

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

MONIQUE ALVES VITORINO

**REPRESENTAÇÕES MULTIMODAIS:
A RELIGIÃO PELA CAPA DE REVISTA**

Recife
2011

MONIQUE ALVES VITORINO

**REPRESENTAÇÕES MULTIMODAIS:
A RELIGIÃO PELA CAPA DE REVISTA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Linguística.

Orientadora: Prof.^a Dra. Angela Paiva Dionisio
Co-Orientador: Prof. Dr. Benedito Gomes Bezerra

Recife
2011

Catálogo na fonte
Bibliotecária Gláucia Cândida da Silva, CRB4-1662

V845r Vitorino, Monique Alves.
 Representações multimodais: a religião pela capa de revista / Monique
 Alves Vitorino. – Recife: O autor, 2011.
 126p. : Il. ; 30 cm.

 Orientador: Ângela Paiva Dionísio.
 Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC.
 Letras, 2011.
 Inclui bibliografia e anexos.

 1. Linguística. 2. Análise do discurso. 3. Religião e imprensa. I.
 Dionísio, Ângela Paiva (Orientador). II. Título.

410 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC2011-76)

MONIQUE ALVES VITORINO

REPRESENTAÇÕES MULTIMODAIS: A Religião pela Capa de Revista

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco como requisito para a obtenção do Grau de Mestre em Linguística, em 10/08/2011.

DISSERTAÇÃO APROVADA PELA BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dra. Angela Paiva Dionisio
Orientadora – LETRAS – UFPE

Prof.^a Dra. Maria Medianeira de Souza
LETRAS - UFPE

Prof.^a Dra. Márcia Elizabeth Bortone
LETRAS - UNB

Recife - PE
2011

Todo empenho investido neste trabalho dedico à memória de minha avó Mônica Ricardo Alves, quem primeiro me apresentou Recife, mas o Recife de sua lembrança, cujo rio refletia em suas águas as luzes das propagandas coloridas dos prédios à margem.

E aos meus amados pais, Ubaldo Vitorino e Maria José Alves, meus exemplos.

AGRADECIMENTOS

Muito obrigada ao CNPq, pelo financiamento.

Obrigada a minha orientadora, Angela Dionisio, pela acolhida generosa, pela confiança depositada, por ter me ajudado a lapidar meu estilo, me mostrando que sempre é possível melhorar.

Ao professor Benedito Bezerra, muito obrigada pelas gentis e indispensáveis leituras do meu trabalho, as quais possibilitaram um amadurecimento inquestionável na minha forma de pensar.

À professora Medianeira Souza, pelas pertinentes considerações feitas no momento da pré-banca, mais uma mão a guiar esta escrita.

Muitíssimo obrigada a minha turma, amigos feitos agora, mas que parecem antigos. Em especial, agradeço a presença de Jurandir Júnior, pelos momentos que lembrou de mim; de Cleidson Jacinto, pela empatia instantânea; de Rafaela Queiroz, pela amizade sincera e desinteressada; de Nadiana Lima, por compartilhar os ônus e os bônus; de Xênia da Silva, pela amizade maternal; de Adriana Lima, pela identificação; e de Juliana Andrade, pelo companheirismo.

Obrigada também, por fazerem parte dessa caminhada recifense, Rinalda Fernanda, Ludmila Porto, Andréa Danuta, Andréa Moraes, Jackeline e Loyola Gomes, Diva Albuquerque, Jozaiás Santos, Nancy Ramirez, Michelle Garcia e Rogério Almeida. Obrigada pelo apoio despretensioso, cada um a sua maneira.

À amiga-irmã, Saionara Leandro, obrigada pela amizade sólida e infalível e pela cumplicidade imediata.

Obrigada ainda, também pela torcida, aos amigos de longa data, principalmente, Priscila Gomes, Patrícia Rosas, Felipy Marinho, Ivandilson Costa e Emília Ferreira Gomes.

Muito obrigada pela constante e amorosa presença da minha família, a quem sempre vou agradecer e dedicar tudo que fiz e farei: meus pais Ubaldo e Maria José, meus irmãos Montiê, Magdala e Mônica, meu cunhado Anderson Danillo, meus tios Germana, Hamilton e Mirta Lucely e minhas avós Mônica (*in memoriam*) e Joselita.

A Deus, obrigada por estar a meu redor também durante a condução deste trabalho.

De fato, se tudo o que constitui o mundo humano é artificial e convencional, então este mundo pode ser abolido e refeito de outra forma.

Rubem Alves

RESUMO

Neste trabalho analisamos como o gênero textual capa de revista atua na representação e divulgação de discursos, a partir da religião por ele tratado, respondendo à seguinte questão: como capas de revistas laicas de interesses diversos, quer sejam elas de divulgação científica ou de informação, representam a religião? Para tanto, fundamentamos na área dos estudos de gêneros textuais segundo a perspectiva social da teoria sociorretórica de Miller (2009) e Bazerman (2006) e na perspectiva da análise multimodal do gênero, baseada, sobretudo, na gramática do *design* visual de Kress e van Leeuwen (2006). Para a análise, selecionamos, em acervo digital, a partir da primeira edição, capas cujo tema central seja assunto ligado à religião, até a primeira ocorrência deste tema em capas de revistas publicadas em 2010, constituindo um *corpus* de 81 capas, sendo 55 da revista semanal de informação *Veja* e 26 da revista de divulgação científica *Superinteressante*. A princípio, enfocamos o gênero textual capa de revista em suas características formais, momento em que elaboramos um esquema geral da sua constituição visual convencional; e em seu conteúdo semântico, a partir do qual configuramos os interesses e modos de tratamento dos assuntos por cada revista. A partir daí, categorizamos duas principais religiões representadas, a saber: Cristianismo e Espiritismo. Ao examinarmos as capas organizadas cronologicamente por religião categorizada, classificamos quatro principais recursos semióticos que, pela sua recorrência, configuram a identidade visual da representação de cada religião. Enfim, entendemos que as representações são convencionadas pelos usos recorrentes de recursos semióticos, mostrados pelas capas como inerentes às religiões, os quais constroem as identidades visuais e tudo o que a elas está ligado, como ideologias e relações de poder.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero Textual, Análise Multimodal, Recurso Semiótico, Capa de Revista.

ABSTRACT

In this work we examined how the genre magazine cover acts in the representation and dissemination of discourses from the religion which he had treated, answering the following question: as magazine covers of secular interests, be they scientific or of information, represent the religion? For this, fundamentals in the field of genre studies from the perspective of social theory of Miller (2009) and Bazerman (2006) and in view of multimodal analysis of the genre, based mainly on the grammar of visual design of Kress and van Leeuwen (2006). For the analysis, we collected in digital collections a *corpus* composed by 81 magazine covers, of which 55 from weekly news magazine *Veja* and 26 from scientific magazine *Superinteressante*, of which we selected from the first edition published which central theme was subject related to religion, up to its first occurrence in 2010. Initially, we focused the textual genre in its formal characteristics, getting to a general scheme of its constitution conventional visual; and in its semantic content, from which we configured the interesting and modes of treatment of subjects by each magazine. Thereafter, we categorized two major religious events represented, such as: Christianity, and Spiritualism. To examine the covers organized chronologically by religious manifestation categorized, we sorted four main semiotic resources that, by its recurrence, configure the visual identity of each religion. Ultimately, we reaffirm that the representations are agreed by recurrent uses of semiotic resources, showed as inherent in religions, which construct the visual identities and everything that is connected to tem, as ideologies and relations of power.

KEY WORDS: Genre, Multimodal Analysis, Semiotic Resources, Magazine Covers.

LISTA DE FIGURAS

		Pág.
Figura 1	Capas de <i>O Cruzeiro</i> , primeira revista de circulação nacional	43
Figura 2	1ª edição e a dos 15 anos de <i>Superinteressante</i>	45
Figura 3	Confronto da 1ª capa de <i>Veja</i> com a edição 15 anos mais velha de nosso <i>corpus</i>	46
Figura 4	<i>Superinteressante</i> , mar. 2005	49
Figura 5	<i>Veja</i> , 06 de abr. de 2005	51
Figura 6	Capa de <i>Superinteressante</i> , nº 88, janeiro de 1995	55
Figura 7	Capa da edição nº 02 de <i>Veja</i> , 18/09/1968	59
Figura 8	As duas primeiras edições religiosas de <i>Veja</i> e de <i>Superinteressante</i>	60
Figura 9	Contato: a <i>demanda</i> predomina sobre a <i>oferta</i> no Espiritismo (Exemplos)	65
Figura 10	O <i>enquadramento</i> em proximidade caracteriza a representação religiosa	67
Figura 11	O <i>ângulo frontal</i> divide espaço com o <i>oblíquo</i>	68
Figura 12	João Paulo II e seu gesto de bênção	71
Figura 13	<i>Veja</i> , 02 de jul. de 1980	72
Figura 14	<i>Veja</i> , 09 de jul. de 1980	73
Figura 15	<i>Veja</i> , 22 de jun. de 1983	74
Figura 16	<i>Veja</i> , 16 de mai. de 2008	74
Figura 17	<i>Superinteressante</i> , abr de 1996	77
Figura 18	Detalhes de obras de arte para a representação de Jesus	78
Figura 19	<i>Veja</i> , 23 de dez. de 1992	79
Figura 20	“O Cristo na coluna” (1490), obra de Donato Bramante, disponível em http://www.lib-art.com/artgallery/4851-christ-at-the-column-donato-bramante.html	79
Figura 21	<i>Veja</i> , 12 de abr. de 1995	80
Figura 22	“Lamentação sobre o Cristo morto” (1490), obra de Andrea Mantegna, disponível em: http://www.artrenewal.org/pages/artwork.php?artworkid=15471	80
Figura 23	<i>Superinteressante</i> , dez. de 2004	82
Figura 24	“Cristo de São João da Cruz” (1951), obra de Salvador Dalí., disponível em: http://www.flickr.com/photos/8533150@N04/1298862680/	82
Figura 25	A imagem da Bíblia como recurso em capas sobre o Protestantismo	84
Figura 26	<i>Veja</i> , 16 de mai. de 1990	85
Figura 27	<i>Superinteressante</i> , fev. de 2004	85
Figura 28	<i>Veja</i> , 07 de out. de 1981	87
Figura 29	<i>Veja</i> , 12 de jan. de 2006	88
Figura 30	<i>Veja</i> , 25 de out. de 1995	90
Figura 31	<i>Veja</i> , 15 de jul. de 1998	90
Figura 32	<i>Veja</i> , 02 de jul. de 1997	93
Figura 33	A luz é recurso recorrente na representação do Espiritismo	95
Figura 34	<i>Veja</i> , 11 de mai. de 2005	96
Figura 35	<i>Superinteressante</i> , mai. de 2008	96
Figura 36	<i>Superinteressante</i> , mar. 2007	98

LISTAS

Tabelas

		Pág.
Tabela 1	Relação dos recursos semióticos mobilizados para a representação da religião nas capas das revistas	ANEXO
Tabela 2	Publicações de <i>Superinteressante</i> sobre religião ao longo dos anos	53
Tabela 3	Publicações de <i>Veja</i> sobre religião ao longo dos anos	57
Tabela 4	Total de capas para cada manifestação religiosa categorizada	61

Esquemas

		Pág.
Esquema 1	Recurso do “ponto de vista”, esquema reproduzido de Jewitt e Oyama (2001)	36
Esquema 2	As dimensões do espaço visual	39
Esquema 3	Constituição visual formal típica da capa de revista	47

Gráficos

		Pág.
Gráfico 1	Recursos Interpessoais: Contato	64
Gráfico 2	Recursos Interpessoais: Enquadramento	66
Gráfico 3	Recursos Interpessoais: Ângulo	67
Gráfico 4	Recursos Composicionais: Valor Informativo da Imagem	69
Gráfico 5	Recursos Composicionais: Valor Informativo das Chamadas	69

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 Teoria de gêneros textuais na abordagem sociorretórica	16
1. A dinâmica do gênero	17
2. A teoria sociorretórica dos gêneros textuais	19
2.1 Concepções sociorretóricas	20
2.1.1 O processo de tipificação	22
2.1.2 Fatos sociais, atos de fala, sistemas de gêneros e de atividades	24
CAPÍTULO 2 A análise multimodal	27
1. Multimodalidade, para que te quero?	28
2. Os recursos semióticos	30
3. A respeito da gramática do <i>design</i> visual	32
3.1 Recursos interpessoais	34
3.2 Recursos composicionais	37
CAPÍTULO 3 Capas de revista: caracterização do gênero	41
1. Breve percurso histórico das revistas	41
2. Características formais da capa de revista	44
3. Conteúdo semântico da capa	47
3.1 A religião nas capas de <i>Superinteressante</i>	52
3.2 A religião nas capas de <i>Veja</i>	56
CAPÍTULO 4 Recursos semióticos combinados para a representação da religião pela capa de revista	62
1. Recursos interpessoais e composicionais mobilizados pela capa sobre religião	63
2. Os recursos semióticos que promovem a identidade visual da religião	70
2.1 João Paulo II e seu inexorável gesto de bênção	70
2.2 Jesus em detalhes de obras de arte	76
2.3 A presença da Bíblia e os Evangélicos	83
2.4 Há uma luz: Espiritismo	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
ANEXO	110

INTRODUÇÃO

O ser humano, dotado de um raciocínio religioso premente, recorre ao transcendental para lidar com as contingências da vida, estabelecendo um elo com o “poder divino superior” em busca de respostas para perguntas sobre o significado da vida, do futuro, da morte. Ao institucionalizar as expressões das soluções de tais questões, nascem as religiões, manifestações de atos espirituais e criações culturais humanas. Um dos pilares das sociedades primitivas e modernas, a religião teve papel determinante na história da humanidade e ainda exerce importante influência na organização atual da sociedade, estando ultimamente no centro do cenário político de muitos países e sendo, muitas vezes, fonte de tensão entre povos.

De acordo com Camboim et al. (2009, p. 2), religião é definida como “uma tradição cumulativa composta de muitas crenças e práticas que expressam e formam a fé de indivíduos no passado e no presente”, a qual inclui arte, arquitetura, símbolos, rituais, escrituras, templos, livros, amuletos, gestos e outros artefatos culturais. Para Durkheim (1912 apud GOMES 2004, p. 39), uma religião é um sistema ligado a crenças e práticas relativas ao sagrado, o qual une “numa mesma comunidade moral chamada Igreja, todos os que lhes aderem”. Assim, pela centralidade exercida por este tema na vida das pessoas, a religião e suas formas de expressão acabam por figurar com certa frequência no foco dos debates de revistas de circulação nacional, ou seja, vira “assunto de capa”.

Atualmente, devido à grande oferta de meios de divulgação e à consequente facilidade de acesso a estes, a informação é produzida em escala industrial, sendo encarada como objeto de consumo. Isso leva a uma presença maciça dos meios de comunicação social em nossas vidas, os quais, por sua vez, compõem e selecionam fatos e temas que merecem ou não destaque. Inseridas nesse contexto, capas de revistas são meios de divulgação e venda de informações influentes, os quais divulgam valores sociais, políticos e econômicos, elegendo o que de fato será assunto principal, ou seja, ditam o tema que estará na ordem do dia entre as pessoas, atribuindo-lhe relevância. Entendemos, nesse sentido, a capa como possuidora de destaque e importância para a revista, considerando que ela é a sua apresentação e que, por meio dela, a revista se oferece ao seu leitor-consumidor, ávido por novidades.

Considerando esses aspectos, e entendendo a linguagem como forma de prática social (FAIRCLOUGH, 2001) que constitui o mundo e é constituída por ele, e língua como

forma de ação sobre os outros (AUSTIN 1990), temos o objetivo principal de analisar a maneira pela qual capas de revistas¹ representam temas ligados à religião, isto é, buscamos fazer uma análise de como o gênero textual capa de revista atua na (re)construção e divulgação de discursos, a partir da religião por ele tratada, respondendo à seguinte questão: como capas de revistas laicas de interesses diversos, quer sejam elas de divulgação científica ou de informação, representam a religião?

Procuramos respondê-la a partir dos seguintes objetivos específicos:

- Descrever a capa de revista em seus traços formais e conteúdo semântico, sob a perspectiva da teoria sociorretórica dos gêneros textuais, na abordagem defendida principalmente por Miller ([1984] 2009) e Bazerman (2006);
- Identificar quais são as manifestações religiosas representadas pelas capas que compõem o *corpus* selecionado;
- Interpretar como se dá tal representação, a partir dos significados interpessoais e composicionais, propostos por Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), e das categorias de análise da teoria da multimodalidade, observando os recursos semióticos recorrentes na representação de práticas sociais e discursivas regidas pelas combinações multimodais na construção/representação da religião em capas de revistas.

Tendo em vista estes propósitos, analisamos um *corpus* composto por 81 capas, sendo 55 da revista de informação *Veja* e 26² da revista de divulgação científica *Superinteressante*, ambas da Editora Abril. Selecionamos, assim, a partir da primeira edição publicada por cada uma destas duas revistas, capas cujo tema central seja assunto ligado à religião, até a primeira ocorrência deste tema nas capas das duas revistas em 2010. A escolha de tais títulos se justifica por estas revistas possuírem ampla circulação nacional, destacando-se entre as demais representantes de suas categorias. Além disso, ambas as revistas possuem acervo digital, ao qual recorreremos para a coleta do *corpus*.

Levando-se em consideração a observação de O'Halloran (2011, p. 25), segundo a qual o principal desafio para a análise multimodal é “organizar os detalhes e complexidade envolvidos em anotar, analisar, buscar e recuperar padrões semânticos multimodais dentro

¹ Vale destacar que estamos tratando apenas de revistas e capas de revistas laicas, isto é, não confessionais, e que circulem para o grande público, não levando em consideração, portanto, revistas especializadas, técnicas, profissionais e/ou de circulação restrita – conforme classifica Neveu (2004).

² Os números totais são desproporcionais devido tanto à periodicidade das revistas quanto aos anos de sua fundação – *Veja* é semanal e circula desde 1968, enquanto *Super* é mensal e foi publicada pela primeira vez em 1987.

e além do fenômeno multimodal”, categorizamos as capas segundo a religião identificada – encontrando capas sobre Cristianismo, Espiritismo, Islamismo, Budismo, Candomblé e Santo Daime³ – e elaboramos a Tabela 1 (em anexo), a qual expõe as variáveis da análise multimodal, expostas no aparato teórico do Capítulo 2 desta dissertação, *A análise multimodal*.

A pretensão de tal Tabela 1 foi de “construir um inventário de recursos semióticos (isto é, as ações, materiais e artefatos com os quais as pessoas comunicam) que os modos fazem disponíveis para as pessoas em lugares e tempos particulares” (JEWITT, 2004, p. 16) utilizados na elaboração da capa de revista sobre religião. Produziu-se, portanto, um ‘mapa’ que serviu para guiar a análise descritivo-qualitativa, possibilitando o levantamento dos recursos semióticos (visuais e verbais) de cada uma das capas do *corpus*, a fim de se entender os usos feitos ao longo do tempo para a representação das religiões categorizadas. A título de ilustração, apresentamos, na página seguinte, um exemplo de como procedemos na sistematização destes dados de pesquisa.

³ 14 das capas selecionadas não puderam ser consideradas como tratando sobre religião, mas sim sobre religiosidade, ou seja, tratam de assuntos como fé, Deus, Bíblia, etc. Assim, por não possuírem um vínculo institucional explícito, foram desconsideradas para a análise.

Exemplo 1: trecho da Tabela de Análise elaborada para a observação dos recursos semióticos (Cf. Anexo)

Religião Associada	CRISTIANISMO			
Assunto	Jesus			
Capa				
	23/dez/1992	12/abr/1995	Abril de 1996	15/dez/1999
Recurso Semiótico				
Verbal				
Chamada	Jesus Quem era Ele As novas descobertas sobre a sua vida e a sua época	Quem Matou Jesus? O que dizem os últimos estudos	É Semana Santa Mas Para os pesquisadores é um quebra-cabeça: Quem Foi Jesus Cristo?	Jesus ano 2000 Os desafios do cristianismo no novo milênio
Valor Informativo	novo	novo	dado	Real
Visual				
Imagem (tipo)	Detalhe da pintura “O Cristo na Coluna”, de Donato Bramante / efeito de solarização	Detalhe da pintura “The Lamentation over the Dead Christ” (1466), de Andrea Mantegna	Montagem: quebra-cabeça	Desenho/ilustração
Participante Representado	Jesus	Jesus	Jesus	Jesus
Valor Informativo	centro	dado	centro	centro
Cor Predominante	Tons de laranja	-	-	-
Contato	oferta	oferta	demanda	demanda
Enquadramento	Close-up	Medium shot	Close-up	Medium long shot
Ângulo	frontal	alto	frontal	frontal
Gesto/Expressão Facial	Cabeça levemente inclinada para a esquerda. Olhar distante. Boca entreaberta.	Deitado sem vida.	Quebra-cabeça semi-montado, formando rosto de Jesus. Expressão séria.	Rodeado por seguidores, abre os dois braços.
Roupa/Acessório/ Objeto	-	Travesseiro. Pano cobrindo a partir do quadril.	-	Túnica branca.

