técnico da Seleção Brasileira, Dunga, e o esporte considerado paixão nacional.

O nome *Época* aparece em cinza-claro ao centro da capa. Subentende-se que o periódico também optou por tons sóbrios, devido ao assunto morte. O nome ganha destaque, porém, porque o político aparece olhando para cima. Do mesmo modo, é ressaltado o logo tipo da Editora Globo, ao ser privilegiado pela direção do olhar de Eduardo Campos, além de ocupar o canto superior direito, destinado a assuntos que mereçam atenção do leitor (Novo). Diferentemente da logomarca da revista e da logomarca da editora, basicamente, o código de barras não tem carga ideológica e é disposto na página no local onde há espaço de forma a não atrapalhar a visualização dos demais componentes.

Figuras 14 - Logomarca de Época e da Editora Globo



Fonte - ÉPOCA (2014)

Assim como em *Veja* e em *Isto é*, Eduardo Campos é retratado como Reator, pois seu olhar é o ponto de partida do vetor da capa. Ele olha para o canto superior direito, em direção ao Novo-Ideal. É possível identificar uma relação não transacional, pois o alvo do olhar é indefinido, mas remete ao imaginário, ao campo das ideias. Assim, pode ser considerado objeto do olhar do leitor, ao não estabelecer interação. *Época*, porém, não salienta nenhum elemento de maneira exagerada.

Figura 15 - Só imagens e textos



Fonte - ÉPOCA (2014)

O político é representado como experienciador, pois podem ser identificados processos mentais como fenômenos. *Época* opta por destacar os pensamentos do político (Fenômeno) em detrimento das falas (Enunciado).

Em relação às estruturas conceituais, Eduardo Campos é representado como Superordenado em estruturas classificacionais: o participante principal, numa taxonomia aberta, pois é explicitamente indicado.

Sobre os aspectos simbólicos, Eduardo Campos é representado segundo atributos sugestivos, pois aparece sozinho (Portador), representando o todo, e com escurecimento de detalhes.

Em relação ao enquadramento, Eduardo Campos é retratado em plano fechado (cabeça e ombro), o que pode transparecer certa proximidade com o leitor. De forma sutil, é possível ver o contorno do terno preto sobre o fundo preto.

A imagem foi tratada numa perspectiva subjetiva por parte de *Época*, principalmente em relação ao olhar. A foto está no mesmo nível do olhar, o que se subentende uma relação de poder mais igualitária.

**Figura 16 - Chamadas na capa de *Época***



Fonte - ÉPOCA (2014)

Em relação ao valor informativo, a imagem de Eduardo Campos é acompanhada, na parte inferior esquerda (Dado-Real), de três chamadas. Os textos ocupam o local destinado a assuntos já conhecidos e que fazem parte da realidade. A última chamada cita Marina Silva. Essa é a única vez em que ela aparece na capa, e não como informação nova.

As chamadas seguem características de enquadramento, ao terem a mesma diagramação: fontes sem serifa, em caixa alta, em cinza-claro, sem contorno, uma sobre a outra na relação Dado-Real.

Na análise dos textos verbais, pode-se verificar as categorias de nominalização, especificação, individualização, determinação, identificação, personalização. Veja excerto:

(6) Eduardo Campos: 1965 -2014

As mesmas categorias verificadas em relação a Eduardo Campos se referem a Maria Silva. Na Figura 16, ela é representada de maneira nominalizada,

especificada, individualizada, determinada, identificada e personalizada. *Veja* excerto:

(7) "COMO A DECISÃO DE MARINA SILVA PODE AFETAR A ELEIÇÃO"

#### **4.4 Revista Carta Capital**

Na análise da edição 813, de 20 de agosto de 2014, de *Carta Capital* é possível identificar a presença de cinco textos: (i) imagem de Eduardo Campos, à qual se sobrepõe a (ii) logomarca da revista – a palavra *Carta Capital*, (iii) a logomarca da Editora Confiança, (iv) o código de barras, com o valor do periódico para venda, (v) o obituário de Eduardo Campos e, por último, (vi) a logomarca do *The Economist*, na parte inferior direita da capa.