A partir da observação do complexo de capas e religiões representadas por estas capas, optamos por realizar um recorte analítico, delimitando nossa abordagem sobre as duas religiões que mais figuraram no foco dos debates das capas, ou seja, o Cristianismo e o Espiritismo. Este recorte reflete genericamente o quadro religioso brasileiro e suas sucessivas mudanças, de acordo com o censo do IBGE-2000⁴.

⁴ Os dados do IBGE-2000 estão disponíveis em:

Neste trabalho, entendemos o conceito de multimodalidade como um traço constitutivo de qualquer gênero textual, numa relação de mútua dependência entre imagem e palavra (DIONISIO, 2005). Apoiamo-nos, ainda, nos pressupostos de Fairclough (2001), segundo os quais o discurso constitui o mundo em significado, sendo uma prática que contribui para a construção de três aspectos: (i) identidades sociais e posições de sujeito, (ii) relações sociais e (iii) sistemas de conhecimentos e crenças.

Levamos em consideração também o fato de que os gêneros textuais têm impacto no modo como as pessoas usam a língua e organizam atividades sociais, por isso seu estudo pode contribuir para uma melhor compreensão de como as pessoas operam na sociedade e na cultura (DEVITT, 2004). Além disso, acreditamos que traços visuais e linguísticos recorrentes regem significados de representações de práticas discursivas e sociais.

Isto posto, organizamos esta dissertação em quatro capítulos. Nos dois primeiros apresentamos os fundamentos teóricos que são o ponto de partida para nossa observação, quais sejam, a área dos estudos de gêneros textuais segundo a perspectiva social ancorada, principalmente, pelos pressupostos da teoria sociorretórica de Miller ([1984] 2009) e Bazerman (2006) – Capítulo 1, *Teoria de gêneros textuais na abordagem sociorretórica* –, e a perspectiva da análise multimodal do gênero, baseada, sobretudo, na gramática do *design* visual de Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) – Capítulo 2, *A análise multimodal*.

Nos dois últimos capítulos seguimos com a análise proposta. No Capítulo 3, *Capas de revista: caracterização do gênero*, fazemos uma contextualização histórica da revista enquanto meio de consumo de informações o qual responde aos apelos mercadológicos, para incluirmos, nesta história, as revistas alvo do estudo, e seguimos com a descrição do aspecto formal e conteúdo semântico do gênero textual capa de revista. Com foco no surgimento de assuntos sobre religião e religiosidade nas capas de cada uma das duas revistas exploradas aqui, procedemos também com a categorização das manifestações religiosas constatadas. Por fim, no Capítulo 4, denominado *Recursos semióticos combinados para a representação da religião pela capa de revista*, expomos a análise feita dos recursos visuais mobilizados para a representação religiosa predominante nas capas, ou seja, assuntos ligados ao Cristianismo e ao Espiritismo.

Neste contexto, essa pesquisa visa a contribuir para a área de estudos em multimodalidade e em gêneros textuais, enfatizando que tal estudo, especificamente sobre capas de revistas, sob a perspectiva multimodal, é importante, pois entendemos que “os

gêneros textuais não podem ser estudados isoladamente dos elementos não verbais que os constituem” (BALOCCO, 2005, p. 65) e que “imagem e palavra mantêm uma relação cada vez mais próxima, cada vez mais integrada” (DIONISIO, 2005, p. 159). Além disso, a progressiva alteração do quadro religioso brasileiro (PATRIOTA, 2009) faz da sua representação um campo de pesquisa interessante e atual para a reflexão sobre a sociedade contemporânea.

CAPÍTULO 1

TEORIA DE GÊNEROS TEXTUAIS NA ABORDAGEM SOCIORRETÓRICA

O estudo dos gêneros textuais tem atraído cada vez mais a atenção dos que se dedicam a entender o papel da linguagem na sociedade. O interesse pelos gêneros e sua análise vive uma visível expansão nas mais variadas correntes teóricas, seguindo num crescente de influências e linhas de pensamento. A ampla abordagem do gênero textual passa pela tradição poética com Platão, remonta à retórica de Aristóteles e ganha hoje uma perspectiva discursiva na Linguística. Assim, as diferentes noções que cercam o gênero textual apontam para posicionamentos teóricos diversos (CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2006), e a ênfase no seu tratamento pode recair ora em aspectos sociais, ora nas regularidades composicionais, ou na forma, ou ainda na sua natureza comunicacional.

Muito mais do que forma linguística, atualmente o gênero é visto no âmbito da ação em sociedade, isto é, na estruturação do social, servindo à comunicação e se organizando em função das múltiplas atividades humanas. Não por acaso, as visões que têm interesse na natureza social do discurso apontam que seu surgimento, bem como sua renovação e/ou desaparecimento, estão associados diretamente a mudanças sociais, ou seja, às relações profissionais, às mudanças institucionais, aos avanços tecnológicos etc.

Inserida nesse contexto, a perspectiva de Miller ([1984] 2009) e Bazerman (2006) toma o gênero como ação social, definindo-o por seus propósitos vários e pelas várias esferas de circulação em que se encontram, de modo que todo enunciado, oral ou escrito, só é possível de ser realizado através de um gênero textual. Este é situado sócio-historicamente, ou seja, está diretamente ligado às situações sociais que o demandam e determinam suas características temáticas, composicionais e estilísticas. É concordando com essa ótica que Marcuschi (2002; 2008a) caracteriza os gêneros muito mais por suas funções comunicativas, cognitivas e institucionais do que por seus traços linguísticos e estruturais.

O estudo dos gêneros textuais engloba análise do texto e do discurso, descrição da língua e dos recursos semióticos combinados, visão da sociedade e questões socioculturais. Neste capítulo, discutiremos sobre a teoria dos gêneros textuais, iniciando a nossa abordagem por alguns pressupostos destacados do pensamento de Bakhtin ([1979] 2003), os quais servirão para contextualizar a discussão sobre o campo de estudos. Assim,

seguimos no sentido de justificar a nossa escolha por uma linha específica de tratamento do gênero textual, qual seja, a linha sociorretórica representada, principalmente, por Carolyn Miller ([1984] 2009) e Charles Bazerman (2006).

1. A dinâmica do gênero

As abordagens contemporâneas sobre gêneros textuais têm frequentemente se ancorado no trabalho do teórico russo Mikhail Bakhtin. Conforme Marcuschi (2008a, p. 152), “Bakhtin representa uma espécie de bom-senso teórico em relação à concepção de linguagem”, esta compreendida numa perspectiva sociohistórica e dialógica, subjazendo a todas as esferas da atividade humana. Para Marcuschi (2008a), Bakhtin não preconiza um modelo de análise, mas sim, sua teoria se constitui em um trabalho seminal, com contribuições incontáveis para as atuais pesquisas, não só em gêneros, mas sobre a linguagem em geral.

Bakhtin ([1979] 2003, p. 297) considera que o enunciado de um falante precede e sucede o de um outro na prática da interação verbal, isto é, “os enunciados não são indiferentes entre si nem se bastam cada um a si mesmos; uns conhecem os outros e se refletem mutuamente uns nos outros”. Aqui, o autor enfatiza o caráter dialógico da linguagem, o qual é garantido pelo gênero na medida em que este se constitui em “cadeias dialógicas” que respondem ou antecipam outros enunciados. Importante noção para o estudo dos gêneros, esse caráter dialógico integra um componente social à sua definição, pois o gênero é visto como não isolado da atividade social, mas sim como uma resposta aos enunciados precedentes em uma dada esfera comunicativa. Ressalta-se, portanto, a natureza histórica, sociointeracional, ideológica e linguística *relativamente estável* do gênero.

Tal visão traz novos horizontes para a pesquisa de meados dos anos 1980 no Brasil (RODRIGUES, 2005), com uma perspectiva de língua não isolada dos componentes históricos, sociais e contextuais, configurando-se como uma abordagem de natureza discursiva, segundo a qual o gênero é composto por três aspectos: a forma, a função e o estilo. Ou seja, sem privilegiar quaisquer destes aspectos, “Bakhtin não pensa o gênero em si mesmo nem em suas propriedades formais, mas em suas funções sócio-verbais e ideológicas” (MARCUSCHI, 2008b, p. 19).

Essa natureza relativamente estável dos gêneros é o que os faz múltiplos. E é tal ideia que influencia e permite os atuais estudos captarem a dinamicidade do gênero:

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo. (BAKHTIN, [1979] 2003, p. 263, grifo nosso)

Marcuschi (2008b) ressalta, pois, esse sentido de “riqueza e diversidade” da teoria bakhtiniana. O autor faz-nos ver que, do conceito de gênero “relativamente estável”, amplamente disseminado, foi frisado o aspecto *estável* da definição pelos que privilegiavam a forma. Entretanto, para Marcuschi (2008b), a noção de *relatividade* transmite melhor os aspectos históricos e fluidos dos gêneros do que a de *estabilidade*.

Essa perspectiva foi ressaltada por Miller ([1984] 2009, p. 41) ao afirmar que os “gêneros mudam, evoluem e se deterioram”. Assim, ao recorrermos ao gênero, de acordo com a posição que ocupamos socialmente, podemos tanto contribuir para preservar as suas características, quanto para alterá-las. Portanto,

É interessante notar que, embora os gêneros sejam tipicamente associados a contextos retóricos recorrentes e sejam identificados com base em propósitos comunicativos compartilhados, com restrições a contribuições permitidas no uso de formas discursivas e léxico-gramaticais, eles são construtos dinâmicos (BHATIA, 2009, p. 167).

Ou seja, mesmo os gêneros sendo o resultado de práticas discursivas típicas e, conseqüentemente, convencionadas e institucionalizadas nas comunidades discursivas, nossas tentativas de classificação não podem ser tidas como definitivas ou insuperáveis, mas como um recorte do gênero num momento determinado do tempo. Pois “os gêneros estão sempre se atualizando, em um movimento contínuo entre o dado e o criado: ‘o gênero é e não é ao mesmo tempo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo’” (MOZDZENSKI, 2008, p. 34-5).

Nesse sentido, formamos estoques de conhecimentos que podem ser relacionados a novas experiências, acompanhando as inovações em geral. No entanto, tais inovações do gênero não surgem do nada; elas são infiltradas no que já é familiar para os membros da comunidade, pois “o novo é tornado familiar através do reconhecimento de similaridades relevantes” (MILLER, 2009, p. 30).

Como já foi dito, a ótica bakhtiniana tem influência basilar sobre os rumos que tomaram alguns dos atuais estudos sobre gêneros textuais. Ressaltamos aqui, sobre esse aspecto, a inclusão do social – a natureza dialógica da linguagem – e do fato de que os gêneros, assim como a língua, mudam, são dinâmicos – o que remete à questão da estabilidade relativa e ao fato de que, ao responderem a situações recorrentes, os gêneros organizam as nossas vidas, dando sentido ao mundo para nele agirmos.

A seguir, tratamos da abordagem sociorretórica dos gêneros textuais, a qual se pauta, em grande medida, na teoria de gênero como ação social de Miller ([1984] 2009), também tratada aqui. Tal perspectiva se apoia ainda na Antropologia, na Sociologia e na Etnografia, traduzindo uma preocupação com a organização social e as relações de poder refletidas pelos gêneros.

2. A teoria sociorretórica dos gêneros textuais

Os estudiosos dos gêneros textuais tentam frequentemente responder à questão: “por que os membros de comunidades discursivas específicas usam a língua da maneira como o fazem?” (BHATIA, 2009, p. 160). A resposta envolve fatores socioculturais e cognitivos. Assim sendo, a partir de seu interesse especial pela natureza social do discurso, tomando o gênero como altamente vinculado à instituição que o produz, os linguistas ligados à sociorretórica⁵ podem nos dar o caminho para essa resposta. Para tanto, a atenção deve se voltar para “a compreensão do funcionamento social e histórico, bem como sua [do gênero] relação com o poder” (MARCUSCHI, 2008a, p. 153). Além disso, por considerar os gêneros como dinâmicos, a orientação sociorretórica deve se voltar para as relações entre texto e contexto.

Vale salientar, nesse sentido, que a definição de gênero textual que orienta nosso trabalho segue a perspectiva sociorretórica de Miller ([1984] 2009) e Bazerman (2006), principalmente, para os quais os textos organizam as nossas ações diárias e criam significações e *atos sociais* num processo interativo *tipificado*⁶. Tal abordagem, de acordo com Marcuschi (2006, p. 10), é “mais do que um estudo do gênero em si, é um estudo da circulação de discursos e da inovação dos formatos dessa circulação”.

⁵ Salvas as devidas distinções, referimo-nos aqui à teoria sociorretórica de gêneros textuais desenvolvida por Carolyn Miller, Charles Bazerman, John Swales e Vijay Bhatia.

⁶ Estes conceitos – *atos sociais* e *tipificação* – serão abordados mais adiante.

Assim, consideramos aqui o conceito de gênero como ação social de Miller ([1984] 2009), vinculado a tal perspectiva, o mais produtivo, tendo em vista que, acreditamos que um gênero não indica apenas uma forma específica de texto, mas evoca processos particulares de produção, distribuição e consumo desses textos. Isto é, práticas discursivas nas quais estão incluídos indivíduos que constroem sentidos e conhecimentos que alteram a vida diária (BAZERMAN, 2006a), a prática social. Enfim, de acordo com Marcuschi (2008b, p. 21):

Tudo indica que a posição de Miller em identificar os gêneros como ações retóricas recorrentes e não como formas similares é mais plausível. Pois, não é na similaridade de formas que reside a identificação de um gênero e sim nos atos praticados recorrentemente.

É, portanto, seguindo Miller ([1984] 2009) que entendemos que a análise sociorretórica de gêneros é útil para a compreensão do discurso das esferas que orientam a interação social, na qual são construídos os conhecimentos de uma comunidade.

2.1 Concepções sociorretóricas

Nome dado à revitalização pela qual passou a retórica clássica nos Estados Unidos durante os anos 1960-1970, *Nova Retórica* associa a retórica clássica ao ensino de estratégias de persuasão e a novas teorias, aproximando os mundos clássico⁷ e moderno, resultando em um movimento com preocupações pedagógicas. Segundo Miller (2009, p. 12), “A Retórica foi redescoberta por vários estudiosos nos anos 1960, em parte como uma fonte de inovação intelectual, e em parte como uma maneira de dar prestígio humanístico ao trabalho de baixo *status* da instrução básica”.

Para a Nova Retórica, a partir de uma perspectiva sociorretórica, cultural e sociológica de análise linguística e de seus fenômenos (gêneros), é importante, sem desprezar os elementos textuais, investigar os modos como os gêneros respondem a

⁷ Os estudos sobre retórica têm origem na tradição grega e tratam especificamente de técnicas de ensino do bem falar, a oratória, para a persuasão da massa, já que se trata dos primórdios da democracia. Assim, as técnicas argumentativas se fundam sobre o funcionamento da linguagem, organização do texto, forma e sentido. A principal referência para a retórica é Aristóteles. De acordo com Faria (2004), Aristóteles ajudou a delimitar e explicitar o domínio da retórica, não mais ensinada como habilidade útil, mas com vistas à compreensão, isto é, transformada de técnica para teoria. Tal teoria foi privilegiada por Descartes, para o modo analítico de raciocinar, que influenciou pensadores de diferentes épocas. Contudo, o raciocínio dialético ressurgiu com os estudos da Nova Retórica, a qual aceita o pluralismo na linguagem em detrimento da unicidade de significados, desenvolvendo-se sobre enunciados prováveis.

diferentes exigências retóricas socioculturais. Nesse contexto, Barwashi e Reiff (2010) ressaltam que os estudos retóricos têm enfoque no modo como os gêneros textuais possibilitam aos seus usuários cumprir ações simbólicas situadas retórica e linguisticamente, performar ações sociais, representar regras sociais e enquadrar realidades sociais.

Para Miller ([1984] 2009, p. 11), a retórica “foca nos aspectos e implicações situados e endereçados (em vez de os universais e eternos), no performativo (em vez de o filosófico) e no ético (em vez de o lógico) da comunicação, sejam orais ou escritos, verbais ou visuais, mediados ou diretos”. Nota-se, a partir daí, que a pesquisa nessa área permite que se investigue o texto amplamente, ou seja, em suas várias manifestações inseridas em práticas discursivas e sociais.

A abordagem acerca dos gêneros textuais desenvolvida por Carolyn Miller surge em 1984 e influencia as pesquisas contemporâneas sobre gênero nos EUA. Em *Gênero como ação social* ([1984] 2009), a autora fundamenta-se nos pressupostos da Nova Retórica para tratar do gênero dentro das práticas comunicativas diárias, ou seja, servindo de mediador de ações simbólicas situadas em contextos específicos. Estudos nessa área entendem o gênero como ações sociais recorrentes, dinâmicas e culturalmente construídas (MILLER, 2009).

Ainda no trabalho supracitado, Miller segue uma abordagem semiótica como fornecedora de princípios que enfatizam alguns aspectos sociais e históricos da retórica para classificar o discurso. Tal abordagem faz tal classificação do discurso, portanto, “em função de o princípio definidor ser baseado na substância retórica (semântica), na forma (sintática) ou na ação retórica que o discurso desempenha (pragmática)” (MILLER, 2009, p. 23).

Assim, na noção de gênero como ação social, o gênero funciona como resposta a situações recorrentes e definidas socialmente, espelhando a experiência dos usuários através da ação ali promovida, em sua forma e sua substância. O gênero possui, portanto, uma dinâmica interna que exerce uma fusão de “características substantivas, estilísticas e situacionais”. Ressalte-se que a substância é considerada como o valor semântico do discurso, constituindo “os aspectos da experiência comum que estão sendo simbolizados”; e a forma é percebida como “as maneiras em que a substância é simbolizada” (MILLER, 2009, p. 34-5). Desse modo, direcionando sua ênfase para a ação — que engloba tanto a

substância como a *forma* — que é usada para a realização do gênero, a autora caracteriza uma definição de gênero retoricamente válida.

Esta fusão entre os dois aspectos do discurso (substância e forma) é essencial para uma teoria do significado simbólico de um gênero como ação social. Para Miller (2009, p. 35), tal fusão, dentro de um contexto específico, possibilita a interpretação da ação dela resultante: “É através dessa combinação hierárquica de forma e substância que as estruturas simbólicas assumem força pragmática e se tornam ações interpretáveis; quando fundidos, os componentes substantivos e formais podem adquirir significado em contexto”.

Para se realizar tal interpretação dos gêneros e seu uso, são apresentados a seguir alguns conceitos importantes para esta perspectiva de análise, os quais são trabalhados nos estudos de Bazerman (2006a): fatos sociais, atos de fala, sistema de gêneros e sistema de atividades. Mas antes, enfocamos também o conceito de tipificação, pois ambos os autores, Miller ([1984] 2009) e Bazerman (2006), apontam que a situação retórica, na qual forma e substância se fundem, são recorrentes, ou seja, são tipificadas. Os gêneros medeiam, portanto, como os indivíduos percebem e respondem a tais situações tipificadas.

2.1.1 O processo de tipificação

Conforme visto, os gêneros se referem a categorias convencionais do discurso e derivam da ação retórica tipificada (MILLER, 2009). O conceito de tipificação, portanto, é caro para a teoria sociorretórica, a qual se baseia na recorrência de situações retóricas, que, por sua vez, pautam a natureza convencional do discurso, com suas regularidades tanto na forma como na substância, para nortear seu entendimento do gênero. De acordo com Bazerman (2006a, p. 29), os modos típicos de agir são uma maneira de coordenar os nossos atos de fala⁸, pois são “facilmente reconhecidos como realizadores de determinados atos em determinadas circunstâncias”. O autor define tipificação assim:

Este processo de mover-se em direção a formas de enunciados padronizados, que reconhecidamente realizam certas ações em determinadas circunstâncias, e de uma compreensão padronizada de determinadas situações, é chamado de *tipificação* (BAZERMAN, 2006a, p. 29-30).

⁸ A teoria dos atos de fala (TAF) também é subjacente à visão sociorretórica do gênero. Na TAF a linguagem é forma de ação não abstrata ou isolada, mas sim “sempre em relação a um contexto, a uma situação em que o uso de uma expressão faz sentido” (SILVEIRA, 2005, p. 78).

Ou seja, os tais “enunciados padronizados” são os gêneros inseridos em ações e situações retóricas recorrentes que, por sua vez, determinam compreensões também recorrentes das próprias situações. Tudo isso é tipificado e transmitido pelo gênero.

Criamos um *tipo* quando interpretamos situações como sendo similares ou análogas a outras, levando-nos a agir tipicamente. Ao produzirmos uma resposta retórica a tais situações, estas passam a fazer parte de nosso conhecimento, para que sejam aplicadas a novas situações. É desse modo que o gênero materializa no texto a experiência dos seus usuários por meio da ação retórica ali contida. Assim, no processo de tipificação criamos recorrência, analogias, similaridades (MILLER, 2009), pois “os gêneros tipificam muitas coisas além da forma textual” (BAZERMAN, 2006a, p. 31).

Dessa forma, situações tipificadas estão ligadas a padrões comunicativos com os quais as pessoas estão familiarizadas, isto é, são padronizadas e reconhecíveis. Assim, “o que recorre não é uma situação material (um evento real, objetivo, factual), mas nossa interpretação de um tipo” (BAZERMAN, 2006a, p. 31). Tais situações tipificadas emergem como gêneros para que a comunicação seja bem-sucedida, sendo, pois, criadas socialmente: “A tipificação dá uma certa forma e significado às circunstâncias e direciona os tipos de ação que acontecerão” (BAZERMAN, 2006a, p. 29).

Barwashi e Reiff (2010, p. 71) apontam para o teor determinante do processo de tipificação para as nossas ações sociorretóricas diárias:

Mesmo em casos onde a situação é claramente originada na realidade material (a morte do presidente, uma enchente, o aniversário de uma criança etc.), como nós fazemos sentido daquela situação – o tipo de urgência e significância com a qual a marcamos, o que nos ocasiona fazer, o que ela autoriza para agir e não agir – é parte de nosso conhecimento social e construção mútua de tipificações.⁹

Assim, os gêneros medeiam ações e situações recorrentes posicionando-se entre os tipos de situações definidas socialmente (formas de vida) e reconhecendo atos simbólicos (formas de discurso). Ao fazerem isso, os gêneros nos ajudam a reconhecer situações como recorrentes e a promover estratégias tipificadas que usamos para agir dentro delas, “é como se as situações recorrentes ‘convidassem’ a utilizar um determinado tipo de discurso” (SILVEIRA, 2005, p. 83).

⁹ As traduções não publicadas usadas nesta dissertação são de minha responsabilidade.

2.1.2 Fatos sociais, atos de fala, sistemas de gêneros e de atividades

Em seus estudos, Bazerman (2006a) esclarece que as características dos gêneros são, na sua maioria, reconhecíveis. O autor afirma que os gêneros são o que as pessoas reconhecem como tal em qualquer tempo, seja por nomeação, por institucionalização ou por regularização explícita. Essas características reconhecíveis, juntamente com as funções ou atividades principais exercidas pelo gênero, formam a sua estrutura. Nesse sentido, é por meio da ação que o conhecimento e a capacidade necessários à reprodução dessa estrutura do gênero são criados. Nesse contexto, Bazerman (2006a) nos oferece os conceitos básicos para o exame do trabalho do texto na sociedade, os quais sugerem como este é usado pelas pessoas na organização de suas atividades. São eles: *gêneros*, *fatos sociais*, *atos de fala*, *sistemas de gêneros* e *sistemas de atividades*.

Para o autor, o *gênero textual* é elemento importante na estrutura comunicativa da sociedade, configurando a ação social e refletindo as relações de poder dentro das instituições, sendo que, cada texto, encaixado em atividades sociais estruturadas, é dependente de textos anteriores que “influenciam a atividade e a organização social” (BAZERMAN, 2006a, p. 20).

Não por acaso, o gênero é o mediador entre o particular e o público, ou seja, entre o indivíduo e a sociedade. Ele tem, por isso, um potencial estruturador da ação social. Tal compreensão do gênero textual ajuda a explicação de como interpretamos, encontramos, reagimos e criamos certos textos. Em outras palavras, na noção de gênero como ação social, o texto não é apenas entidade linguística, “é ação que reflete características de situações retóricas recorrentes” (CARVALHO, 2005, p. 140).

Os *fatos sociais* são produzidos por meio da criação de textos pelas pessoas em seu cotidiano, os quais afetam suas ações, direitos e deveres. Esses fatos são o que as pessoas julgam como verdades, as quais definem o modo como participam de uma situação. Nesse sentido, Bazerman (2006a, p. 23) afirma: “Frequentemente os fatos sociais afetam as palavras que as pessoas falam ou escrevem, bem como a força que tais enunciados possuem”. O autor defende que cada texto bem-sucedido deve criar um fato social para seus leitores.

Fatos sociais são resultantes, pois, dos *atos de fala*. Bazerman nos mostra que os gêneros, “formas textuais padronizadas, típicas e, portanto, inteligíveis” (BAZERMAN, 2006a, p. 22), realizam os atos de fala, porque, “quando ditas pela pessoa certa, na situação

certa, com o conjunto certo de compreensões”, “palavras não apenas significam, mas fazem coisas” visando a modificar uma situação (BAZERMAN, 2006a, p. 25-6). A teoria austiniana dos *atos de fala*¹⁰ está pautada no uso da língua e tem como base a concepção de que linguagem é ação. Assim, quando agimos pela linguagem nós não transmitimos apenas uma mensagem, nós ordenamos, sugerimos, atacamos, defendemos, prometemos, entre outros atos que visam modificar uma situação. Tais atos se apresentam em três níveis distintos, que podem se realizar ao mesmo tempo num proferimento: o ato locucionário, o ato ilocucionário e o ato perlocucionário.

O *ato locucionário* é o sentido restrito da sentença, ou seja, é o que literalmente é dito. Exibe, portanto, uma estrutura sintática pertencente a uma determinada língua, pronunciada em entonação específica, e veicula sentido e referência de acordo com o contexto e a intenção do locutor. Quanto ao *ato ilocucionário*, Bazerman (2006a, p. 26), usando a sentença “está um pouco frio nesta sala” como exemplo, complementa:

Ao falar indiretamente, eu pretendia que minhas palavras fossem dotadas de uma força ilocucionária específica, que acreditava seria reconhecida pelos outros, em função das circunstâncias imediatas e do modo como a sentença foi expressa. O ato que pretendo que meu ouvinte reconheça é o *ato ilocucionário*” (p. 27).

Nesse sentido, referimo-nos à intenção do falante quando falamos em ato ilocucionário. De acordo com Almeida (1986, p. 23), os atos ilocucionários podem ser explicitados por um verbo performativo, o qual possui uma força ilocucionária, ou seja, “a que equivale proferir tais palavras”. Já o *ato perlocucionário* está ligado ao que se obtém com nosso ato de fala: assustamos, desagradamos, convencemos etc. Assim: “o modo como as pessoas recebem os atos e determinam as consequências deste ato para futuras interações é chamado de *efeito perlocucionário*” (BAZERMAN, 2006a, p. 27). Em resumo, alguém profere ou escreve uma sentença com determinado significado (ato locucionário) que tem determinada intenção ou força (ato ilocucionário) a qual irá produzir determinado efeito sobre o receptor (ato perlocucionário).

Quanto aos conceitos de *sistema de gêneros* e *sistemas de atividades*, estes estão ligados na medida em que focalizam o que as pessoas fazem e como os textos agem nesse

¹⁰ A Teoria dos Atos de Fala, em que linguagem é ação, foi desenvolvida por John L. Austin ([1962] 1990). Abandonando a análise da sentença para analisar o ato de linguagem, o filósofo procura formular e responder perguntas sobre a capacidade humana de, pela linguagem, comunicar, dizer coisas, fazer perguntas, dar ordens, prometer, pedir desculpas; se relacionando com o mundo através de enunciados verdadeiros, falsos ou sem significação, etc.

fazer. Um sistema de gêneros envolve todos os conjuntos de gêneros (textos que uma pessoa produz ao assumir determinado papel social) utilizados pelas pessoas que trabalham juntas, de forma organizada, que resultam em relações padronizadas de produção, circulação e usos desses textos.

Enfim, para Bazerman, os textos organizam as nossas ações diariamente, criam significações e fatos sociais em um processo interativo, tipificado em um sistema de atividades que encadeia ações discursivas, estando, portanto, inseridos em práticas sociais.

A perspectiva que Bazerman (2006a) desenvolve para a identificação e análise de gêneros nos ajuda nesta empreitada na medida em que permite que superemos a intuição de falantes nativos e a visão naturalizada de usuários da língua e de sistemas de gêneros e de atividades nos quais estamos imersos, oferecendo uma abordagem analítica baseada nos fatos sociais e nos atos de fala. Para a corrente sociorretórica, ao se considerar o gênero como ação tipificada é importante que se conheça e se compreenda a natureza genérica de um texto e as implicações em torno de tal natureza na produção dos sentidos.

Nesse sentido, os conceitos até aqui expostos nos fazem refletir sobre a percepção que é preciso ter para a realização de uma análise válida do gênero textual. É possível ver o gênero como ação social a partir de uma perspectiva segundo a qual tais ações são modos recorrentes não só de ‘agir e se relacionar *com* os outros’, mas de ‘agir *sobre* os outros’, pressupõem-se, portanto, relações de poder para a sua interpretação. Assim, um aspecto central dos estudos do gênero e do discurso é “representado pela noção de que aquilo que é senso comum, em certa cultura, em determinado momento histórico, reflete e constrói os valores de grupos sociais dominantes naquela cultura” (BALOCCO, 2005, p. 68), o que se procura desvelar.

Nesta pesquisa, entendemos que a ação do gênero capa de revista, especificamente, está ligada aos seus aspectos verbais e visuais, e sua combinação. Tais aspectos são geralmente utilizados pelos produtores para reafirmar ou desafiar estruturas e ideologias vigentes. Cabe-nos, portanto, a partir da análise multimodal do gênero capa de revista, tentar desvelar os significados mobilizados aí, tomando por base os pressupostos e conceitos apresentados neste capítulo e no que segue.

CAPÍTULO 2

A ANÁLISE MULTIMODAL

A mudança paradigmática recentemente implementada nos estudos linguísticos, ou seja, do estudo da língua (falada ou escrita), apenas, para o estudo da sua integração com outros recursos, ocorreu, de acordo com O'Halloran (2011), sob várias razões. Tais razões têm a ver, entre outras, com o desenvolvimento das possibilidades tecnológicas alcançado pela sociedade. A autora ainda atrela tal mudança a uma tendência atual das pesquisas interdisciplinares, já que multimodalidade desperta interesses vários em áreas diversas (Cf. VAN LEEUWEN & JEWITT, 2001; HANDA, 2004).

Multimodalidade é uma teoria¹¹ surgida nos anos 1980, com as pesquisas de Gunther Kress e Theo van Leeuwen ([1996] 2006) e Michael O'Toole (1994 apud O'HALLORAN, 2011), e tem suas bases na abordagem funcionalista semiótica social da linguagem de Michael Halliday, segundo a qual a “linguagem modela o significado potencial de palavras, sons e imagens como cenários de sistemas e estruturas interrelacionadas” (O'HALLORAN, 2011, p. 3). A pesquisa multimodal se expandiu rapidamente de meados dos anos 2000 em diante, com os linguistas sistêmicos e outros pesquisadores da linguagem interessados em explorar a integração da língua com outros recursos (Cf. MOZDZENSKI, 2006; PINHEIRO, 2007; ALMEIDA, 2008, entre outros). A linguagem, desse modo, é tomada como inerentemente multimodal, e o letramento como não referente à língua apenas.

A análise de gêneros numa perspectiva multimodal, portanto, vai além da língua por si, pois a considera como um dos recursos, entre vários outros, possíveis de se fazer significados. A grande questão, nesse caso, é a do sentido e as suas possibilidades. Em outras palavras, se há inúmeros recursos com os quais podemos construir os significados de um texto (e o fazemos), por que restringir nossa observação a um único meio, a palavra? A análise multimodal vai de encontro a ou em busca de reformular tais paradigmas. Assim, neste capítulo apresentamos a abordagem da teoria da multimodalidade e suas

¹¹ Há muitos debates sobre a natureza do campo de estudos emergente. Tomamos a multimodalidade como uma teoria sem entrar nessa discussão. O'Halloran (2011) afirma que, enquanto multimodalidade pode ser caracterizada como um campo de investigação, domínio do saber (“domain of enquiry” (KRESS, 2009)) – encorajando o engajamento com outras disciplinas – teorias, descrições e metodologias específicas para a análise do discurso multimodal são requeridas. A autora defende que o desenvolvimento de práticas e teorias específicas para a análise do discurso multimodal contribuirá para outros campos de estudo, principalmente a linguística.

contribuições para o nosso estudo. Tal abordagem oferece ferramentas e categorias de análise verbo-visual do gênero textual *capa de revista*, que pretendemos realizar nesta pesquisa.

1. Multimodalidade, para que te quero?

Kress (2004, p. 38) faz uma série de questionamentos a respeito do tipo de estudo de gênero e do seu significado feito ao longo dos anos, ou seja, como “óbvia e naturalmente realizado na língua, falada ou escrita”. Assumindo que muitos outros recursos são usados na produção dos significados realizados em gêneros textuais, o autor afirma que é preciso que haja uma expansão das categorias de análise destes. Desse modo, gêneros se constituem de muito mais do que apenas a língua falada ou escrita. Eles se expandem para tantas outras formas de comunicação com as quais nos deparamos, representando as relações e as interações sociais. O sentido é que “é inevitável e necessariamente realizado diferentemente em modos¹² diferentes” (KRESS, 2004, p. 39).

Fornecendo uma nova perspectiva para se estudar o gênero e o significado, o conceito de multimodalidade é entendido por Jewitt (2004) segundo quatro pontos de vista interconectados. O primeiro descreve a língua como parte de um conjunto multimodal, ou seja, significados são produzidos, distribuídos, recebidos, interpretados e refeitos através de muitos modos representacionais e comunicativos – a fala e a escrita são um deles. O segundo considera que, assim como a língua, todos os outros modos ou recursos são formados através de seus usos culturais, históricos e sociais para promover funções sociais, realizando, cada modo num conjunto multimodal, trabalho comunicativo diferente, com regras específicas em contextos específicos. O terceiro ponto de vista defende que as pessoas orquestram os significados dos recursos através da interação entre eles. E, por fim, o quarto ponto diz que tais significados produzidos através da interação entre os recursos são sociais, isto é, “são formados por normas e regras operando no momento da produção

¹² Apesar de preferirmos, como será exposto mais a frente, a denominação “recurso semiótico”, neste trabalho não faremos distinção, de maneira geral, entre os termos *recursos semióticos* e *modos semióticos*, tomando um pelo outro, indiscriminadamente. Por esta ser uma área de estudos muito nova, ainda há algumas indefinições e querelas terminológicas. De acordo com O’Halloran (2011), trabalhos que estudam o fenômeno multimodal usam os termos “recursos semióticos” (semiotic resources), “modos” (modes) e/ou “modalidades” (modalities) para se referirem aos recursos usados e integrados na construção dos significados em textos. Muito embora esse seja mais um dos debates levantados pelos autores, nossa opção é seguir à margem desse tipo de discussão (Cf. STÖCKL, 2004; VAN LEEUWEN, 2005; KRESS, 2009).

do significado, influenciado por motivações e interesses de um produtor de signo em um contexto social específico” (JEWITT, 2004, p. 15).

A materialização de um modo em texto e discurso é vista por Stöckl (2004) como mais do que a soma de suas partes, integradas através de modalidades sensoriais. Dessa maneira, enquanto as relações dos elementos de uma imagem, por exemplo, podem ser lidas em uma ordem formada pelo interesse do espectador — de maneira holística —, na escrita, o leitor é governado pela linearidade espacial e direcionalidade da sintaxe (KRESS, 2009, p. 56), pois palavras, orações, sentenças, são organizadas em uma gramática que forma suas unidades; já na imagem o significado se dá pelo arranjo das “entidades” (pessoas, objetos, lugares) no espaço, pelos tipos de relações entre as “entidades” representadas, bem como pelo tamanho, cor, linha, forma etc. (KRESS, 2009). Contudo, a informação visual não possui um caráter direto, próximo da experiência real (como se poderia pensar), ou seja, seu significado também não é dado *a priori*; imagens são representações do mundo, são formas de vê-lo e de selecionar o que se ver, são escolhas.

Assim, tendo em vista que há nos textos diferentes níveis de organização multimodal e, conseqüentemente, tomando como pressuposto a ideia de que “o grau de informatividade visual dos gêneros textuais da escrita se processa num contínuo” (DIONISIO, 2008, p. 121), vale pensarmos, levando em consideração os recursos postos em funcionamento para a produção de sentidos, nos textos arranjados ao longo de um *continuum*, que vai de textos menos visualmente informativos a textos mais visualmente informativos (BERNHARDT, 2004; MOZDZENSKI, 2008). Devido a seu teor eminentemente imagético, tem-se a necessidade de uma teoria que dê conta, no momento da interpretação do gênero capa de revista, destas relações que orquestram diferentes recursos para a representação da realidade.

Segundo O’Halloran (2011, p. 10), “A interação das escolhas semióticas em fenômenos multimodais dá origem a expansões semânticas com as quais os significados potenciais dos diferentes recursos são acessados e integrados”. Em multimodalidade, portanto, procura-se responder como relações sociais são expressas pela integração dos recursos semióticos e seus significados potenciais, na construção dos gêneros textuais e na construção dos sentidos destes.

Podemos afirmar, portanto, que em multimodalidade ampliam-se a descrição e a análise do gênero ao nos debruçarmos sobre os demais recursos semióticos postos em funcionamento para a construção dos sentidos. Nessa perspectiva, adotamos como

principal norte orientador da nossa investigação do gênero multimodal *capa de revista* a abordagem semiótica social de Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), que, de acordo com O'Halloran (2011), adota uma abordagem contextual com uma orientação para a ideologia. Tal abordagem deriva princípios gerais do *design* visual e sua interpretação.

2. Os recursos semióticos

Originado no trabalho de Halliday, o termo *recurso semiótico*, segundo van Leeuwen (2005), é chave na semiótica social. De acordo com Fei (2004), a aplicação do termo “recurso semiótico”, a partir dos pressupostos hallidayanos, é necessária para se ter mais critério no uso desse termo na pesquisa multimodal, minimizando a confusão terminológica. Para esse autor, Halliday redefine as fronteiras da semiótica: de “um estudo dos signos” para “um estudo dos sistemas de signos”, ou seja, muda do signo como entidade para o sistema de signos, os quais agem juntos para fazer sentido (FEI, 2004, p. 52). Evidencia-se, desse modo, a suposição de que um recurso semiótico pode ter: (1) um plano da expressão e um plano do conteúdo, bem como (2) sistemas operando em cada plano. Assim, “dentro de cada plano há uma rede de opções como ‘uma representação do potencial naquele nível’” (FEI, 2004, p. 53). Compreendidos deste modo, temos os recursos semióticos como atrelados à cultura e formados por ela. Como tal, são situados no tempo e no espaço e ditados por regras e convenções, assim como a língua, pois também são sociais.

A semiótica social estabelece *recursos semióticos* como um sistema maior no qual estão incluídos a língua (palavras faladas ou escritas), imagens visuais, gestos, sons, esculturas, notações matemáticas, música, símbolos técnicos etc. (FEI, 2004). Recursos semióticos são pautados em relações simbólicas (não reais) e são passíveis de análise. Nesse sentido, eles são “os produtos da história cultural e dos recursos cognitivos que nós usamos para criar significado na produção e interpretação do visual e outras mensagens” (JEWITT & OYAMA, 2001, p. 136).

Os recursos são formados pela interação diária entre as pessoas em contextos específicos — ou seja, são construídos por fatores sociais, culturais e históricos — e, em resposta às necessidades comunicativas das comunidades, instituições e sociedades, são, assim, criados e recriados. Esses sistemas de significados que as pessoas têm a sua

disposição são, portanto, artefatos culturais, inextricavelmente ligados ao contexto e à realidade social. Além disso, o recurso semiótico representa e comunica através de aspectos que transportam “o selo do trabalho material do passado, e, entre outras coisas, a marca das regularidades das organizações” (KRESS, 2003, p. 45). Tais regularidades — ou códigos convencionais (KOSTELNICK & HASSETT, 2003) — são, segundo Kress (2003), o que tradicionalmente tem sido referido como uma gramática e sintaxe. Desse modo, todo recurso segue regularidades que podem ser tidas como regras gramaticais, as quais, de acordo com Fei (2004, p. 56), governam “o modo do leitor ‘ler’ e construir a mensagem visual”.