A origem do vetor é o olhar de Eduardo Campos. O político é representado de lado, olhando “o horizonte”, como se estivesse refletindo, distante. Ele é o Reator numa relação não transacional, pois não é possível identificar o alvo do olhar. Assim, o político é objeto de olhar do leitor.

Figura 18 – Eduardo Campos na capa de *Carta Capital*



Fonte - CARTA CAPITAL (2014)

O fundo é preto, por trás da foto dele, há um tom vermelho que poder ser visto em detalhe, para ressaltar o foco da página, que é a imagem do político, como se fosse um guia de visão. A foto é um pouco antiga, e o ex-governador aparece com sobrepeso. A foto foi tratada em programas de computador para disfarçar imperfeições e manter a textura da pele.

Figura 19 – Logomarca de *Carta Capital*



Fonte - CARTA CAPITAL (2014)

A logomarca *Carta Capital* é impressa como de costume, ao centro, com a palavra Carta em vermelho. Embaixo, colado com a logo, do lado inferior esquerdo, está o selo de comemoração dos 20 anos da revista, em dourado. Logo abaixo, no canto superior direito (Novo), vem expressa a logomarca da Editora Confiança. A região de impressão mostra ao leitor que o item merece atenção. O código de barras aparece impresso do lado esquerdo, abaixo da logomarca da revista. Diferentemente da logomarca da revista e da logomarca da editora, basicamente, os códigos de barra não têm carga ideológica e são dispostos na página no local onde há espaço de forma a não atrapalhar a visualização dos demais componentes.

Figura 20 – Obituário de Eduardo Campos em *Carta Capital*



Fonte - CARTA CAPITAL (2014)

A revista tem ausência de manchete. Na parte inferior esquerda da página (Dado-Real), parte onde geralmente são apresentados dados conhecidos e reais, é grafado apenas o obituário, como pode ser observado no excerto:

(8) EDUARDO CAMPOS: 1965 – 2014

Devido aos processos mentais (Fenômenos) envolvidos na capa de *Carta Capital*, Eduardo Campos é retratado como Experienciador. Ele pensa, não conversa com o leitor, não fala, não é Dizente.

Sobre as estruturas conceituais, em relação à “essência” dos participantes, Eduardo Campos é representado segundo parâmetros classificacionais como suprerordenado (destaque), numa taxonomia aberta, ao ser explicitamente indicado.

Em relação aos processos simbólicos, Eduardo Campos é retratado de maneira subjetiva, pois aparece sozinho (Portador) na capa de *Carta Capital*, com escurecimento de detalhes. A obliquidade empregada no posicionamento dele pode determinar afastamento. Segundo Kress e Van Leeuwen (1996), a partir de um ângulo frontal ou oblíquo, os participantes são retratados como pertencendo ou não ao "nosso mundo". Como Eduardo Campos aparece numa posição oblíqua, pode-se inferir que ele esteja saudoso, despedindo-se "deste mundo."

*Carta Capital* traz Eduardo Campos de camisa branca, num plano fechado, em que é possível ver de maneira nítida os ombros e o rosto de perfil do ex-governador. Porém, o que chama a atenção é que a foto é estampada na revista de forma contrária à linha de leitura da sociedade ocidental, que percorre o caminho da

esquerda para a direita. O político é retratado de costas para a direita. Essa saliência se dá em relação ao posicionamento.

Ao escolher retratar Eduardo Campos dessa forma, *Carta Capital* mostra subjetividade na representação do participante.

A imagem de Eduardo Campos aparece no mesmo nível do olhar do leitor, o que pode demonstrar igualdade na relação de poder.

No tocante ao valor informativo, o olhar de Eduardo Campos segue o campo de Dado-Real (parte inferior esquerda), local de informações conhecidas que fazem parte da realidade. É como se ele estivesse refletindo sobre sua jornada política, algo concreto que se realizou. Mesma parte onde aparece grafado o obituário.

Na análise do texto verbal, é possível identificar as categorias de nominalização, especificação, individualização, determinação, identificação, personalização em relação a Eduardo Campos.