No que se refere à *materialidade* do recurso — o som na fala ou música, a matéria gráfica e a luz na imagem, ou o movimento de partes do corpo no gesto —, esta promove *potenciais* específicos para a representação. Isto é, quando trabalhamos com os sentidos que os recursos articulam, estamos nos referindo não aos seus significados únicos, mas sim aos seus “significados potenciais”, pois os modos oferecem diferentes potenciais em sua materialidade para fazer sentido, os quais têm efeito sobre as escolhas dos recursos feitas em instâncias específicas de comunicação (KRESS, 2009). A ideia de *significado potencial* é importante por mostrar que os recursos, por exemplo, a escrita, não podem realizar todo sentido pretendido. De acordo com Kress (2003), em muitos ambientes em que a escrita ocorre, outros modos podem ser mais proeminentes e mais significantes.

Por isso, a linguagem é multimodal, porque cada recurso tem um papel na comunicação, como Kress (2009, p. 64) nos mostra: “Os modos têm diferentes *affordances*¹³: fala e escrita ‘nomeiam’; imagem ‘representa’; gestos emprestam ênfases e esboçam temas e tópicos”. Ou seja, cada recurso apresenta seu limite de significação. A cultura trabalha com essas possibilidades das formas, que surgem e refletem suas preocupações, valores e significados, conduzindo as *especializações funcionais* dos recursos para repetidos usos, com interesses diversos (KRESS, 2003). Em suma, nas palavras de Jewitt (2004, p. 14), a multimodalidade, fornecendo nova perspectiva para se estudar o significado, “descreve abordagens que entendem que a comunicação e a representação são mais do que a língua”, assistindo “à gama completa de formas comunicacionais que as pessoas usam — imagem, gesto, olhar, postura etc. — e as relações entre eles”.

¹³ *Affordance* (ou *possibilidade*) diz respeito às possibilidades que certo recurso tem para produzir significados de um certo tipo, ou seja, são “os potenciais e limitações do material semiotizado como modo” (KRESS, 2009, p. 58).

3. A respeito da gramática do *design* visual

O *design*, enquanto projeto, formato, configuração estética, satura a cultura contemporânea (KOSTELNICK & HASSETT, 2003) e é portador de um discurso orquestrado por interesses diversos (ALMEIDA JUNIOR & NOJIMA, 2010). Determinando o reconhecimento visual das formas comunicacionais através de *códigos convencionais*, segundo Almeida Junior e Nojima (2010), o *design* é carregado por aspectos culturais, sociológicos, antropológicos, filosóficos e históricos. Tais códigos são construtos sociais que dependem dos grupos que os usam, aprendem-nos e os praticam. Eles estão em todo lugar em que há *design* e em constante mudança. Formas de *design*, então, operam dentro desse universo de códigos convencionais que, com exposição contínua, medeiam nossa interpretação da linguagem visual, ou seja, interpretamos o *design* com nosso conhecimento acumulado de formas convencionais.

Baseados nas categorias socialmente convencionadas, ou códigos, de expressão do *design*, Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) desenvolvem sua gramática do *design* visual, oferecendo ferramenta para os estudos que descrevem textos que se utilizam de mais de um modo comunicacional, ou seja, multimodais. Tal gramática, referente às expressões da cultura ocidental, volta-se para a necessidade de se desenvolver métodos de estudos destes textos desafiadores para os estudiosos da língua.

Nas palavras de Almeida (2008, p. 10):

A grande contribuição da Gramática Visual (VG) para o campo da linguística tem sido oferecer um meio sistemático de análise de estruturas visuais via um conjunto de regras e normas formais, e desmistificar uma percepção generalizada das imagens enquanto códigos desprovidos de significados ideológicos, ao propor investigá-las em termos de suas metafunções visuais sob uma perspectiva crítico-social que entende que os elementos de uma determinada estrutura visual se correlacionam para comunicar significados política e socialmente embasados.

Nestes termos, justifica-se nosso interesse na análise multimodal mediante alguns dos pressupostos engendrados por Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) em sua gramática, bem como em estudos que nela se baseiam.

Amplamente influenciados pelos pressupostos semióticos sociais hallidayanos – os quais defendem que qualquer recurso comunicacional deve realizar as três metafunções estabelecidas por Halliday, detalhadas adiante – Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) criam as categorias e parâmetros de observação dos elementos que compõem o *design*, os quais

deixam de ser considerados elementos figurativos para serem entendidos como sintagmas semelhantes aos da língua. Em função disso vem o termo “gramática”, suscitando o conjunto de regras convencionadas ao longo dos usos de tais recursos, mas destacando-se as combinações de pessoas, lugares e coisas em um todo significativo.

Os hallidayanos estão preocupados com a interação e o modo como as pessoas usam a linguagem no dia a dia. Tal preocupação é refletida em quatro fundamentos teóricos que resumem o pensamento de Halliday e dos por ele influenciados:

Os estudiosos dessa vertente teórica [dirigem] a atenção para quatro pontos centrais e constitutivos da linguagem: (1) o uso de uma língua é sempre funcional; (2) as funções são para fazer sentidos; (3) os sentidos são influenciados pelo contexto social e cultural do qual participam; e (4) o processo de uso da linguagem é um processo semiótico, um processo de produzir significados pelas escolhas linguísticas realizadas (CUNHA & SOUZA, 2007, p. 24).

Assim, de acordo com as premissas sistêmico-funcionais, nossas escolhas linguísticas são afetadas pelo contexto de situação e constituídas nos três tipos de significados (as funções ou metafunções da linguagem) presentes em qualquer língua natural. Halliday estabelece, portanto, as três metafunções que constituem os propósitos principais da linguagem: a *ideacional*, que está ligada à representação/construção da realidade (tanto exterior quanto psicológica), codificando os significados da nossa experiência; a *interpessoal*, que se refere à interação e aos papéis que os participantes assumem na interação, pois usamos a linguagem “para codificar a interação e mostrarmos quão defensáveis achamos as nossas posições, os nossos enunciados” (GOUVEIA, 2009, p. 16); e a *textual*, que organiza os significados ideacionais e interpessoais, ou seja, o fluxo informacional, nos textos. As metafunções de Halliday são adaptadas por Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) para melhor descrever o visual, as quais passam a ser referidas como significados: *representacionais*, *interpessoais* e *composicionais*, respectivamente.

Para Jewitt (2004), dentro da abordagem da semiótica social da multimodalidade, as metafunções são usadas como uma ferramenta conceitual para descrever e explorar os recursos semióticos e significados potenciais que as pessoas usam. Jewitt e Oyama (2001, p. 156) afirmam, nesse sentido, que o método de Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) de análise visual é uma ferramenta para a pesquisa crítica que “promove essencialmente um quadro descritivo”. Por essa razão, tal método não oferece, por ele próprio, tudo o que é necessário para uma interpretação sociológica das imagens. De acordo com as autoras, o

método é eficaz em trazer para fora significados ocultos. Jewitt e Oyama (2001) afirmam ainda que, em estudos do uso de recursos semióticos, a semiótica social visual de Kress e van Leeuwen deve ser um dos elementos de uma equação interdisciplinar que deve também envolver outras teorias sociais relevantes, a fim de se explicar os resultados das análises descritivas, ampliando a interpretação contextual dos recursos utilizados na produção dos sentidos¹⁴.

Isto posto, escolhemos como recorte teórico para a análise, os recursos estabelecidos por Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) para a exploração dos significados interpessoal e composicional, uma vez que estas, a nosso ver, refletem melhor um dos propósitos do gênero sobre o qual nos debruçamos aqui, isto é, chamar a atenção do leitor/consumidor, seja pela forma de interação promovida entre os participantes (participantes representados — doravante PR — e interativos — os espectadores), seja pela forma como se dá o arranjo ou a composição dos recursos semióticos na produção da capa. Ressaltamos, ainda, que os significados representacionais receberam menor ênfase neste trabalho devido ao fato de as ações identificadas nas capas, na sua maioria, envolverem apenas um participante, de modo que sua ação se constitui como não-transacional, ou seja, não há um vetor nem uma meta sendo representados no interior da composição. Assim, as ações destes participantes são, a nosso ver, melhor explicadas pela análise dos significados interpessoais e composicionais.

3.1 Recursos interpessoais

No desafio de estudar a complexidade cultural dos textos, Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) se pautaram nas categorias socialmente convencionadas dos significados potenciais dos recursos visuais utilizados em composições multimodais para descrever regras socialmente estabelecidas. Assim, os autores descrevem os principais recursos que promovem a interação entre os participantes da representação, formando os significados interativos, ou interpessoais, ligados à metafunção interpessoal. Segundo a orientação de Kress e van Leeuwen ([1996] 2006):

Imagens (...) envolvem dois tipos de participantes, *participantes representados* (as pessoas, os lugares e coisas descritos nas imagens) e *participantes*

¹⁴ Nesta pesquisa, ampliamos nossa interpretação dos dados com a abordagem de alguns sociólogos da religião, citada ao longo da análise, exposta no Capítulo 4.

interativos (as pessoas que se comunicam uns com os outros *através* das imagens, os produtores e espectadores), e três tipos de relações: (1) relações entre participantes representados; (2) relações entre participantes interativos e representados (...); e (3) relações entre participantes interativos (...) (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006, p. 114).

A criação de relações particulares entre os espectadores e o mundo representado pelas imagens é, para Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), derivada da articulação visual dos significados sociais da interação face a face. Três fatores são destacados nessa relação que é criada imaginariamente pelas imagens e seus espectadores: *contato*, *distância* e *ponto de vista*.

O *contato* de dentro do quadro da imagem com o espectador é feito através do olhar do participante representado (PR) diretamente para o espectador. O tipo de relação pretendida pode ser identificada através dos gestos e da expressão facial esboçada pelo PR: afinidade social, desejo, desdém etc. Assim, quando este “olha” fixamente para o espectador, acaba por estabelecer um contato visual, um vínculo, que pedirá, demandará, diferentes ações do interactante.¹⁵ São as denominadas *imagens de demanda*, que são criadas em busca da ação do espectador. Da mesma forma, quando não há essa relação imaginária interpessoal entre observador e participantes representados, quando estes não contemplam o observador, há a criação da *imagem de oferta*. Aqui o leitor ocupa o lugar, em meio a uma ação, de sujeito de uma apresentação; já o PR se torna objeto de contemplação, item de informação.

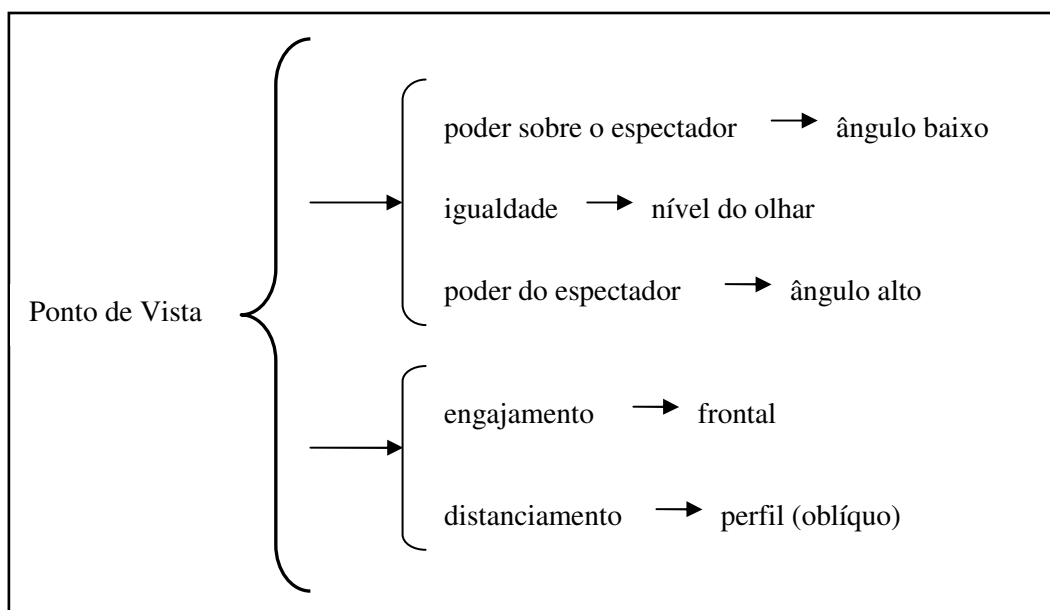
As imagens podem ainda afastar ou trazer as pessoas, lugares e coisas para próximo do espectador. Na interação diária, as normas das relações sociais determinam a *distância* que mantemos uns dos outros. Nas interações imagéticas, isso se dá através do *enquadramento* escolhido pelo produtor da imagem, bem como pelo ângulo usado (ponto de vista). De acordo com Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), o enquadramento representa relações sociais cotidianas de intimidade, isto é, quanto maior a distância pessoal e social, mais o PR é mostrado, e vice-versa.

Assim, podemos ter enquadramentos que variam entre mostrar o PR em proximidade, *close-up* ou *close shot*, que se limitam entre a cabeça e/ou os ombros do PR; e em média proximidade, *medium close shot*, em que visualizamos parte do seu corpo num ponto de corte perto da cintura. Os enquadramentos podem ser, ainda, de separação e

¹⁵ É interessante notar que Kress e van Leeuwen (2006, p. 117-118) chamam as imagens que demandam a ação do espectador de “*image act*”, analogamente aos atos de fala, pois, segundo eles, “o produtor usa a imagem para *fazer* algo para o espectador” (grifo nosso).

classificam-se em *medium shot*, em que é visto até o joelho do PR; *medium long shot*, ou seja, média separação na qual vê-se a figura total do PR; longa separação, *long shot*, em que o PR ocupa metade da moldura; e, por fim, o enquadramento de extrema separação, *very long shot*, no qual o participante ocupa pouco espaço na moldura.

O recurso do *ponto de vista*, ou ângulo, em que os PRs são retratados revela as relações de envolvimento e de poder. Ou seja, do ponto de vista horizontal, o *ângulo oblíquo* implica um afastamento entre os participantes, enquanto o *ângulo frontal* resulta numa ilusão de envolvimento e igualdade, sem disputa de poder. De acordo com Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), diferentemente do ângulo frontal, o oblíquo tem o papel de mostrar aos interactantes que eles não fazem parte do mundo representado; e, do ponto de vista vertical, se a imagem é vista de um ângulo alto, isto é, se o PR é observado de cima pelo espectador, indica um maior poder por parte deste. Do contrário, quando o PR é visto de um ângulo baixo, ele estabelece uma relação de dominação sobre o espectador. O Esquema 1, abaixo, apresenta os recursos que refletem o ponto de vista:



Esquema 1: Recurso do “ponto de vista”, esquema reproduzido de Jewitt e Oyama (2001, p. 136)

De acordo com Jewitt e Oyama (2001), “poder”, “distanciamento”, “envolvimento”, e assim por diante, não são “os” significados destes ângulos ou pontos de vista, mas sim seus “significados potenciais”, significados possíveis. Portanto, para se interpretar tais recursos, há a tentativa de se descrever tais significados potenciais, os quais são (ou poderiam ser) ativados pelos espectadores e produtores das imagens. Assim, para

mostrar alguém, por exemplo, como impressionante e/ou poderoso, é provável será escolhido um ângulo alto, que reflita tal *status*. Esses recursos e seus significados são tomados aqui como categorias para a análise da relação interpessoal criada pelas imagens nas capas sobre religião (Cf. Tabela 1, em anexo).

Além desses, há as categorias que trabalham com os recursos responsáveis pela organização visual da composição textual, vistos a seguir.

3.2 Recursos composicionais

A composição é outro elemento que deve ser levado em conta, segundo Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), para se entender as relações estabelecidas no *design*. É importante perceber que a localização dos participantes e dos sintagmas que os conectam (tanto PRs uns com os outros como com os espectadores) lhes confere valores informativos. Além disso, a composição pode influenciar a direção do olhar do espectador, bem como a leitura e apreensão do sentido (FERNANDES & ALMEIDA, 2008). Desse modo, as categorias que descrevem os significados composicionais são explicadas pelos autores através de três sistemas inter-relacionados que ligam os sentidos representacionais e interativos no texto: *valor informativo, saliência e moldura* (ou *framing*)

Essas estruturas determinam o posicionamento e os valores informacionais dos elementos, cumprindo uma função textual. Além disso, elas configuram o *layout* da página ou texto, ou seja, a gestão da forma e do espaço. O *layout* “visa distribuir os elementos visuais e textuais de um modo que o leitor os percebe com facilidade” (ALMEIDA JUNIOR & NOJIMA, 2010, p. 19).

A representação é sempre engajada, nunca neutra. Para Kress (2003), todos os aspectos do signo representam os interesses do produtor ao representar o que ele considera mais saliente, naquele momento, sobre o objeto ou fenômeno representado. Para o autor, modo e escolha de modo são questões essenciais para uma abordagem multimodal do texto. Assim, os aspectos do *layout* formam significado, devendo ser lidos com igual cuidado.

Nesse sentido, no *valor informativo* composicional a posição dos elementos nas diferentes zonas da imagem (direita e esquerda, topo e base e centro e margem) com relação ao espectador constrói diferentes significados. Suas principais categorias se referem ao eixo de leitura (Cf. KRESS & VAN LEEUWEN ([1996] 2006). Isto é, em um

eixo horizontal, os elementos localizados à esquerda do texto são considerados como informação dada, já conhecida pelo leitor, o ponto de partida para a mensagem. O que vem em seguida (de acordo com o padrão ocidental de leitura) é privilegiado como informação nova, do lado direito. Esta é a denominada estrutura *dado e novo*. Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) ressaltam que essa estrutura é ideológica na medida em que o que é posto como se tivesse valor de dado pode partir de um julgamento ou imposição do produtor do texto e os leitores devem ler tal informação dessa maneira, mesmo não concordando. Ou seja,

A organização da informação através do layout como informação dada e nova realiza (e pode projetar) arranjos ontológicos e sociais particulares no mundo da interação. Isto forma as relações comunicacionais dos participantes e afeta suas relações sociais (KRESS, 2009, p. 64).

Por outro lado, numa leitura orientada verticalmente, a parte superior da representação possui valor informacional mais abstrato do que o da parte inferior do texto, ou seja, a informação de cima é mostrada como o “ideal”, “o que poderia ser”, em contraste com a parte inferior do texto, na qual são mostradas informações factuais que tendem a ser mais informativas, mais reais. A estrutura *ideal e real* apresenta menos conexão do que *dado e novo*. De acordo com Kress e van Leeuwen (1996, p. 194), o que há é um senso de contraste entre as duas. Assim:

Para que algo seja Ideal, é preciso que seja mostrado como a essência idealizada ou generalizada da informação e, portanto, como sendo sua parte ostensivamente mais saliente. O Real é o oposto disso, na medida em que apresenta informações mais específicas (por exemplo, detalhes), informações mais “pé no chão” (por exemplo, fotografias como evidência documental ou mapas ou gráficos), ou ainda informações mais práticas (por exemplo, consequências práticas, diretrizes para agir). Isso obviamente não é menos ideológico.

A composição pode ainda ser estruturada do centro para as margens, sendo o centro o núcleo da informação, e os elementos dispostos às suas margens, de alguma maneira, destinados a dar-lhes suporte. Esse valor informativo recebe o nome de *centro e margem*.



Esquema 2: As dimensões do espaço visual (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006, p. 197)

No que se refere à *saliência*, é preciso que se observe como alguns elementos podem atrair mais a atenção do leitor do que outros (contrastes de cores, tamanho relativo, primeiro plano ou de fundo, diferenças de nitidez do foco etc.). Este aspecto do significado composicional é determinado por regras visuais, pois os recursos utilizados para conferir diferentes graus de relevância aos elementos da composição dizem respeito a efeitos do tipo: primeiro e segundo planos, contraste de cores, nitidez etc. De acordo com Kress e van Leeuwen (1996, p. 212), “os espectadores das composições espaciais são intuitivamente capazes de julgar o ‘peso’ dos vários elementos da composição, e quanto maior o peso, maior a *saliência*”, criando uma hierarquia de importância entre os elementos.

Já a *moldura*, ou *framing*, se refere à presença ou ausência de mecanismos de estruturação (elementos que criam linhas divisórias ou molduras) que determinam se os elementos fazem parte do mesmo sentido, isto é, conectam-se ou desconectam-se. Esta conexão ou desconexão que pode ser observada entre os elementos da composição se dá, por exemplo, por linhas, espaços em branco entre os elementos, descontinuidade ou similaridade de cores, entre outros, e quanto maior for a conexão dos elementos mais eles podem ser interpretados como uma unidade de informação. A moldura determina como é feita a representação dos elementos “como unidades de informação mais ou menos individuais e diferenciadas” (PINHEIRO, 2007, p. 61).

Van Leeuwen (2005, p. 13) estabelece as formas como o *layout* de publicidades de revistas exploram o *framing*, as quais podem ser observadas em nosso objeto:

- 1) Segregação: dois ou mais elementos (imagem e texto, por exemplo) são

desconectados. Isso indica que eles podem ser vistos como pertencendo a diferentes ordens;

2) Separação: dois ou mais elementos são separados por espaço em branco, sugerindo que eles podem ser vistos como similares em alguns aspectos e diferentes em outros;

3) Integração: texto e imagem ocupam o mesmo espaço; tanto o texto pode ser integrado no espaço pictorial, como a imagem pode integrar o espaço textual;

4) Sobreposição: parte da imagem pode quebrar o *framing* e transbordar o espaço do texto, e vice-versa;

5) Rima: os dois elementos, embora separados, apresentam uma qualidade em comum (cor, forma, angularidade etc.);

6) Contraste: os dois elementos diferem em termos de uma qualidade (realizada por uma cor ou uma qualidade formal etc.).

Vale salientar que os recursos que são definidores do *framing* e da *saliência*, são, como pode-se perceber, mais conceituais, ou abstratos, por isso, não são objetivamente mensuráveis, não constando nas variáveis de análise da Tabela 1 (em anexo). Estes recursos são levados em consideração no momento da análise do nosso *corpus* restrito (Cf. Capítulo 4). Por fim, retomamos que os recursos e seus significados aqui descritos servirão como categorias para a interpretação e a análise das combinações multimodais propostas nesta pesquisa.

CAPÍTULO 3

CAPAS DE REVISTA: CARACTERIZAÇÃO DO GÊNERO

Capas de revistas têm sido objeto de diversos estudos (Cf. FERREIRA & BERTOLUZZI, 2004; DIONISIO & TRAVASSOS, 2005; PINHEIRO, 2007; PUZZO, 2009; entre outros), os quais seguem diferentes orientações, sem deixar, contudo, de levar em conta os aspectos visuais do gênero. Assim, com o intuito de descrever os traços típicos da capa de revista, examinamos as características formais e o conteúdo semântico (MILLER, 2009) que lhe dão *status* de gênero. O que faremos, pois, é observar a capa de revista buscando na sua instabilidade o que de estável apresenta e a faz ser (re)conhecida como tal, ou seja, nos apegamos à estabilidade visível do gênero *capa*, como apresentada por seus produtores, para esta descrição, salientando, pois, que sabemos ser o gênero “essencialmente flexível e variável” (MARCUSCHI, 2005, p. 18). Nesse sentido, concordamos com Miller ([1984] 2009, p. 91): “Talvez devêssemos perceber todos os gêneros como esses movimentos opostos, como tentativas de estabilização no fluxo da mudança contínua”.

Este capítulo, portanto, tem o propósito de apresentar uma descrição dos aspectos formais e funcionais do gênero capa de revista, contribuindo para a pesquisa sobre este e outros gêneros. Mas o iniciamos com a caracterização histórica das revistas, com foco nos títulos escolhidos para esta pesquisa, a fim de construir o percurso que o tema religião seguiu nas capas de cada um. Neste capítulo, portanto, caracterizamos gênero *capa de revista* tendo como base seu percurso histórico.

1. Breve percurso histórico das revistas

Para Bazerman (2006b), a trajetória de determinado gênero ajuda a entender como este opera na sociedade. Neste intento, entendemos que devemos situar a capa dentro do próprio surgimento das revistas enquanto meio de comunicação de massa.

Mistura de jornalismo e entretenimento, revista é, de acordo com Scalzo (2009, p. 12), “um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo”, cumprindo,

assim, funções mais complexas do que a simples transmissão de notícias. Segundo a mesma autora, uma dessas funções é educacional. Para Scalzo (2009), a vocação das revistas é mais educativa e de entretenimento do que noticiosa. Elas têm um papel utilitário de complementação da educação e aprofundamento dos assuntos, direcionado, na grande maioria das vezes, a um público-alvo bem definido.

De acordo com Corrêa (2005), a história das revistas no mundo ocidental se inicia sob o sinônimo de variedade. Nesse sentido, o primeiro exemplar versava sobre assuntos variados, mas ligados ao mesmo tema, no caso, teologia. Assim, a primeira revista de que se tem notícia chamava-se *Edificantes Discussões Mensais (Erbauliche Monats-Unterredungen)*, originada em 1663, em Hamburgo, Alemanha. Corrêa (2005) aponta que esta era parecida com um livro e surgiu a partir de algumas ideias que foram sendo reproduzidas ao longo do tempo pelo mundo inteiro. Segundo Scalzo (2009), tal publicação só é hoje considerada uma revista por ter tido um público definido, publicar vários artigos, embora fossem sobre o mesmo assunto, e por possuir periodicidade. Com isso, pode-se constatar que a religião está de alguma maneira ligada ao surgimento e à formação das revistas enquanto meio de comunicação de massa.

Em 1741 o mundo das revistas invade os Estados Unidos e “até o fim do século XVIII uma centena de publicações já havia tomado conta do mercado”, isso à medida que o país diminui o analfabetismo e a indústria gráfica se desenvolve. O crescimento do hábito de ler revistas e o consequente aumento das vendas atraiu os anunciantes, diminuindo assim os custos de produção, num ciclo crescente que fez nascer “o negócio das revistas como conhecemos hoje — uma parte da indústria de comunicação de massa” (SCALZO, 2009, p. 21).

No Brasil, por sua vez, a primeira revista de circulação nacional, e de maior sucesso editorial, foi a semanal *O Cruzeiro*, publicada de 1928 até 1975 pelos Diários Associados, de Assis Chateaubriand. *O Cruzeiro* foi pioneira no *fotojornalismo*¹⁶ e introduziu um novo conceito no *design* gráfico de suas capas e de seu interior: apresentava imagens que encantavam o leitor, seduzindo o público, como ilustra a imagem a seguir.

¹⁶ O *fotojornalismo* é decorrente do desenvolvimento das técnicas de produção e reprodução de imagens promovidas pelo jornalismo impresso e tem o intuito de imprimir maior objetividade, confiabilidade e veracidade ao que é veiculado. De acordo com Câmara (2008, p. 73), é corrente na área a crença de que a imagem “é cópia fiel dos acontecimentos”. Contudo, salientamos, com a autora, que o fotojornalismo é “um exercício de linguagem e, como tal, impregnado das percepções de seu realizador, de suas ideologias e de suas convicções”.



Figura 1: Capas de *O Cruzeiro*, primeira revista de circulação nacional. Fonte: <http://www.rankbrasil.com.br/Recordes>

Ainda no contexto brasileiro, e dotadas de reconhecido sucesso editorial, estão *Veja* e *Superinteressante*. Criada em 1968 para renovar o mercado das revistas semanais (SCALZO, 2009), *Veja* é, de acordo com Scalzo (2009, p. 31), estruturada nos moldes da norte-americana *Time* e constitui-se, hoje, na “revista mais vendida e mais lida do Brasil, a única revista semanal do mundo a desfrutar de tal situação”, com uma tiragem de cerca de 1.200.000 exemplares por semana. As revistas semanais de informação apresentam assuntos e fatos que estão em debate na atualidade, circulando massivamente entre leitores menos específicos do que os das revistas femininas, por exemplo. Com essa proposta de tratar das informações de forma detalhada e objetiva, trazendo a notícia atual e contextualizada, privilegiando o fotojornalismo, *Veja* se dedica a um público adulto de classe média.

Diferente deste aspecto, ou seja, voltada para leitores jovens, de 18 a 39 anos, nasce a *Superinteressante* (1987). Revista de divulgação científica de caráter amplo, também da Editora Abril, possui periodicidade mensal, com tiragem atual de 400.000 exemplares em média, e um “visual arrojado, textos simples, explicativos e curtos, uso farto de imagens e de modernos recursos gráficos e a valorização de aspectos curiosos dos fatos” (AGUIAR, 2007, p. 03). Este destaque para a curiosidade dos fatos, segundo Aguiar (2007), vem do teor da publicação que inspirou a criação da *Super*, a revista espanhola *Muy Interesante*. A autora afirma que a principal diferença entre as duas estaria no desejo de que a brasileira fosse reconhecida pela comunidade científica, como

pretendia seu projeto inicial, e não uma mera revista de curiosidades e temas fantásticos, como se caracterizava a espanhola.

Podemos dizer que o desenvolvimento da produção de revistas levou ao fracionamento do público leitor ao qual se destinam. Ou seja, o leitor ao qual as revistas se referem, conforme Neveu (2006, p. 54), é compreendido através de seus componentes de identidade (mulher, adolescente, aposentado, homossexual, professor etc.) ou um de seus lazeres (jardinagem, decoração, carros etc.), em detrimento de um “jornalismo auxiliar da democracia”. A tendência atual de segmentação do público dá às revistas a capacidade de reafirmar a identidade de grupos de interesses específicos, “funcionando muitas vezes como uma espécie de carteirinha de acesso a eles” (SCALZO, 2009, p. 50). Segundo Neveu (2006), tal prática jornalística leva a uma relação de serviço, servindo ao consumo. Em consequência disso, o texto das revistas vira um “laboratório das lógicas de marketing”, em que os conteúdos devem levar em conta a identificação de temas promissores, o calendário dos acontecimentos que se impõem, a definição do tamanho das matérias etc.

Assim, o trabalho do jornalista é enquadrado em características precisas e fruto de “grande atenção ao aspecto visual do produto final” (NEVEU, 2006, p. 55). Scalzo (2009, p. 67) confia ao “universo de valores e de interesses dos leitores” a definição da tipologia e o corpo do texto, da entrelinha, da largura das colunas, das cores, do tipo de imagem e da forma como tudo isso será disposto na página da revista (ou capa), o *layout*, portanto. Defendemos que todas essas escolhas não são feitas em vão, elas são entrelaçadas por ideologias e estão em função de propósitos bem definidos pelos produtores do gênero.

2. Características formais da capa de revista

Conforme já definido anteriormente, situações tipificadas são padrões comunicativos com os quais as pessoas estão familiarizadas, ou seja, são padronizadas e reconhecíveis. Emergem daí os gêneros. De acordo com Kostelnick e Hassett (2003), o reconhecimento do gênero se dá visualmente através de fatores retóricos visuais, como, por exemplo, os modelos visuais usados pelos documentos, os quais geram expectativas nos leitores sobre o cumprimento de determinadas funções concernentes a determinado gênero. Esses fatores formam práticas convencionais e são intimamente relacionados

com as comunidades de discurso que os praticam. Em outras palavras, para Kostelnick e Hassett (2003, p. 97), os gêneros possuem uma identidade visual que “é enculturada pelo leitor que imediatamente reconhece seus propósitos”. Esses códigos fornecem, portanto, orientação e “pontos de referência confiáveis para interpretar seus propósitos”.

A respeito da configuração visual formal da capa, temos o estudo feito por Dionisio e Travassos (2005) no que se refere à evolução visual por que passaram as capas da revista *Superinteressante* nas publicações de seus primeiros quinze anos. Aqui, confrontando a primeira capa da primeira edição, de setembro de 1987, com a capa de seus quinze anos, isto é, a de setembro de 2002 (Figura 2, a seguir), as autoras percebem que, além de apresentar uma ampliação da diversidade temática, o *layout* de capa se manteve praticamente inalterado durante este período. Isto é, mantiveram-se a cor vermelha da capa e a cor branca dos tipos do nome da revista, bem como sua localização; o *framing* destinado ao espaço da matéria principal, imagem e chamadas, também continua marcado por linhas brancas que formam um quadrado que ocupa cerca de 80% da composição.



Figura 2: 1ª edição e a dos 15 anos de *Superinteressante*. Fonte: Dionisio e Travassos (2005, p. 180)

Procedendo com o mesmo tipo de observação feita por Dionisio e Travassos (2005), e comparando a capa da primeira edição de *Veja*, de 11 de setembro de 1968, com a edição que consta no nosso *corpus*, publicada quase quinze anos mais tarde, ou seja, a de 22 de junho de 1983, é possível observar algumas mudanças quanto ao *layout* da capa desta revista.

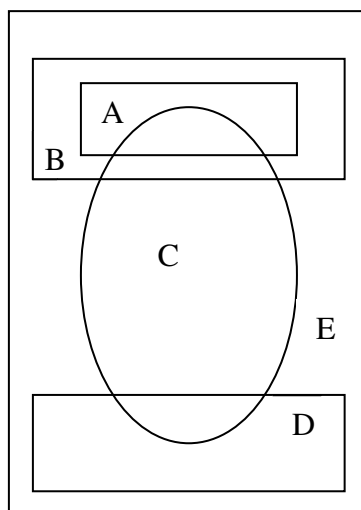


Figura 3: Confronto da 1ª capa de *Veja* com a edição 15 anos mais velha de nosso *corpus*

Observando-se a Figura 3, primeiramente percebemos que o *framing* que separava o espaço do título e informações sobre a edição do espaço para o visual, desaparece. A capa se torna mais uniforme, a partir de um *framing* de integração (VAN LEEUWEN, 2005). O título da revista mantém a localização e a fonte tipográfica em que é grafado (neste aspecto, difere do que ocorre com *Superinteressante*), porém muda de cor: do preto contrastante com o branco do fundo (a), variação constante das primeiras quatorze capas desta revista¹⁷, nesta edição (b), passa a ser grafado em branco, mantendo-se o *framing* de contraste – em outras edições, o título adquire outras cores contrastantes com os planos de fundo de cada composição (às vezes é criado um *framing* de rima entre o título e as cores predominantes na composição), o que favorece a legibilidade. É preservada ainda a tendência de exibir uma chamada marginal sobre uma faixa diagonal, localizada no canto superior esquerdo da composição – coincidentemente da mesma cor na nossa comparação da Figura 3. Todos esses códigos convencionais, formam o que se pode considerar a identidade visual da capa de *Veja*.

Kostelnick e Hassett (2003) defendem que os códigos convencionais de muitos gêneros englobam uma variedade de elementos de *design* que trabalham em conjunto para formar suas identidades visuais únicas. Nesse sentido, a identidade visual que define o gênero *capa de revista* pode ser resumida, de modo geral, pelo esquema abaixo (Esquema 3), referente à sua forma típica visualmente reconhecível:

¹⁷ Esta constatação foi feita a partir da observação do acervo digital de *Veja*, disponível no endereço: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/>>.



Esquema 3: Constituição visual formal típica da capa de revista

Os componentes verbais e não-verbais que manifestam os propósitos do gênero, portanto, se distribuem pelos campos de modo relativamente estável, sendo: (i) o campo A destinado ao título da revista, podendo figurar centralizado, ajustado mais à direita ou mais à esquerda; (ii) no campo B se distribuem as informações sobre a edição: logotipo da editora, data e número da edição, preço e código de barras (muito embora tais informações também figurem, com certa frequência, distribuídas pelo campo E, de modo geral as encontramos localizadas próximas ao título); (iii) ao campo C se destina a imagem principal, a qual pode ultrapassar os campos B e A, sobrepondo-se, inclusive, ao título; (iv) compondo, juntamente com a imagem do campo C, o conteúdo temático da capa, a chamada principal (ou chamada de capa) ocupa o campo D e é acompanhada de um subtítulo menos saliente; (v) ao campo E, por sua vez, cabe a distribuição de outros destaques da edição, como entrevistas, outras reportagens etc., localizadas tanto na parte superior quanto na inferior, à esquerda ou à direita, podendo ou não ser acompanhadas de imagens menores. As escolhas dos locais e das informações a serem distribuídas por esse esquema conduzirão os sentidos do conteúdo semântico da capa.

3. Conteúdo semântico da capa

Como quase todo discurso jornalístico, a capa se investe de uma aparente neutralidade e objetividade no tratamento dos temas enfocados e, como todo gênero, se situa social, cultural e historicamente, transmitindo a história da sociedade e da língua.

Assim, tendo em vista nosso objeto de estudo, entendemos a capa de revista como um gênero que, entre outras coisas, promove a venda e consumo de ideias. Seu conteúdo informativo, portanto, investe na conquista de um potencial leitor/consumidor, tendo seu espaço discursivo tanto no jornalismo (informação) como na publicidade (persuasão/sedução). Consequentemente, caracteriza-se por ser cuidadosamente produzida em seus componentes linguísticos e visuais.

Heberle (2004, p. 102), falando sobre revistas para mulheres, diz que,

Segundo McCracken (1993, p. 36-7), a capa funciona como uma espécie de lente interpretativa da edição: o título da revista, os tons, as cores, as imagens de beleza e sucesso servem para posicionar as leitoras favoravelmente ao conteúdo da revista.

A capa de revista, encarada como um gênero textual e, portanto, situada histórica e socialmente, possui seu valor institucional e social e, como gênero midiático, constitui-se num “barômetro sensível de transformação social” (FAIRCLOUGH, 2001), exigindo, pois, um processo de elaboração complexo. Seu enunciador é representado, de acordo com Puzzo (2009), por uma equipe de produção que envolve a participação de vários profissionais: o redator, o ilustrador, o diagramador, o fotógrafo ou artista plástico, entre outros, os quais estão de acordo com a linha ideológica da revista para a escolha da unidade temática que direcionará o resultado final: chamadas, imagens, composição dos tipos gráficos e visuais, cores etc.

O conteúdo temático das capas de revista, extraído dos assuntos em pauta no momento, traz a antecipação do que será exposto na edição, criando expectativa(s) no leitor e determinando a agenda da opinião pública. Essa antecipação pode ser feita de modo parcial, quando apenas um assunto, escolhido como principal, é apresentado verbal e visualmente pela capa, ou através de chamadas de capa que margeiam a chamada principal, possuidora de maior saliência, e podem ou não ser acompanhadas por imagens menos salientes. “Há publicações que lançam mão do recurso de várias chamadas na capa, outras privilegiam, apenas, uma única informação. É o padrão e a linha editorial da revista que vai definir tal escolha” (SCALZO, 2009, p. 64), como pode ser visto a seguir:



Figura 4: *Superinteressante*, mar. 2005

Assim, além da chamada principal, mais saliente por estar localizada próxima ao centro e estar escrita com letras garrafais, acompanhada de subtítulo, observa-se pela Figura 4 que as capas de *Superinteressante* optam por trazer outras chamadas margeando¹⁸ o foco da composição. Geralmente localizam-se no campo E, ou seja, na parte inferior, fora do *framing* da imagem e na parte superior direita. Nesta última localização, a chamada é quase sempre acompanhada de imagem.

Na Figura 4, é possível perceber o caráter referencial da imagem do papa João Paulo II através do ângulo frontal e cores quentes com que é representado. Seu gesto de erguer a mão direita em sinal de bênção¹⁹ e a presença do báculo²⁰ na outra mão completam a sua caracterização, que, juntamente com o olhar afável, ancora o sentido

¹⁸ Em virtude de nossos propósitos, tais chamadas marginais não farão parte de nossa observação nesta pesquisa.

¹⁹ Como será visto, o “gesto de bênção” é amplamente explorado pelas capas na representação do papa João Paulo II.

²⁰ Os termos e denominações referentes às vestes e aos objetos católicos foram consultados no *site* Wikipédia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Vestu%C3%A1rio_religioso>. Acessado em: 14/10/2010.

da chamada principal “*Como ele mudou o mundo*”. A presença da *interrogação oratória* (ALMEIDA JUNIOR & NOJIMA, 2010) acompanhada do olhar fixo no espectador (imagem de demanda) e o contexto da doença terminal do papa, que, mesmo acometido pelo Mal de Parkinson, não renunciou ao cargo, contribuem para levar o leitor/consumidor a um momento reflexivo, levantando questões tais como as do subtítulo: “*João Paulo II entrará para a história com herói do povo ou ditador impiedoso? Como ficará a Igreja depois dele?*”. Ao expor essas perguntas na capa, a revista assume o compromisso de respondê-las em seu interior. Essa prática investigativa corrobora o caráter científico da *Superinteressante*.

Sobre o conteúdo das revistas de divulgação científica, Dionisio e Travassos (2005, p. 180) sugerem que houve uma variação temática ao longo da história da revista *Superinteressante*, passando “da tecnologia à religião, do amor entre animais às fantasias sexuais dos homens”. Ou seja, determinados temas, pertencentes a domínios específicos, foram, ao longo do tempo, incorporados pela revista sem que ela perdesse o caráter de jornalismo científico devido ao tratamento dado, deixando de exclusivamente tratar das ciências naturais para abrir espaço às ciências humanas e sociais.

Quanto à *Veja*, esta costuma geralmente focar um único assunto na capa. Um fator que colabora para essa opção editorial é a periodicidade semanal da revista, que favorece a possibilidade de se focar o assunto ou notícia do momento. Assim, a atmosfera positiva da capa da Figura 4, de *Superinteressante*, é substituída pelo forte teor dramático da composição da Figura 5, publicada por *Veja* no mês seguinte a esta edição de *Super*.