Os demais mortos no acidente e a vice Marina Silva são excluídos por supressão. Não aparecem nem imagens nem simplesmente citados em textos verbais.

## 5 Explicação crítica sobre a representação de Eduardo Campos nas capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*

A ideologia apresenta cinco formas básicas de operação (THOMPSON, 2000). Para o presente trabalho, a mais profícua demonstrou-se ser a da unificação, segundo a qual relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas por meio da construção, no nível simbólico, de uma forma de unidade que interliga os indivíduos numa identidade coletiva, independentemente das diferenças e divisões que possam separá-los, de acordo com Thompson (2000).

Como exemplo, podem-se citar os grupos detentores das revistas analisadas. Cada uma com seu perfil ideológico usa, na abordagem da morte de Eduardo Campos, o princípio da unificação. Há semelhanças de discursos e técnicas visuais de *design* nos objetos selecionados para análise. Em todas as capas, optou-se por usar como ilustração uma foto, em plano fechado, do ex-governador sobre um fundo preto, que remete ao luto.

Nesta seção, alguns traços ideológicos reiterados na construção dos discursos serão destacados. Neste sentido, é mister compreender que nenhuma imagem é disposta numa capa de revista ao acaso. Há categorias imagéticas e verbais que nos levam a entender a forma como os componentes são combinados. A análise imagética teve por base as categorias listadas por Kress e Van Leeuwen (1996) na Gramática do Design Visual e abordadas no Trabalho de Seabra e Magalhães (2006). A abordagem dos textos verbais levará em consideração os preceitos da representação de atores sociais, de Van Leeuwen (1996).

Como supracitado, as quatro revistas estampam nas capas o ex-governador de Pernambuco e Candidato à Presidência em 2014, Eduardo Campos, na semana de sua morte. Numa breve análise, percebe-se nas quatro publicações a exclusão dos demais atores sociais que também morreram no acidente de avião. Os assessores Pedro Valadares, Carlos Percol, Alexandre Severo Gomes da Silva e Marcelo Lyra, além dos pilotos Geraldo da Cunha e Marcos Martins, não aparecem representados nem em textos nem em imagens. São suprimidos das quatro publicações.

Sobre o enquadramento, mesmo sendo de editoras diferentes, todas as revistas representam Eduardo Campos em plano fechado (*close shot*) – apenas cabeça e ombros. Percebe-se, assim, uma tentativa de estabelecer um elo de

intimidade com o leitor. Alguns detalhes, porém, diferenciam cada enquadramento dos demais.

O processo pelo qual Eduardo Campos é representado nas quatro capas é o Reacional, em que o vetor sempre parte do olhar do político (participante). Nas quatro capas, o olhar do ex-governador, que tinha os olhos esverdeados, é o ponto de origem vetorial, sendo retratado de diferentes formas, como analisado na sequência.

Após a análise, em separado, de como as capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital* retrataram Eduardo Campos na semana de sua morte, o cruzamento dos dados se fez necessário para que os conceitos teóricos empregados sejam mais bem compreendidos. Na escolha do *corpus* da pesquisa, houve a preocupação de selecionar as quatro principais revistas semanais, de editores diferentes, em circulação no país.

Um dos pontos em comum de maior destaque nas capas, de acordo com este estudo, é a supressão dos demais atores sociais envolvidos. Além de Eduardo Campos, seis pessoas morreram no acidente aéreo. Elas não são sequer citadas. Caso o leitor não tenha conhecimento prévio do ocorrido, ele vai ser levado à compreensão de que apenas o político morreu no acidente, pois os demais personagens são excluídos.

*Veja* é a única que traz uma foto de Marina Silva, além de uma chamada de capa. A vice de Eduardo Campos é representada no campo superior direito, destinado a assuntos novos que mereçam atenção do leitor. Percebe-se assim o cunho ideológico do discurso de *Veja*, ao exaltar a figura de Marina na nova composição do cenário político que se desenhava com a morte de Campos. Na ânsia pelo "furo" jornalístico, a revista extrapola as informações oficiais disponíveis e confirma Marina como candidata da coligação Unidos pelo Brasil na disputa pela Presidência da República. A Executiva Nacional do PSB passou o dia 20 de agosto reunida em Brasília e a posição oficial do partido acerca do nome de Marina como cabeça de chapa só foi divulgada à noite. No mesmo dia, *Veja* já era vendida nas bancas com tal informação na capa.

Percebe-se ainda na capa a intenção da revista em tratar Eduardo Campos como mártir, um visionário, ao aplicar efeito de pintura (*noise*) sobre a pele do político e guiar o olhar dele na direção do horizonte. Para reforçar a ideia, *Veja* seleciona ainda, como manchete, a frase de mais impacto do ex-governador, a qual

ele repetia com veemência durante a campanha: "NÃO VAMOS DESISTIR DO BRASIL". E grafa tudo em caixa alta para destacar ainda mais o texto. Diferentemente de *Isto é*, *Veja* opta por um texto curto, de impacto, ressaltando assim o duplo objetivo das capas de meios impressos na comunicação de massa: síntese e apelo.

A revista *Isto é*, assim como *Veja*, destaca o significado acional do participante ao trazer como texto verbal, complementar ao imagético, um fragmento de fala (aspas, no jargão jornalístico) do político. Isso cria um elo interativo com o leitor, uma sensação de diálogo direto. Essa característica está presente tanto em *Veja* quanto em *Isto é*. A diferença, como supracitado, é que a *Isto é* opta por um texto mais longo do que *Veja*, o que pode diminuir o impacto da mensagem.

Outro ponto de destaque no texto verbal de *Isto é* é a escolha lexical usada na elaboração do texto da manchete – "O legado de EDUARDO CAMPOS" – e a forma como ela foi diagramada e apresentada ao leitor. Primeiramente, a palavra legado exalta o passado e as ações do político, mas será que ele deixa realmente um legado? A escolha do vocábulo demonstra a intenção ideológica e exaltar as atividades do político. A apresentação apenas do nome dele em caixa alta também deixa claro o propósito da revista de destacar o ex-governador.

Diferentemente de *Veja* e *Isto é*, que estabeleceram um diálogo com o leitor, a revista *Época* optou por textos (chamadas) indiretos, sem fragmentos de fala de Eduardo Campos. Assim como em *Isto é*, *Época* representa Marina Silva apenas em textos verbais, em imagens.

Em relação à imagem de Eduardo Campos presentes nas capas, dois itens em comum nas quatro revistas são: a origem do vetor é sempre os olhos e o fundo das publicações é sempre preto. Assim, o político aparece como Reator em todas as publicações, como já mencionado. Isso reforça o princípio da unificação de Thompson (2000). Essa estratégia, adotada pelos meios de comunicação de massa, é descrita pelo autor como forma de agir ideologicamente, conforme o exposto no presente trabalho, com a finalidade de unificar a figura do político sob formas semelhantes de representação, para construir um reforço identitário.

Na *Isto é*, a manipulação dos olhos é tão exacerbada que a cor esverdeada dá lugar ao azul-piscina, numa demonstração de exagero na aplicação das técnicas de edição. Esse item destoa nessa revista em relação às demais publicações, pois o

político aparece ainda olhando fixamente para o leitor. Em todas as revistas restantes, ele olha para outras direções.

O único periódico que representa Eduardo Campos sorrindo é *Época*. O político aparece olhando para cima, de modo que se pode inferir o propósito de retratá-lo como um sonhador. A *Época*, assim como a *Veja*, destacou sua logomarca. O nome da revista aparece sobre a testa do político, de certo modo, na direção do olhar dele, da mesma forma como a logomarca da Editora Globo, que aparece na parte superior direita (Novo-Ideal), local de destaque na linha de leitura, destinado a algo que merece atenção por parte do leitor. *Veja* também traz sua logomarca nessa região da capa.