Figura 5: *Veja*, 06 de abr. de 2005

A composição da capa vista na Figura 5 ressalta o sentido de dor e impotência do participante representado (PR), João Paulo II. Sobre um fundo de cor preta, sua expressão é de dor extrema. O ângulo frontal em *close-up* faz o leitor se aproximar e se solidarizar com o sofrimento retratado; porém, a criação de uma imagem de oferta o faz manter-se em sua posição de simples espectador do momento de “*sofrimento terminal*” vivido e exposto pelo próprio papa. Pode-se afirmar que é criada uma atmosfera de solidão, em que se destacam a dor e o sofrimento, essenciais ao resgate do “*significado original do sacrifício cristão*”, como quer o subtítulo da chamada única. A cor do céu da boca gera um *framing* de rima com o plano de fundo da composição, bem como a logomarca de *Veja*, vazada, compartilhando da escuridão. O motivo da expressão facial do participante representado apresentar olhos fortemente cerrados e boca aberta é explicado pela legenda da imagem, localizada no canto inferior esquerdo da composição: “*João Paulo II ao tentar, em vão, falar aos fiéis de sua janela no Vaticano, na quarta-feira passada*”.

Ao contrário de levantar questionamentos como faz *Superinteressante*, na maioria

das vezes, *Veja* afirma, denomina e impõe a “verdade dos fatos”, tanto imagética como verbalmente, ao leitor, que deve aceitá-la. Entretanto, é possível afirmar, juntamente com Puzzo (2009), que a organização prévia das capas a partir das pautas obedece a um processo de produção e, apesar de apresentarem os ditos fatos reais, deles se distanciam pela articulação de procedimentos estéticos verbo-visuais:

Pela unidade articulada ao tema, o(s) enunciador(es), pressupõe(m) um leitor correspondente ao público/leitor da revista, considerando também os interesses pelos episódios do contexto imediato. Desse modo, as capas são concebidas em função dessas redes complexas (PUZZO, 2009, p. 02).

Além disso, as categorias em que se enquadram as revistas também definem o conteúdo da capa, de modo que revistas são classificadas em femininas, de divulgação científica, de informação, para adolescente etc., numa grande variedade, as quais tratam de assuntos e temas referentes aos universos particulares dos seus leitores/consumidores alvo. Só a Editora Abril, por exemplo, de acordo com o *site* do Grupo Abril²¹, publica cerca de 46 títulos voltados para os mais variados segmentos da sociedade. Segundo o mesmo *site*, a *Veja* é categorizada como “revista semanal de informação”, sendo a terceira maior do mundo.

3.1 A religião nas capas de *Superinteressante*

Em 1995, oito anos após sua primeira publicação, *Superinteressante* vai apresentar o tema religião como destaque de capa, abordando o Candomblé. Isso implica uma mudança de conceito da revista, antes voltada à ciência e às inovações tecnológicas e agora tratando também de temas das ciências humanas. Tal presença se torna uma constante cada vez mais frequente na revista, com o ápice no ano de 2002, em que há quatro das 12 edições do ano com temática voltada a assuntos ligados a religião.

A Tabela 2, a seguir, mostra cronologicamente o percurso que a religião seguiu nas capas de *Superinteressante*. Antes, ressalte-se que a maioria das capas de ambas as revistas em questão não trazem explicitamente nomeação de prática religiosa específica. Consideramos, portanto, para fins de categorização das capas para a elaboração das Tabelas 2 (abaixo) e 3 (p. 57), palavras e imagens pertencentes ao campo semântico da religião específica – por exemplo: padre, papa, santos, cardeais etc. tratam do

²¹ Site do Grupo Abril: <http://www.grupoabril.com.br/institucional/editora-abril.shtml>. Acessado em julho de 2010.

catolicismo; médiuns, espíritos, vida após a morte etc. foram classificadas como tratando do espiritismo; e assim por diante. Classificadas dessa forma, cinco pilares religiosos principais puderam ser estabelecidos, sob os quais se organizaram os assuntos definidos, quais sejam, Cristianismo – que engloba, principalmente, as representações de Jesus Cristo enquanto personagem histórica, as representações do Catolicismo e as do Protestantismo²² –, Espiritismo – sobre Chico Xavier, médiuns, espíritos etc. – Candomblé, Islamismo, Budismo e Santo Daime. As capas para as quais não foi possível estabelecer um vínculo institucional claro – um total de 14, do *corpus* coletado – foram desconsideradas em nosso estudo, já que foram categorizadas como sobre religiosidade, ou seja, tratam de assuntos como fé, Deus, exorcismo etc., são, por sua vez, mais universais.

Tabela 2: Publicações de *Superinteressante* sobre religião ao longo dos anos

ANO	EDIÇÕES	RELIGIÃO / ASSUNTO
1995	jan.	Candomblé: Candomblé
1996	abr.	Cristianismo: Jesus
2001	ago. nov.	Budismo: Dalai Lama Islamismo: Alcorão
2002	mar. set. dez.	Budismo: Buda Espiritismo: Espiritismo Cristianismo: Jesus
2003	jul. dez.	Cristianismo: Abrão Cristianismo: São Paulo
2004	fev. abr. dez.	Cristianismo: Protestantismo Cristianismo: Jesus Cristianismo: Jesus
2005	mar.	Cristianismo: Catolicismo
2006	mai. jun.	Cristianismo: Judas Cristianismo: Catolicismo
2007	mar. mai. dez.	Espiritismo: Espíritos Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo
2008	mai.	Espiritismo: Médiuns
2010	abr.	Espiritismo: Chico Xavier

Como se vê, após 1995, ano da primeira publicação sobre o tema, até 2000, houve uma baixa frequência da presença desta temática, com uma média de menos de uma (0,6) capa por ano dedicada à religião. Contudo, a partir de 2001 até 2008, essa média sobe para quase três (2,75) capas sobre religião anuais. Considerando-se a periodicidade mensal da revista, essa é uma média relativamente alta. Pode-se notar, ainda,

²² *Catolicismo e Protestantismo* servirão como um rótulo maior que agrega os assuntos ligados a estas duas práticas religiosas, agrupadas, por sua vez, sob a categoria *Cristianismo*. Essa opção foi feita devido ao número maior de capas que tratam desses dois assuntos, consequentemente, ao número maior de variáveis trabalhadas dentro dessas duas nomenclaturas. Cf. Tabela 1, em anexo.

observando-se a Tabela 2, que há uma maior variedade de assuntos abordados dentro desse tema por esta revista, quando comparada à variedade de abordagens tratadas por *Veja* – conforme a Tabela 3, a seguir. A esse respeito, pode-se afirmar que tal variedade se deve ao fato de o conteúdo semântico da divulgação científica trabalhar em função da discussão polêmica “sobre qualquer domínio científico que esteja na moda ou chame a atenção do público de qualquer maneira” (VITORINO, 2007), seja por ser um assunto exótico, curioso, pouco falado, ou polêmico.

Com relação a este fato, ou seja, a inclusão do tema religião na capa de uma revista de caráter científico, podemos entendê-lo através do conceito de *kairos*. Miller e Shepherd (2009, p. 64) defendem que os gêneros devem ser observados em relação ao *kairos*, numa perspectiva evolutiva, pois o gênero, bem como o seu conteúdo, incorpora novidades, acomoda restrições, ajusta ideologias etc., tudo isso num tempo-espço oportuno:

O *kairos* descreve tanto o sentido segundo o qual o discurso é compreendido como apropriado e oportuno (...) quanto a forma como o discurso pode agarrar-se à oportunidade única de um momento fugaz para criar uma nova possibilidade retórica.

Nesse sentido, houve um tempo-espço oportuno em que “forças evolucionárias”, operando no discurso de divulgação científica, proporcionaram oportunidades para a inovação. Assim, para que a *Superinteressante* pudesse creditar às suas páginas — e como tema central de sua capa — algo que, até então, não se esperava ou não se adequava a seu estatuto de revista científica, os papéis, as relações sociais disponíveis e as possibilidades para a ação social se revelaram e se ampliaram. Esse momento culmina em janeiro de 1995.



Figura 6: Capa de *Superinteressante*, nº 88, janeiro de 1995

A primeira capa de *Superinteressante* com destaque para a religião (Figura 6) enfoca, em letras garrafais azuis, o “Axé Brasil!” na chamada principal, expressão que será associada à prática afro-descendente candomblé. Prometendo fazer uma “radiografia de uma religião”, a revista nomeia e apresenta uma coleção de elementos e símbolos que fazem parte de uma prática religiosa popular, mas não tão disseminada no Brasil²³. Assim, “mães-de-santo, orixás, terreiros, búzios, atabaques, sacrifícios, oferendas e festa, muita festa” são os elementos e termos dessa religião, os quais compõem a extensa chamada localizada à esquerda da composição, que se alinha à imagem de objetos sagrados denominados por uma legenda, localizada no canto direito inferior, como “*Símbolos de Xangô, o Orixá do trovão e do fogo*”: machado de lâmina dupla dourada, escultura de madeira representando o orixá, colar de contas brancas e marrom, dispostos sobre um tecido amarrotado amarelo-ouro, cores-símbolo do orixá.

²³ De acordo com dados do Censo Demográfico do IBGE – 2000, 0,08% da população se declaram praticante do candomblé. Mais informações, disponíveis em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/censo2000_populacao.pdf>.

Observam-se na chamada dois recursos usados para dar saliência: as letras em caixa-alta da chamada principal e as palavras escritas em azul, tanto da chamada principal, conforme já foi dito, como do subtítulo escrito em caixa-baixa, contrastando com o preto dos demais tipos. Dentre as palavras salientes, destacam-se “*feita*”, que aparece duas vezes, sendo uma vez acompanhada do intensificador “muita”, e “*candomblé*”, destacando-se o caráter festivo de uma prática que tem no “Axé Brasil” uma espécie de lema identificador deste que é um “*culto africano que fez (e faz) a cabeça da civilização brasileira*”, como complementa o subtítulo.

3.2 A religião nas capas de *Veja*

Lançada em 1968, já na edição de número dois, *Veja* estampa a religião na capa, evidenciando a abrangência do conteúdo semântico que aborda e demonstrando o interesse pela cobertura de temas com teor noticioso, entre os quais política, economia, saúde etc. Assim, diferentemente de *Superinteressante*, a religião foi tratada pela revista *Veja* no decorrer de seus atuais 42 anos de existência. Observando-se a tabela a seguir (Tabela 3), pode-se perceber, cronologicamente, como o tema foi abordado por *Veja* e como outras religiões foram ganhando espaço entre as capas dedicadas ao catolicismo (prática representada predominantemente).

Tabela 3: Publicações de *Veja* sobre religião ao longo dos anos

ANO	EDIÇÕES	RELIGIÃO / ASSUNTO
1968	18/set.	Cristianismo: Catolicismo
1970	02/dez.	Cristianismo: Catolicismo
1971	17/fev. 13/out.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo
1972	05/jul.	Cristianismo: Catolicismo
1973	07/fev.	Cristianismo: Catolicismo
1974	25/dez.	Cristianismo: Catolicismo
1976	29/dez.	Cristianismo: Catolicismo
1978	16/ago. 04/out. 25/out.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo
1979	30/jan.	Cristianismo: Catolicismo
1980	02/jul. 09/jul. 29/out.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo
1981	20/mai. 07/out.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Protestantismo
1983	22/jun.	Cristianismo: Catolicismo
1990	16/mai.	Cristianismo: Protestantismo
1991	25/dez.	Cristianismo: Catolicismo
1992	23/dez.	Cristianismo: Jesus
1995	12/abr. 25/out. 06/dez.	Cristianismo: Jesus Cristianismo: Protestantismo Cristianismo: Protestantismo
1996	22/mai.	Cristianismo: Catolicismo
1997	02/jul. 01/out.	Cristianismo: Protestantismo Cristianismo: Catolicismo
1998	08/abr. 15/jul. 04/nov.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Protestantismo Cristianismo: Catolicismo
1999	10/fev. 15/dez.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Jesus
2001	10/out.	Islamismo: Fundamentalismo
2002	24/abr. 03/jul. 25/dez.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Protestantismo Cristianismo: Jesus
2003	08/out.	Cristianismo: Catolicismo
2004	15/dez.	Cristianismo: Jesus
2005	06/abr. 13/abr. 27/abr. 11/mai.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo Espiritismo: Vida após a morte
2006	12/jul.	Cristianismo: Protestantismo
2007	28/fev. 16/mai.	Cristianismo: Catolicismo Cristianismo: Catolicismo
2009	19/ago.	Cristianismo: Protestantismo
2010	24/mar.	Santo Daime: Psicótico

Pela Tabela 3, percebe-se a evidência da primazia do catolicismo nas capas de *Veja*. De 1968 a 1979, a religião é o foco dos debates da revista. O protestantismo²⁴ figurará apenas em 1981, em uma capa, e novamente, quase dez anos depois, em 1990. A partir deste ano, os assuntos se tornam mais variados, e outras vertentes religiosas ganham espaço nas pautas da revista. Contudo, práticas menos populares no Brasil, como o islamismo, o espiritismo e o santo daime, são tratadas pela revista em apenas uma capa para cada religião. Tendo em vista a diversidade de crenças constatadas no Brasil²⁵, nota-se, ainda, que o leque de práticas representadas nas capas de *Veja* é relativamente restrito. Constata-se, desse modo, que a revista desconsidera outras religiões também praticadas no país, como as de origem africanas, indígenas²⁶ e orientais, resumindo-as em, basicamente, uma forma de crer: o catolicismo, com trinta, das 55 capas da revista *Veja* sobre religião.

Temos, pois, a primeira capa de *Veja* sobre religião (Figura 7), que, como já foi dito, tem a Igreja Católica como foco:

²⁴ Utilizaremos, em grande medida, o termo “Protestantismo” como um rótulo para os cristãos não-católicos (Cf. CAMPOS, 2004). De acordo com Rocha e Basaglia (2009), a denominação *evangélico* engloba tanto os seguidores do protestantismo tradicional, como as igrejas pentecostais. Desconsideraremos fatores históricos e peculiaridades que distinguem estes termos (*protestantes* e *evangélicos*), e tomaremos um pelo outro neste trabalho, utilizando em grande medida, como foi dito, *protestantismo/protestantes* de modo mais genérico.

²⁵ O Brasil possui uma rica diversidade de práticas religiosas. A este respeito, Cf. o Censo Demográfico de 2000 - IBGE, disponível em

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/populacao/censo2000_populacao.pdf>.

²⁶ Salvo a capa sobre o Santo Daime (*Veja*, 24/mar./2010), que, na verdade, fala sobre um crime que teria sido motivado pelo uso do chá alucinógeno oferecido nos rituais desta “seita”.



Figura 7: Capa da edição nº 02 de *Veja*, 18/09/1968

A primeira capa religiosa de *Veja* (Figura 7), publicada em setembro de 1968, traz uma indagação levantada pela chamada única, a qual é complementada pela imagem. “*Para onde vai a igreja?*”, escrita em caixa alta, com tipos brancos e localizada à esquerda, mais a coleção de objetos sobrepostos na composição imagética — um báculo dourado sobre um missal (do qual se vê apenas uma pequena parte da capa, no rodapé da composição) e uma fotografia em preto e branco de dois bispos, arranjados sobre uma casula vermelha e margeados à esquerda por uma patena com hóstia — deixam claro que o que se está questionando diz respeito à Igreja Católica. O contexto aqui é o da Teologia da Libertação²⁷, e a “opção pelos pobres” (ROSADO-NUNES, 2004) do episcopado, em que um dos seus líderes, Dom Hélder Câmara, é retratado com o braço direito e sobrancelhas erguidos, em uma fotografia em preto e branco, em plena era da

²⁷ De acordo com Rosado-Nunes (2004, p. 23), do final da década de 1960 até meados de 1980 vigorava no Brasil um “catolicismo da libertação”: “A Igreja Católica parecia – e aparecia –, à época, afinada com a sociedade brasileira e seus anseios democráticos e de justiça social”.

Ditadura Militar no Brasil. Ou seja, da composição pode-se deduzir que *Veja* quer perguntar: a Igreja Católica vai para onde os padres “comunistas” quiserem?

Ao compararmos a primeira capa religiosa de *Superinteressante* com a primeira capa religiosa de *Veja* (Figura 8), o que se observa é que são usados praticamente os mesmos recursos para a formatação das duas composições, a saber, a imagem de uma coleção de elementos simbólicos componentes de uma prática religiosa e a chamada na posição de informação nova.



Figura 8: As duas primeiras edições religiosas de *Veja* e de *Superinteressante*

É possível constatar, observando-se a Figura 8, que *Superinteressante* tenta legitimar o candomblé, com seus amuletos, entidades, usos e costumes, como uma religião, tratando-a como uma religião popular, que “*fez (e faz) a cabeça*” não de alguns adeptos, mas de toda uma denominada “*civilização brasileira*”. Esse intento é comprovado através desta “transposição” do mesmo recurso, utilizado na estreia do tema pelas capas das duas revistas. Enquanto *Veja* trata da maior religião do Brasil, o catolicismo, *Superinteressante* se propõe a “radiografar” um culto que, apesar de ser parte da “civilização brasileira”, é pouco conhecido ou pouco tratado pela mídia. É possível afirmar que, ao produzir tal “intertextualidade”, baseando sua primeira capa sobre religião nos moldes da primeira capa sobre religião de *Veja*, a *Superinteressante* tenta retratar o candomblé com igualdade, mostrando que o Brasil, um país católico, também é terra do candomblé, e que esta é,

sobretudo, uma religião, com seus símbolos e práticas, assim como o catolicismo.

Assim como foi constatado neste caso, a reprodução de um mesmo recurso para a representação religiosa pode ser vista em outras capas, sobre outras práticas. Estamos tratando este fenômeno como uma recorrência do uso dos recursos semióticos para a representação da religião, e é esta recorrência que analisaremos no próximo capítulo.

Finalizamos este capítulo com a totalização do número de capas para cada manifestação religiosa categorizada (Tabela 4, abaixo). A partir destes dados, realizamos um recorte analítico com as duas categorias mais significativas numericamente, para a realização da análise que segue: Cristianismo e Espiritismo. Lembramos que o estudo não tem caráter comparativo, apesar de trabalharmos com duas revistas distintas. O principal objetivo é entender como a representação das religiões é feita de modo genérico por revistas laicas. O foco do Capítulo 4, portanto, é no número total de capas para cada categoria levantada.

Tabela 4: Total de capas para cada manifestação religiosa categorizada

RELIGIÃO	Assunto	Número de Capas		TOTAL
		<i>Superinteressante</i>	<i>Veja</i>	
Cristianismo	Catolicismo	04	30	56
	Jesus	04	06	
	Protestantismo	01	09	
	Judas	01	-	
	São Paulo	01	-	
Espiritismo	Espiritismo	01	-	05
	Vida após a morte	-	01	
	Espíritos	01	-	
	Médiuns	01	-	
	Chico Xavier	01	-	
Islamismo	Alcorão	01	-	02
	Fundamentalismo	-	01	
Budismo	Dalai Lama	01	-	02
	Buda	01	-	
Candomblé	Candomblé	01	-	01
Santo Daime	Psicótico	-	01	01

CAPÍTULO 4

RECURSOS SEMIÓTICOS COMBINADOS PARA A REPRESENTAÇÃO DA RELIGIÃO PELA CAPA DE REVISTA

Os textos, perpassados por relações de poder (FAIRCLOUGH, 2001), são usados para manter ou desafiar: a) formas de conhecimentos ou crenças, b) relações sociais, e c) identidades ou posições sociais. Miller e Shepherd (2009, p. 86) enfatizam que gêneros jornalísticos “claramente requerem uma audiência pública e normalmente procuram uma audiência tão vasta quanto possível – o objetivo retórico é influenciar a opinião ou a ação”. A capa de revista, inserida nesse contexto, promove sua ação sociorretórica através de recursos semióticos (verbais e visuais) combinados multimodalmente.

Neste capítulo, analisamos a produtividade dos recursos semióticos promotores das metafunções interpessoal (contato, enquadramento e ponto de vista/ângulo) e composicional (valor informativo do verbal e do visual) (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006) nas capas das revistas que compõem as duas principais categorias religiosas representadas: Cristianismo e Espiritismo. Após a discussão desses resultados, seguimos com a análise dos outros recursos considerados recorrentes na representação de cada prática categorizada, ou seja, gestos, tipo de imagem, objetos etc., e da relação destes com os participantes representados (PR) e demais recursos observados.

Uma observação dimensional de tais recursos, “culturalmente feitos, socialmente aprovados e social e culturalmente específicos” (KRESS, 2009, p. 59), para cada domínio de representação, ou seja, para cada fenômeno religioso tratado pelas capas de *Superinteressante* e *Veja*, pôde ser feita através da Tabela 1 (em anexo). Os recursos vistos como recorrentes foram descritos e nomeados segundo critérios das pistas visuais sobre a religião, ao mesmo tempo em que foram analisados e interpretados qualitativamente, segundo uma orientação voltada para o texto, e de acordo com fatos e aspectos propostos por sociólogos da religião, citados ao longo da análise.