Outro detalhe em *Época* é que essa é a única publicação que traz assuntos distintos do tema (morte de Eduardo Campos) na capa. Duas chamadas na parte superior da página (Ideal) falam sobre a conquista do Nobel de Matemática por um brasileiro e sobre futebol, por meio de uma entrevista com o técnico da Seleção Brasileira, Dunga. Observa-se, que a revista privilegiou o assunto futebol, por ser considerado o esporte de mais destaque no país – a paixão nacional – e por ser um assunto que contribui positivamente para a venda do periódico. É possível que esses aspectos tenham influenciado a disposição do assunto na capa de *Época*.

De todas as capas analisadas, a que mais se diferencia em relação aos textos verbal e imagético é a de *Carta Capital*. A publicação traz apenas o obituário como texto. Há ausência de manchete, de chamadas. É a única revista que não faz qualquer menção a Marina Silva. Há, em *Carta Capital*, a produção de um significado potencial ligado ao imaginário de forma prioritária, com a presença de Fenômeno (pensamento). O participante é tido como experienciador (produtor de processos mentais). Diferentemente do restante das revistas estudadas, *Carta Capital* optou por não alterar sua logomarca na capa da edição publicada na semana da morte de Eduardo Campos. As demais revistas trouxeram tons mais claros, mais sobriedade.

A imagem usada na capa de *Carta Capital* destoa das demais. No momento da edição e diagramação, optou-se por uma foto antiga do político, em que ele aparece com sobrepeso. Esse é um ponto negativo, pois pode causar desinteresse no leitor. Públicos mais críticos podem ligar esse fato a uma certa falta de cuidado com a edição final do periódico.

Todos os pontos supracitados, principalmente os ligados à semiótica e à multimodalidade, são fundamentais para a atividade diária do revisor de texto.

Sobre esse aspecto, Coelho Neto (2013, p. 105) destaca que a multimodalidade de linguagem permeia a atividade do revisor. Assim, a elaboração de uma peça, seja livro, jornal ou revista, exige aplicação de conhecimento de percepção visual, de atenção às zonas de visualização da página impressa, de estética, de equilíbrio, dos processos que envolvem a impressão desde a parte da concepção até a materialização plena do trabalho final. Todos esses aspectos exigem a intervenção do editor/revisor.

O autor afirma que atualmente os leitores estão condicionados à chamada dupla leitura: a textual e a gráfica (visual). O discurso gráfico tem por objetivo ordenar nossa percepção no contato com o texto. Assim, textos e imagens se retroalimentam nas páginas das publicações:

Hoje a simples visualização de uma peça qualquer denota essa dependência, causando impacto no observador e uma inconsciente leitura gráfica do material impresso. A partir daí o arranjo gráfico passa a atuar como discurso; e como discurso, possui uma linguagem específica e uma rede encadeada de significação. É preciso que os planejadores gráficos tenham consciência da importância dessa linguagem e do seu poder de manipulação. A diagramação dos modernos jornais, revistas, cartazes etc. dos nossos dias está repleta dessa linguagem, imposta pela comunicação visual. Conteúdo e forma devem caminhar juntos para que a peça arquitetônica final traduza exatamente a consciência do seu valor informacional e estético. (SILVA, 1985, p. 40, *apud* COELHO NETO, 2013, p. 104)

Com base nesse destaque, engana-se o profissional que acha que apenas uma boa gramática vai garantir a efetividade de seu trabalho. Saber lidar com a linguagem multimodal é cada vez mais preciso, principalmente no mundo virtualmente conectado em que vivemos. A imagem carrega em si uma carga semântica por vezes mais rica do que um texto de 100 linhas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, pretendeu-se mostrar as contribuições da Análise de Discurso Crítica e da Gramática do Design Visual para a atividade do revisor de textos, principalmente no que tange à multimodalidade textual. Além disso, objetivou-se evidenciar o discurso hegemônico empregado na composição das capas dos periódicos.

Ao permitir ao leitor identificar a composição das capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*, por meio de categorias de análise definidas, o presente estudo buscou evidenciar as nuances compositivas de cada periódico em relação ao tratamento dado a Eduardo Campos na semana de sua morte.

Sobre as análises propriamente ditas, em relação à ADC, as categorias analíticas moldadas para o mapeamento de significados discursivos ideológicos foram empregadas para a compreensão do posicionamento dos periódicos na busca pela hegemonia.

Assim, cada capa foi analisada separadamente de acordo com as categorias relacionadas à representação de atores sociais. Nos textos verbais, foram identificadas, entre outras, as categorias de nominalização, especificação, individualização, determinação, identificação, personalização no enfoque dado a Eduardo Campos pelas revistas. Sobre as categorias listadas pela Gramática do Design Visual, destacaram-se como pontos comuns o sistema do olhar e o enquadramento (plano fechado).

Além disso, sobre o estilo tipográfico, o presente estudo se embasou nas categorias peso, expansão, inclinação, curvatura, conectividade, orientação e regularidade. Em termos de cores, as análises levaram em conta as categorias brilho, saturação, pureza, modulação, diferenciação, e matiz.

Desse modo, mesmo considerando o princípio ideológico da unificação, foi possível identificar detalhes que diferenciam as publicações analisadas. Neste caso, em virtude do espaço, foi necessário fazer um recorte no *corpus* proposto, de modo a focalizar apenas as edições publicadas apenas na semana da morte de Eduardo Campos. Entretanto, há de se ressaltar também os resultados atingidos, os quais se mostraram satisfatórios para uma análise preliminar. Foi possível responder as perguntas de pesquisa aqui expostas e identificar a forma de representação do

político, em cada uma das capas, por meio do aparato teórico/metodológico adotado.

Por fim, o presente trabalho, mesmo com a limitação temporal imposta, prestou-se a contribuir para o mundo acadêmico, como base para estudos futuros a respeito da análise crítica do discurso, da Gramática do Design e da representação de atores sociais na rotina do revisor de texto.

## REFERÊNCIAS

- ACOSTA, Maria del P. Tobar. *Protagonismo face à inevitabilidade da violência: vozes da rua em Ocas e em O Trecheiro* (Dissertação de Mestrado em Linguística). Brasília: UnB, 2012.
- AGUIAR, Rafe, 28 de Out.2014. Disponível em: <<http://coisasdejornalista.com.br/dicionario-jornalístico-entenda-todos-os-jargoes/>>. Acesso em: 10 abr.2015.
- BONINI, Adair, MEURER, José Luiz, MOTTA-HOTH, Désirée. *Gêneros: Teorias métodos debates*. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.
- CARTA CAPITAL. São Paulo: Confiança, nº 813, agos, 2014.
- COELHO NETO, Aristides. *Além da Revisão - Critério Para Revisão Textual*. 2 ed - Brasília: Editora Senac, 2008.
- ÉPOCA. São Paulo: Globo, nº 846, agos, 2014.
- FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001[1992].
- FERRAZ, Janaina, MAROUN, Cristiane, ROCHA, Harrisson da, VIEIRA, Josenia. *Reflexões sobre a língua portuguesa - uma abordagem multimodal*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- HOUAISS, Antônio; VILAR, Mauro de Salles (coautor); FRANCO, Francisco Manoel de Melo (coautor). *Míni Houaiss: Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008. 531 p., 17 cm.
- ISTO É. São Paulo: Três, nº 2.334, agos, 2014.
- KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. Londres: Routledge, 1996.
- RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. 5. ed. Rio de Janeiro: Campos. Disponível em <<http://minhateca.com.br/ragnar/Crescimento+Pessoal/dicionario+de+comunicacao+-carlos+alberto+rabaca,93037623.pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2015.
- RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. *Análise de discurso crítica*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2014.
- SEABRA, Viviane Pinheiro; MAGALHÃES Célia. *A representação de atores sociais em capas da revista "Raça Brasil"*. UFMG, 2006.
- SCHWARZ, Karin. In: Ciadalogo. Disponível em: <[http://www.ciadalogo.com.br/n\\_logmartip.shtml](http://www.ciadalogo.com.br/n_logmartip.shtml)>. Acesso em: 9 abr. 2015.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

VAN LEEUWEN, T. *A representação dos actores sociais*. In: PEDRO, E. R. (Org.). *Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho, 1997. p. 169-222.