Assim, para este segundo momento da análise, foram classificados quatro recursos semióticos recorrentes para a representação de quatro principais assuntos dentro das religiões categorizadas, a saber: (1) o gesto de bênção do papa João Paulo II, para o Catolicismo; (2) o detalhe de obra de arte para representar Jesus Cristo; (3) a imagem da Bíblia, para o Protestantismo; e (4) o ponto de luz, para o Espiritismo.

Nota-se que os diversos recursos mobilizados pelas capas das revistas investigadas reafirmam seus posicionamentos ideológicos, favorecendo a expansão de sua ação social, bem como dos seus propósitos comunicativos. Nesse sentido, é possível constatar que a recorrência destes recursos e combinações, associados por convenção a práticas religiosas específicas, criam as identidades visuais e representações das religiões em questão.

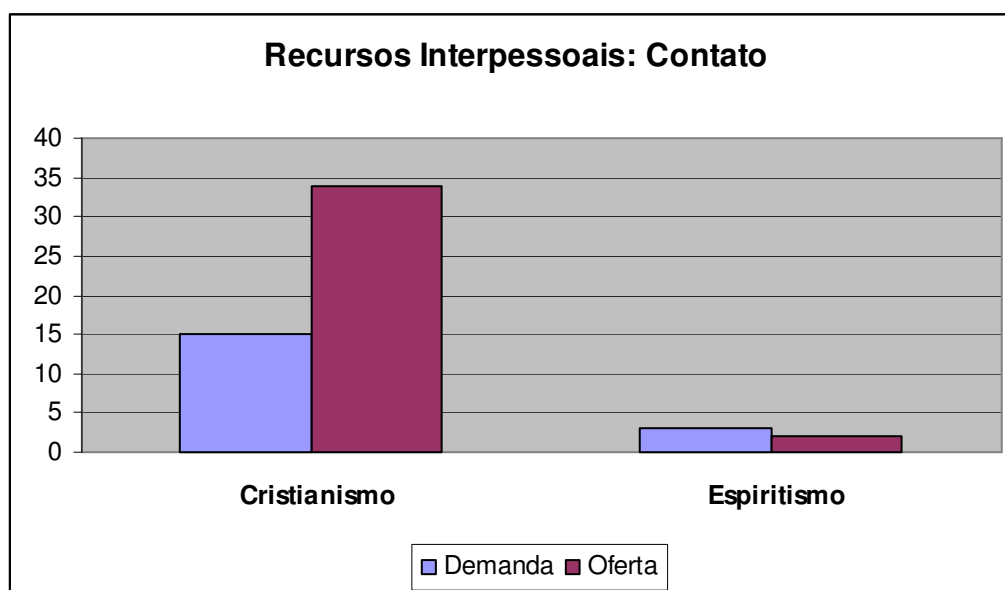
1. Recursos interpessoais e composicionais mobilizados pela capa sobre religião

A seguir, apresentamos os dados referentes à observação dos recursos apontados pela gramática do *design* visual, privilegiados em nosso recorte analítico. Foi feita uma visão panorâmica a partir da Tabela 1 (em anexo), a qual mostra os detalhes de cada recurso observado em cada capa constitutiva do *corpus* desta pesquisa. Exibimos aqui os resultados mais significativos para a representação dos assuntos referentes às categorias identificadas (Cristianismo e Espiritismo), evidenciando como se dão os usos dos recursos mobilizados para se produzirem os significados interpessoais e composicionais.

Percebemos como os recursos que traduzem o tipo de contato que se pretende estabelecer entre o leitor/consumidor e o participante representado (PR) na imagem da capa são explorados. Estes recursos são as imagens de demanda e as imagens de oferta. Respectivamente, uma firma o contato entre o olhar dos participantes, de modo a estabelecer uma relação imaginária de interação; a outra não permite que haja tal relação, limitando ao espectador apenas a contemplação da ação realizada pelo PR em seu mundo mostrado.

De acordo com Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), a escolha entre demanda e oferta pode caracterizar alguns gêneros. Entretanto, percebemos que há uma predominância das imagens de oferta sobre as imagens de demanda na representação das capas sobre o Cristianismo, enquanto o contrário se dá nas capas sobre o Espiritismo.

Gráfico 1:



Foi constatado que há uma predominância da oferta sobre a demanda numa proporção menor nas capas referentes ao Protestantismo, quando comparadas às capas que trabalham com outros assuntos ligados ao Cristianismo (ver Tabela 1, em anexo). Neste caso, muito embora o Protestantismo seja uma religião caracterizada comumente pelo seu caráter proselitista – por isso não é tão inferior a ocorrência de demanda com relação à oferta –, explicamos o destaque da oferta em sua representação pelo fato de que esta se dê muito mais pela exaltação de um símbolo sagrado, a Bíblia, como se verá, do que pela presença de um participante humano em particular, o que torna inviável a interação pelo contato.

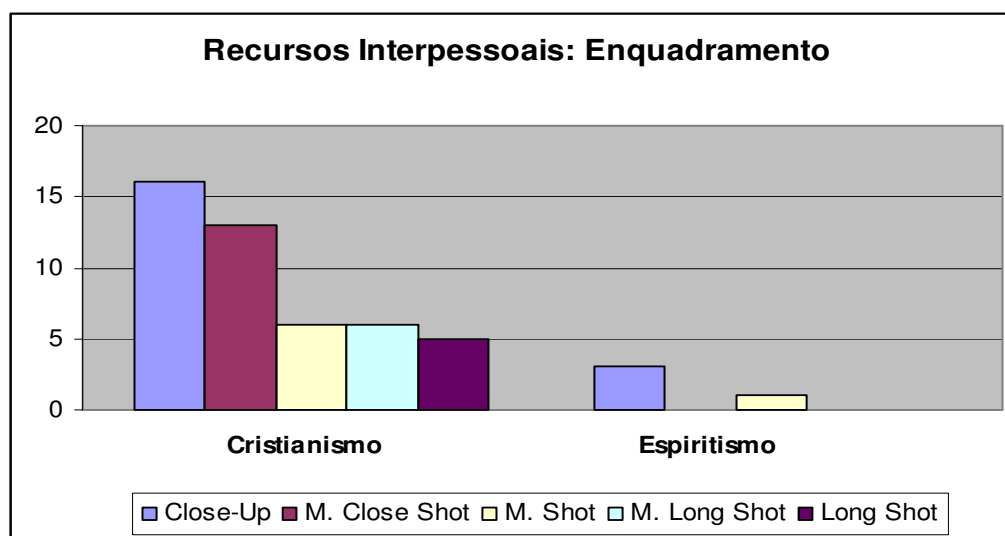
No que se refere ao Espiritismo, este dado (Gráfico 1) está ligado também a como a religião é recorrentemente representada, ou seja, as suas composições se dão em torno de um ponto luminoso central, um ponto de luz. A este respeito, Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) dizem que os faróis de um carro podem ser vistos como os olhos de um participante, por exemplo; afirmação que estendemos ao tipo de interação que se cria com o recurso do ponto de luz no respectivo contexto (ver exemplos na Figura 9, a seguir), como será explicado em momento oportuno, mais adiante, no subtópico 2.4 (p. 95).



Figura 9: Contato: a *demanda* predomina sobre a *oferta* no Espiritismo (Exemplos)

Retomando o Gráfico 1, esse resultado (a predominância das imagens de oferta, principalmente nas capas sobre o Cristianismo) revela que o estabelecimento de uma relação de engajamento social entre a imagem para com o espectador não é permitido com o sagrado. Nota-se que a religião é mostrada muito mais como um objeto de contemplação com o qual não se permite uma interação de fato, ela é simplesmente oferecida aos fieis leitores. Contudo, apesar de geralmente não haver essa relação mais direta entre o que quer o PR do seu observador, outras formas de proximidade social são mobilizadas para suprir essa ausência de demanda, como a aplicação do enquadramento em proximidade (Gráfico 2) e do ângulo frontal (Gráfico 3).

Gráfico 2:



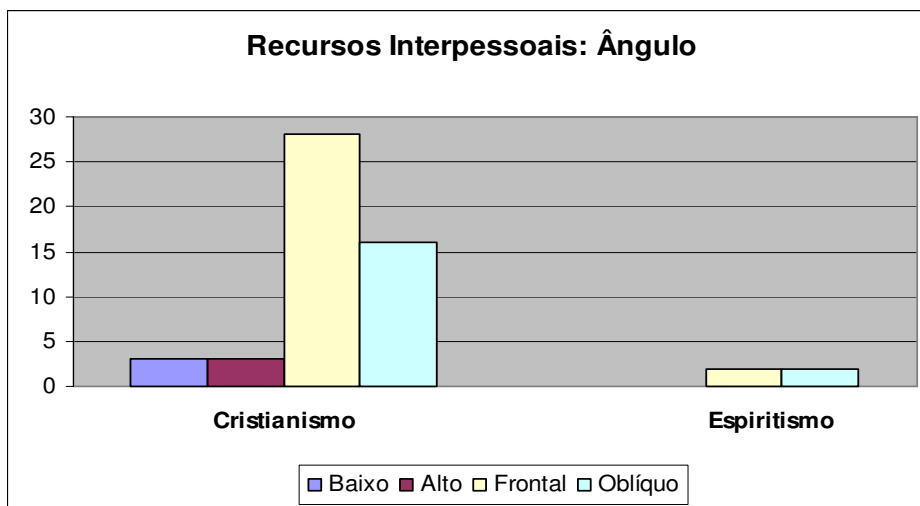
O Gráfico 2, acima, exhibe a segunda dimensão do significado interativo nas imagens, ou seja, o uso dos recursos que refletem o enquadramento que o produtor aplica à imagem, promovendo, ao mesmo tempo, distância ou proximidade social. Percebe-se que há uma variação na exploração deste recurso por parte das capas, no entanto, prevalecem os enquadramentos em proximidade: *close-up*, em ambas as categorias, e *Medium close shot* (média proximidade), no Cristianismo. Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) dizem que padrões de distância podem se tornar convencionais em gêneros visuais. Desse modo, em capas de revistas com temática religiosa este padrão é o do enquadramento em proximidade para a representação do participante representado (PR). Como se pode perceber na Figura 10, a seguir, o enquadramento aproxima o PR, a fim de refletir uma pretendida relação (imaginária) de intimidade social entre este e o espectador, já que o gênero propõe fazer revelações, investigações e esclarecimentos acerca dos assuntos tratados, aproximando ainda mais o leitor/consumidor destes.



Figura 10: O *enquadramento* em proximidade caracteriza a representação religiosa

Os dados do terceiro gráfico, abaixo, revelam como o recurso do ângulo é explorado pelas capas. Para os autores da gramática visual, a produção de uma imagem envolve não apenas as escolhas referentes à oferta e à demanda, ou à seleção de um certo tipo de enquadramento, mas também a seleção do ângulo é importante. Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) dizem que este recurso é responsável por expressar “atitudes subjetivas”, mas que são socialmente determinadas.

Gráfico 3:



Nota-se, no Gráfico 3, que as capas oscilam principalmente entre os ângulos frontal e oblíquo, sendo que aquele prevalece sobre este nas capas sobre o Cristianismo, enquanto que para o Espiritismo percebe-se um empate na recorrência dessas duas variáveis. A predominância do ângulo frontal reflete o caráter de objetividade que se quer imprimir à composição, tendo em vista que este tipo de ângulo favorece tal objetividade, mostrando o PR numa relação igualitária com o interactante.

A participação do ângulo oblíquo nestas representações, porém, não pode ser desconsiderada, tendo em vista que este divide espaço com o sentido de igualdade social, mas, neste caso, sem o engajamento que o ângulo frontal cria, mantendo o espectador na sua devida posição de não participante daquele mundo representado pela imagem. A religião, aqui, é mostrada como algo à parte, um mundo do qual, concordando com a predominância da “oferta” sobre a “demanda”, o espectador não faz parte, devendo ser, este mundo, contemplado apenas. Os exemplos vistos na Figura 11 deixam ver os tipos de relações instituídas entre os participantes, a saber, as relações de envolvimento e de poder, expressas, por sua vez, pelo ponto de vista ou ângulo, frontal ou oblíquo.



Figura 11: O ângulo frontal divide espaço com o oblíquo

O que se pode perceber com relação aos recursos que refletem a metafunção interpessoal da linguagem, é que, de maneira geral, a religião é representada pelas capas de revista a partir de uma perspectiva menos interativa (pelas imagens de oferta), porém essa representação é feita de modo objetivo (ângulo frontal) e através de uma proximidade social imaginária (enquadramento em *close up* ou *medium shot*), a qual permite ao interactante ter maior intimidade e liberdade para questionar e/ou corroborar com o que a capa propõe.

No que diz respeito às variáveis referentes aos recursos promotores da metafunção composicional, a observação da Tabela 1 (anexo) nos apresentou os seguintes resultados:

Gráfico 4:

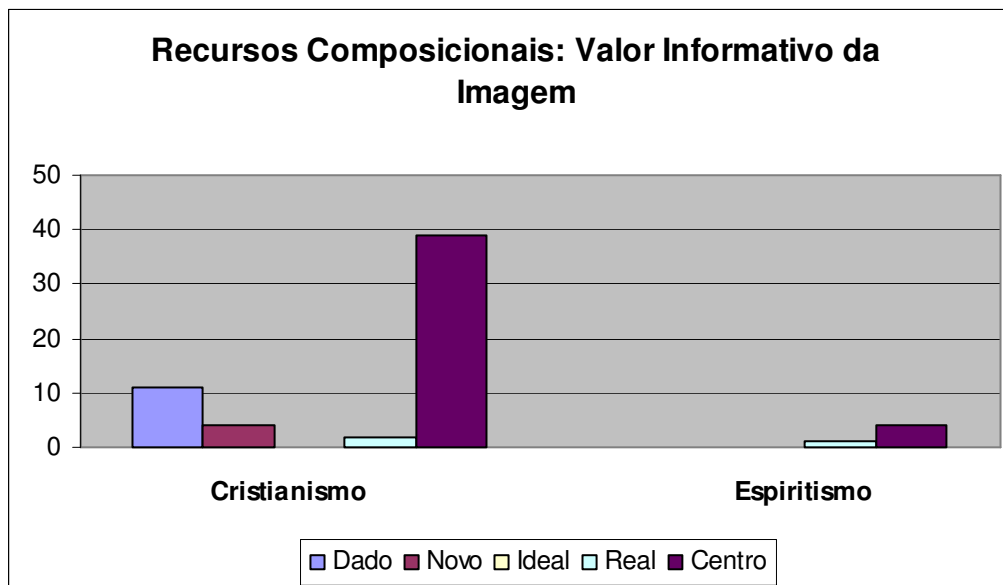
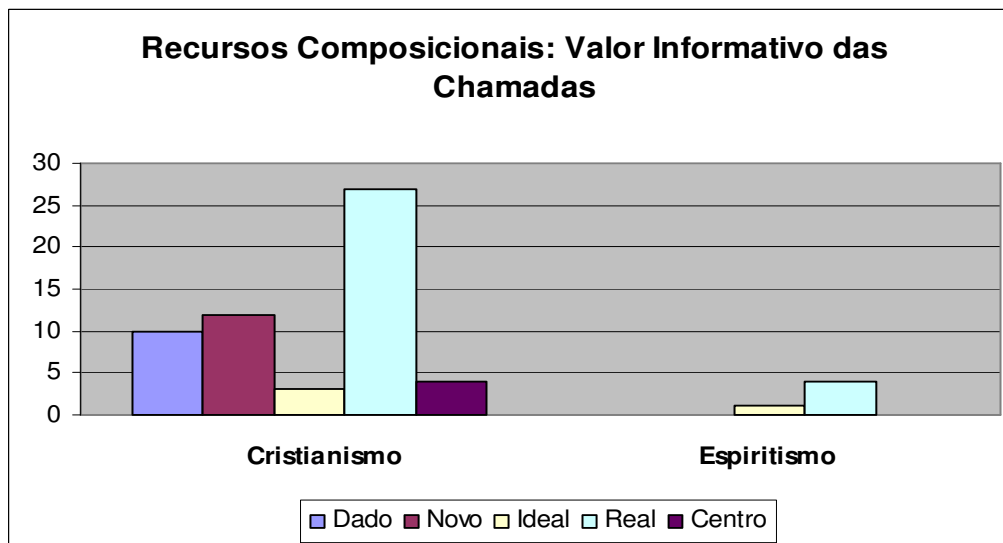


Gráfico 5:



A partir da análise dos Gráficos 4 e 5, percebe-se que o componente composicional das capas em questão se realiza sobre o paradigma centro-real. Isto é, as imagens ocupam preferencialmente o núcleo da informação da capa, o centro, enquanto as chamadas são geralmente apresentadas na parte inferior da composição, na posição de informação real. Kress e van Leeuwen ([1996] 2006) afirmam que, quando há elementos reconhecidos como centrais em uma composição, os demais estão, de alguma forma, subordinados a

estes. Assim, podemos dizer que, em uma relação hierárquica, a imagem para as capas sobre religião se encontra num “núcleo simbólico” (KRESS & VAN LEEUWEN, 1996), a partir do qual as mensagens verbais das chamadas devem construir seu significado.

2. Os recursos semióticos que promovem a identidade visual da religião

Ao examinarmos as capas organizadas cronologicamente por manifestação religiosa categorizada, a partir da Tabela 1 (em anexo), percebemos que há recursos que, pela sua recorrência, (re)configuram a identidade visual de cada religião, processo este que se dá através de convenções estabelecidas ao longo do tempo pela própria recorrência de usos de determinados recursos semióticos nas capas analisadas, mostrados como inerentes a cada religião representada. Retomando Fairclough (2001), tal processo mantém ou desafia conhecimentos, crenças, relações sociais e identidades.

Assim, como já foi salientado, os recursos identificados, classificados e analisados neste tópico foram observados e interpretados em seu uso frente às combinações multimodais estabelecidas para a construção da capa de revista, tendo-se em vista o recorte teórico-analítico exposto nesta dissertação.

2.1 João Paulo II e seu inexorável gesto de bênção

Das 34 capas sobre o Catolicismo, a figura do papa João Paulo II aparece em 11 – sendo uma de *Superinteressante* e as demais de *Veja* – o que o torna o personagem mais explorado, paralelamente à imagem de Jesus Cristo (com 10 capas dedicadas), por todas as capas do *corpus* coletado. Esta informação evidencia a força histórica deste personagem, que teve seus 26 anos de pontificado amplamente acompanhados pela mídia, bem como um grande poder de influência sobre os meios de comunicação e, conseqüentemente, sobre a opinião pública.

Das composições em que a imagem de João Paulo II é estampada, o que se sobressai é a utilização do gesto, realizado por este participante, como recurso semiótico retomado para a sua representação, a saber, o erguer das mãos (a mão direita, geralmente) em direção aos fiéis em sinal de bênção. A este respeito, pode-se dizer que:

As maneiras como atores sociais são representados em textos podem indicar posicionamentos ideológicos em relação a eles e a suas atividades. Determinados atores, por exemplo, podem ter sua agência ofuscada ou

ênfata em representações, podem ser representados por suas atividades ou enunciados ou, ainda, podem ser referidos de modos que presumem julgamentos acerca do que são ou do que fazem (REZENDE & RAMALHO, 2006, p. 72).