VEJA. São Paulo: Abril, edição 2.387, agos, 2014.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 6.ed. Lisboa: Presença, 2001.

## APÊNDICE

### **Análises de cientistas políticos sobre a representação de Eduardo Campos nas capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital***

**1 - Análise da professora Raquel Marinucci acerca da representação de Eduardo Campos nas capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*. Raquel Marinucci é mestre em Ciência Política e doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. Ela é professora do UniCEUB desde 2001 e leciona disciplinas da área política dos cursos de Direito e de Relações Internacionais.**

Como os semanários interferem na agenda pública, é óbvio que depois de uma tragédia dessa que gerou tanta comoção, o fundo das revistas seria preto. O olhar de Eduardo Campos é uma marca registrada. Os olhos chamam muito a atenção.

Mas eu acho que as capas têm duas coisas diferentes: na capa da *Isto é* e da *Época* você tem uma expressão mais positiva. Na *Época*, ele olha pra cima com sorriso nos lábios. Na *Isto é*, ele está olhando para o leitor. Apesar de sério, tem uma expressão suave. Na *Carta Capital*, ele está de perfil, numa posição que não transmite nenhum juízo de valor. É uma capa mais neutra.

A *Veja* tem uma capa que destoa das outras: traz uma expressão bem séria e destaca a frase que virou símbolo da campanha de Campos. Ele destacou essa frase até na entrevista que participou na noite anterior no Jornal nacional. A *Veja* traz a Marina na capa, mostrando que ela era a candidata, embora isso ainda não estivesse definido oficialmente. Ela aparece no canto superior direito. Nenhuma outra trouxe a imagem dela. A *Veja* já mostra que haveria uma reviravolta na campanha. Uma capa mais tenebrosa.

Do ponto de vista da Ciência política, a gente tem uma área que não é muito destacada que são os estudos de mídia e política e esses estudos eles trabalham muito a questão da imagem. Os semanários, as revistas costumam marcar muito não só o que entra na agenda, mas também marcam o enquadramento. Erving Goffman trabalha com essa ideia de enquadramento.

Nelson Traquina compara os textos escritos com os TV e de rádio, em nível ideológico. A situação ideológica dos veículos no Brasil ainda não é muito clara.

A situação gera comoção e fica até natural a martirização. Fica difícil imaginar uma capa que não trouxesse o rosto dele como destaque. Todo o contexto da história de Campos leva a isso.

**2 - Análise do professor Leonardo Barreto acerca da representação de Eduardo Campos nas capas de *Veja*, *Isto é*, *Época* e *Carta Capital*. Leonardo Barreto é doutor em Ciência Política pela Universidade de Brasília e é diretor de Ciência Política do Centro Universitário do Distrito Federal (UDF).**

Como você ressaltou, as capas são bem parecidas. A princípio, eu entendo que elas tentaram privilegiar o valor notícia. Apesar de haver uma aparente diferença ideológica entre as revistas, eu não saberia dizer se elas influenciaram as escolhas feitas por cada editoria. Além da retratação da morte, há uma preocupação com o dia seguinte, com especulações sobre a força e as possibilidades de Marina Silva.

Eu vi muito cuidado ao retratar a tragédia, inclusive com uma neutralidade proposital. Mesmo no caso da *Veja*, que reproduz uma "frase de ordem", indicando a necessidade de que sua jornada precisava continuar (eventualmente, uma jornada anti-PT) não pode ser acusada de incitação a um ou outro comportamento porque esta é a frase com a qual Eduardo encerrou sua entrevista no JN e que estava em evidência.

Se houve algum objetivo estratégico em apresentar as capas dessa forma, talvez tenha sido o de cautela, principalmente entre as editorias mais oposicionistas. O problema é que uma cobertura dramática além da conta poderia potencializar a candidatura de Marina que, naquele momento, era uma incógnita. Por isso, imagino que a sobriedade tenha sido o caminho mais indicado.

Não consigo ver uma relação ideológica/capa e a martirização, como eu disse, talvez tenha sido contida com o objetivo de não empoderar demais Marina.