Neste caso, percebe-se que a ênfase recai sobre um gesto que simboliza uma ação maior pressuposta para este ator. Assim, há quatro ocorrências da mesma forma de representação, através do mesmo gesto realizado pelo PR, configurando-se como uma recorrência necessária para a instituição deste como recurso semiótico convencionado para a representação do papa João Paulo II, já que, das capas que trazem outros papas como assunto (João Paulo I: *Veja*, em 04 de out. de 1978; e Paulo VI: *Veja*, 02 de dez. de 1970 e 16 de ago. de 1978), excetuando-se Bento XVI, como se verá adiante, nenhum outro é mostrado repetindo tal gesto. Na Figura 12, a seguir, é possível observar as composições supracitadas:



Figura 12: João Paulo II e seu gesto de bênção

O que se vê nas capas da Figura 12, é a linha cronológica da configuração do gesto realizado pelo representante maior do Catolicismo²⁸ como um recurso semiótico. Neste

²⁸ João Paulo II é a figura que mais se repete nas capas sobre o Catolicismo. Ou seja, o sacerdote aparece em 32, 6% de um total de 34 capas que tematizam a religião. Os outros personagens católicos que se repetem, cada um com 2 ocorrências em capas de *Veja*, são: os papas Paulo VI e Bento XVI e o padre Marcelo Rossi.

sentido, a capa de *Superinteressante* de 2004 (vista na Figura 12 e na Figura 4, p. 49), representa João Paulo II através de uma imagem de demanda, isto é, com os olhos voltados para o interactante, erguendo a mão direita, abençoando o espectador, ao mesmo tempo em que o encara. Tal recurso é explorado pela primeira vez por *Veja* em 1980, após a terceira edição em que João Paulo é o tema principal:

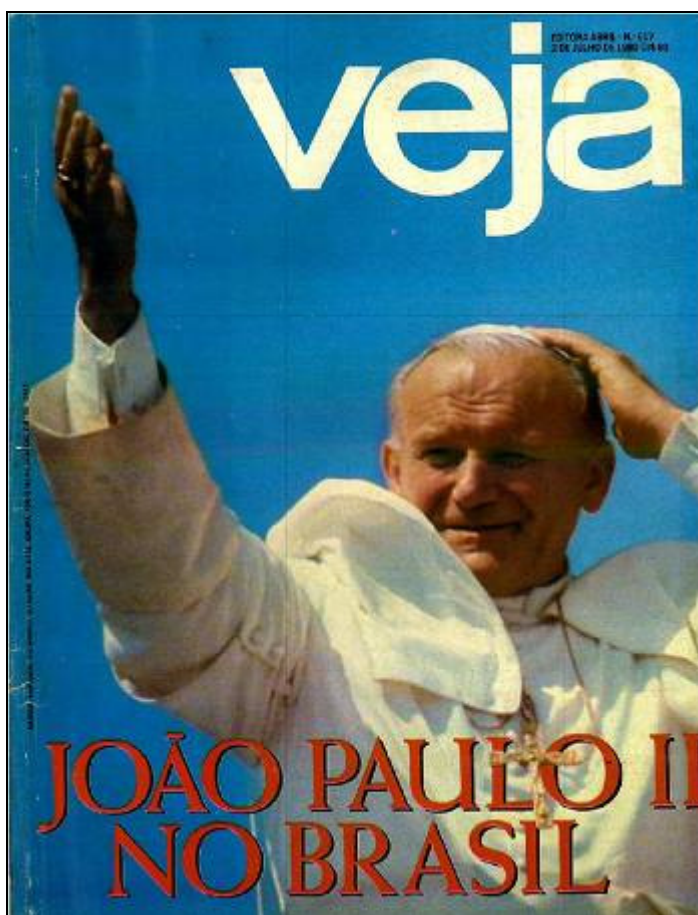


Figura 13: *Veja*, 02 de jul. de 1980

A publicação da capa da Figura 13 se dá em decorrência da visita de João Paulo II ao Brasil. Vemos, a partir de um ângulo baixo, o PR com a mão esquerda sobre a cabeça, apoiando o solidéu que ameaça ser levado pelo vento, o mesmo que levanta parte da mozeta sobre o ombro direito. Sob um céu limpo, o papa esboça um sorriso à medida que contrai sua face, frente à claridade do meio dia em que desembarcou, em segunda visita ao Brasil (a primeira foi um ano antes), no aeroporto de Brasília em 30 de junho de 1980. Com a palma da mão direita erguida, voltada para cima, João Paulo II abençoa os fiéis, os quais não são contemplados na representação. As cores predominantes na composição

(branco e azul) reforçam a ideia de paz e tranquilidade, que, com os ventos que o cercam, trazem as boas novas que a promessa de sua visita representou para o povo brasileiro naquele momento. O caráter religioso desta visita é reforçado pela sobreposição do crucifixo dourado, que orna o pescoço do papa, na chamada única, “*João Paulo II no Brasil*”.

Ainda tratando da mesma ocasião, já na publicação da semana seguinte, *Veja* reapresenta João Paulo II em sua capa. Agora, é permitido que se vejam a multidão que o acompanhava, bem como o seu corpo quase todo, num enquadramento em *long shot*. Acerca disto, tanto o ângulo baixo impresso na imagem anterior (Figura 13), quanto o enquadramento utilizado nesta (Figura 14, a seguir), refletem a relação interpessoal de distância social e poder existente entre o papa e os fiéis, sejam os participantes da composição, sejam os espectadores.



Figura 14: *Veja*, 09 de jul. de 1980

Aqui (Figura 14), de pé, João Paulo II se destaca dentre os demais PRs, impondo o que Berger (1999, p. 47-8) interpreta como: “a presença [social] de um homem [a qual] é

dependente da promessa de poder que ele corporifica. Se a promessa é grande e tem credibilidade, sua presença chama atenção. (...) sugere o que ele é capaz de fazer para você ou por você”. Assim, João Paulo olha do alto de uma “passarela” para a multidão embaixo, a seus pés, em um ambiente que não é tão claro como o da imagem anterior, que o recebe com o balançar de lenços e mãos em sua direção, ávidas pelo toque de “*João de Deus*” – uma referência feita na chamada à música “A bênção João de Deus”, composta por ocasião da segunda das quatro visitas feitas por ele ao país. João Paulo II tem, assim, as duas mãos estendidas e voltadas para cima, em gesto usado como recurso para representá-lo. Este momento, capturado pela câmera, corrobora a ideologia à qual a imagem deste papa se atrela, de portador da paz para os povos, em inúmeras viagens internacionais, principalmente a países periféricos como o Brasil de então.

Constata-se que recorrentemente, como foi visto, o papa João Paulo II é representado expressando o gesto que denominamos aqui de *gesto de bênção*, o gesto pacificador. Contudo, ao transferir tal recurso para a representação de outro papa, ou seja, na segunda capa em que Bento XVI é enfocado (Figura 16, abaixo), observando-se os recursos utilizados, percebe-se que *Veja* o faz a fim de questionar a validade das suas ações.



Figura 15: *Veja*, 22 de jun. de 1983



Figura 16: *Veja*, 16 de mai. de 2008

Ao Santo Pontífice cabe levar a paz e ditar a conduta dos fiéis, a fim de preservá-los a fé na Igreja Católica. Através, pois, do gesto de bênção, João Paulo II é representado como fiel a este papel a ele confiado, elevando a admiração nutrida pelos católicos do mundo. Na Figura 15, ele aparece em uma fotomontagem em que o significado do plano de fundo, totalmente preto, converte-se na chamada que o denomina de “*O apóstolo do fim do século*”. Através do chapéu²⁹ da chamada, em que se lê “*João Paulo II na Polônia*”, ressalta-se, mais uma vez, o caráter peregrino deste sacerdote. Assim, posicionado à esquerda da composição, ou seja, na posição de informação dada, sua veste tradicional, uma dalmática branca com amarelo, contrasta em absoluto com a escuridão retratada. O braço direito, que atravessa horizontalmente a extensão da capa, traduz a bênção já conhecida e esperada pelos fiéis, os quais ele observa, sem, contudo, figurarem na imagem.

Comparando-se os recursos utilizados na Figura 15 com os postos em funcionamento na Figura 16, constata-se que Bento XVI é representado, anos mais tarde, quase da mesma forma. Ou seja, percebem-se o ângulo oblíquo, o enquadramento em *medium close shot*, a vestimenta oficial e o gesto de bênção. Desse modo, pode-se afirmar que há a tentativa de se representar o novo papa, através de uma mínima semelhança de postura com o seu predecessor, a fim de renovar-se o fervor católico após a morte de “João de Deus”. Nesse intento, o PR é visto repetindo o gesto de bênção. Entretanto, ainda em 2008, três anos após o início de seu pontificado, são muitas as perguntas que assolam os fiéis católicos. Assim, Bento XVI aparece com o rosto parcialmente coberto por seu braço direito, o mesmo que realiza a bênção, sendo representado como uma figura enigmática. Nesse contexto, a revista levanta a dúvida, através da chamada, localizada no canto inferior esquerdo, sobre “*A verdade de Bento XVI*”, ou seja, *Veja* põe em questão a sua verdade, a validade de suas palavras e ações: será que ele é confiável? Ele será capaz de reproduzir as ações de João Paulo II, se portando como ele? Terá o mesmo prestígio? Pode, portanto, repetir o seu gesto pacificador?

A brancura predominante na composição contrasta, pois, com a atmosfera misteriosa que seu perfil, parcialmente mostrado, cria. Entretanto, apesar de não se conhecer o que há por vir, a tranquilidade transmitida pela predominância do branco poderá beneficiar o leitor com a esperança de uma “verdade pura”, transparente, a qual será mostrada no interior da revista. Sobre o plano de fundo desta composição, nota-se que este é feito com uma

²⁹ Chapéu é um “antetítulo” curto, geralmente sustentado por um fio (ALMEIDA JUNIOR & NOJIMA, 2010).

imagem espectral, ou uma marca d'água, da multidão, a qual espera Bento XVI. Esta mesma multidão eleva um santo sobre suas cabeças. Percebe-se que há uma desproporção entre o tamanho da mão que segura o santo e as cabeças das demais pessoas, o que lhe confere saliência, mesmo estando em segundo plano. Além disso, o seu posicionamento, quase no centro da composição, entre a cabeça do PR e a imagem de Cristo encravada no báculo que este segura, à direita, é outro fator gerador de saliência. Diante destes recursos que põem em destaque a imagem que a multidão ergue, é possível afirmar que, o papel desta seja representar a devoção que as pessoas ainda mantêm pela Igreja Católica, configurando os desafios que seu líder deve enfrentar.

Pelo que foi visto, podemos afirmar que a capa da Figura 16 cria um fato social, segundo o qual o papa Bento XVI assume o santo sacerdócio sob a responsabilidade de corresponder às expectativas que os fiéis sempre possuíram no que diz respeito a seus líderes, sejam eles religiosos ou não.

Enfim, tendo-se em vista o histórico de representações de João Paulo II, ou seja, o homem que expôs “*seu sofrimento terminal*”, num ato de coragem e resgate da fé cristã (Cf. Figura 5, p. 51), vemos que, ao transpor o recurso do gesto de bênção, o gesto pacificador, várias vezes utilizado para representar o papa peregrino, em suas viagens pelo Brasil (Figuras 19 e 20) e pela Polônia (Figura 15), para a representação do novo papa, tal transposição busca aproximar Bento XVI das faculdades e ações de “João de Deus”.

2.2 Jesus em detalhes de obras de arte

A representação de Jesus Cristo sempre influenciou as artes de modo geral. Na história da humanidade, a presença deste personagem possui significado inquestionável dentro de diversas religiões e crenças, tornando-o frequente assunto para as revistas. As passagens bíblicas sobre Jesus, por vezes retratadas por pintores ao longo da história, principalmente na época em que a Igreja (católica) mantinha os artistas, são frequentemente questionadas e investigadas por arqueólogos, historiadores, teólogos etc. Os resultados dessas pesquisas, quando estampados em capas veiculadas para o grande público, polemizam o tema. Tal diversidade de representações da figura central do Cristianismo é mote para *Superintessante* criar a imagem da capa de abril de 1996, reproduzida na Figura 17:



Figura 17: *Superinteressante*, abr de 1996

Aqui (Figura 17), as várias representações sobre Jesus, transformam-se em peças de um quebra-cabeça que, juntas, formam a face explorada por tantas gerações de artistas. A edição discute “*Quem foi Jesus Cristo?*”, sob a ótica dos “*pesquisadores*”. Assim, a chamada principal – *É Semana Santa mas quem foi Jesus Cristo?* –, saliente pelos tipos grafados em amarelos e em caixa-alta, põe em questão as crenças e valores da tradição cristã. O uso do conectivo adversativo “mas” é responsável pelo questionamento sobre a reverência e comemoração da “*Semana Santa*”, pois, ainda, “*para os pesquisadores é um quebra-cabeça*” o que os fatos e evidências comprovam sobre Jesus. A imagem, portanto, ancora estas dúvidas e questões levantadas pela chamada principal, trabalhando com a união das várias formas de visão e representação de um único e inconfundível personagem, polemizando o tema.

Não é por acaso que apresentar Jesus seja um bom negócio para as revistas. De acordo com Patriota (2009), somando-se os percentuais, segundo dados do Censo do IBGE-2000, dos que se auto-declaram católicos (73,8%) ou evangélicos (15,4%), encontra-se no Brasil um total de 89,2% de cristãos. A autora aponta que tal constatação põe em dúvida a ideia de diversidade/pluralidade religiosa no Brasil. Diante da massa que se auto-

declara pertencente às religiões cristãs, portanto, contata-se que as capas sobre Jesus Cristo têm um amplo alcance na sociedade brasileira.

Neste contexto, como já mencionamos, Jesus Cristo é um dos personagens religiosos, ao lado de João Paulo II, que mais foi assunto de capa das revistas em questão. O homem de barbas e cabelos longos, olhos e pele claros (sem se mencionar sua representação na infância), figura em quatro capas de *Superinteressante* e em seis de *Veja*. Nestas composições, um recurso que destacamos como recorrente e relevante para a representação deste participante foi a utilização de detalhes de obras de arte de pintores reconhecidos. De acordo com Berger (1999, p. 26),

Na era da reprodução pictórica, o significado das pinturas não está mais a elas vinculado. Seu significado torna-se transmissível: isto é, ele passa a ser algum tipo de informação, e, como toda informação, é utilizado ou ignorado (...). Quando uma pintura é utilizada, seu significado ou é alterado ou totalmente modificado.

Assim, as obras de pintura sacra que versam sobre Jesus passam por manipulação e recortes, como resultado das escolhas feitas pelos produtores, para a apresentação deste participante, muitas vezes representado tanto nas artes como nas capas das revistas em questão. Na figura 18, é possível observar as composições objeto de análise neste tópico:

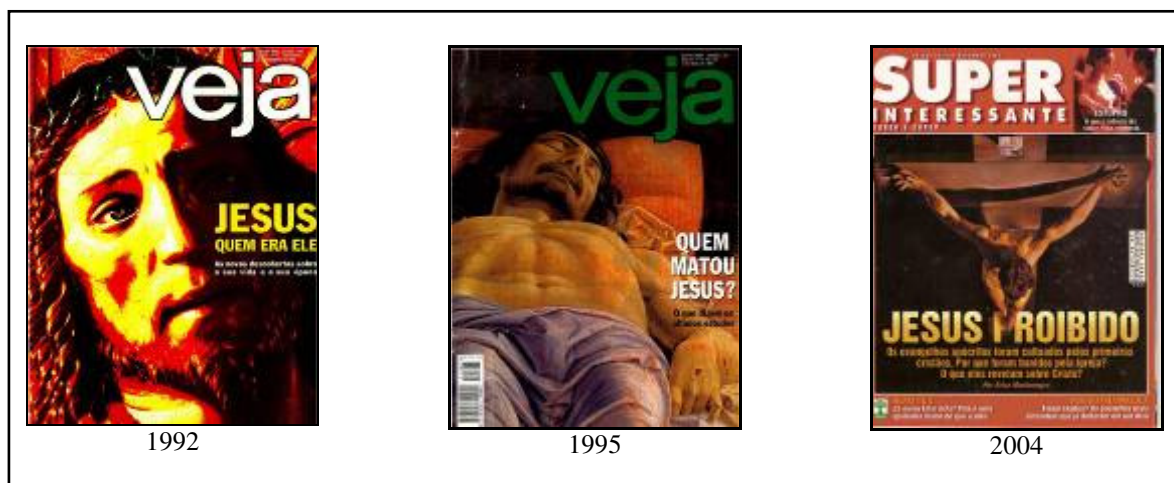


Figura 18: Detalhes de obras de arte para a representação de Jesus

O cristianismo, altamente difundido pelo mundo, faz de sua figura central personagem fácil em discussões de revistas laicas de informação e de divulgação científica, as quais propõem especulações sobre sua vida e sua história. As obras de arte, pois,

retomando Berger (1999), emprestam seu significado a tais capas, servindo aos interesses dos produtores.



Figura 19: *Veja*, 23 de dez. de 1992

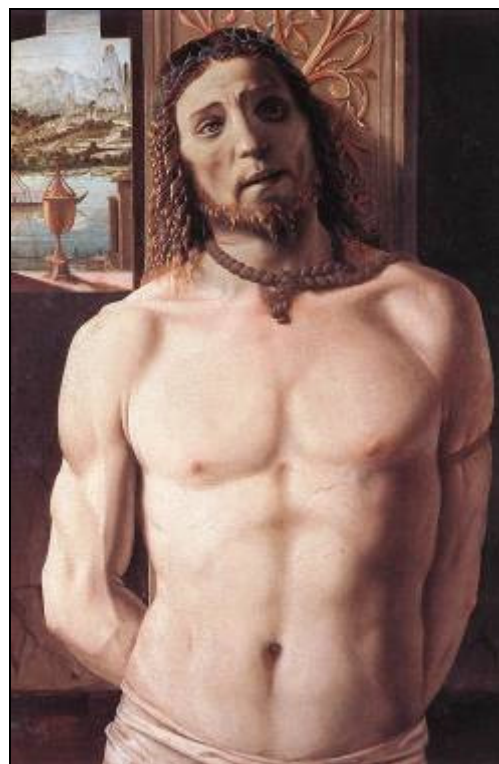


Figura 20: “O Cristo na coluna” (1490), obra de Donato Bramante, disponível em <http://www.lib-art.com/artgallery/4851-christ-at-the-column-donato-bramante.html>

De acordo com a perspectiva citada, *Veja* traz (Figura 19) um recorte da cena pintada por Donato Bramante, em obra de 1490, denominada “O Cristo na Coluna” (Figura 20). Para compor a capa que traz na chamada principal uma interrogação oratória, “*Jesus quem era ele*”, é selecionado quadro referente a apenas o rosto do PR, e aplicado, sobre tal seleção, um “efeito de solarização” – conforme informam os créditos da imagem, encontrados no interior da revista. A aplicação deste efeito e o recorte, estrito, feito da obra, tornam a fonte da imagem praticamente irreconhecível, mesmo observando-as lado a lado, como exposto acima. Assim, o enquadramento em *close up*, fruto de tal recorte escolhido para esta composição, produz um efeito de proximidade entre os participantes (representado e interactante), antes não visto na pintura original. O enquadramento, em conjunto com o ângulo frontal, é responsável por aproximar o PR, aumentando o engajamento do espectador com a cena. Contudo, o não envolvimento através do olhar,

cria uma imagem de oferta, a qual limita o nível de interação, mantendo o espectador no seu papel de apenas observador, não integrante da cena.

É possível perceber, ainda nesta imagem (Figura 19), um *framing* criado pela diferença de cores da cena, provocada pela direção de onde vem a luz. Ou seja, do lado da informação dada, o esquerdo, há tons de laranja e amarelo, cores que tornam a face do PR mais nítida. Já do lado direito, isto é, o da informação nova, tais cores variam para um marrom, mais escuro, tornando obscura a informação visual. É aí que se encontra localizada a chamada questionadora. Assim, este *framing* cria uma oposição entre a face conhecida de Cristo, lado esquerdo, em que se depositam os conhecimentos da tradição e da fé, ou seja, a informação dada, e a sua “face oculta”, onde ancora o sentido da chamada e do subtítulo: “*As novas descobertas sobre a sua vida e a sua época*”, referente à informação nova.

Baseada em pintura do mesmo período, a composição de *Veja* de 12 de abril de 1995 (Figura 21) também merece destaque.



Figura 21: *Veja*, 12 de abr. de 1995



Figura 22: “Lamentação sobre o Cristo morto” (1490), obra de Andrea Mantegna, disponível em: <http://www.artrenewal.org/pages/artwork.php?artworkid=15471>

Observando-se a tela que dá origem à capa da Figura 21, “Lamentação sobre o Cristo morto” (Figura 22), percebe-se que o recorte que compõe a capa exclui os participantes não-centrais presentes na tela, localizados à esquerda do PR central, os quais contemplam, com olhar de tristeza, e “lamentam”, o corpo sem vida, estendido a sua frente, sobre uma superfície plana. Acerca desta constatação, é possível afirmar que, excluindo os PRs marginais e estampando a chamada, em que se lê a pergunta: “*Quem matou Jesus?*”, a revista delega ao leitor/consumidor o papel de observador único da cena, transmutando o sentido original deste olhar de “lamentação”, “condolências”, para “investigação”, “dúvidas”, “questionamentos”. O ângulo alto de onde a cena é observada também contribui para este tipo de olhar, pois, vendo-a de cima, como que de pé, frente a este corpo, o observador pode se colocar numa posição superior, o que permite que ele faça perguntas sobre a verdade dos fatos, como as da chamada, como faz um perito criminal, que olha para a vítima de um homicídio na tentativa de descobrir os sinais de seus algozes.

Além disso, o recorte feito da obra para a produção da Figura 21 promove uma maior aproximação do PR, passando de um enquadramento em *medium long shot* (Figura 22), no qual vê-se seu corpo inteiro, a *medium shot*, corte que vai até os joelhos. Estes dois enquadramentos, de acordo com Kress e Van Leeuwen (1996), são, contudo, de separação. O mesmo ocorre na composição de *Superinteressante* (Figura 23), a seguir.

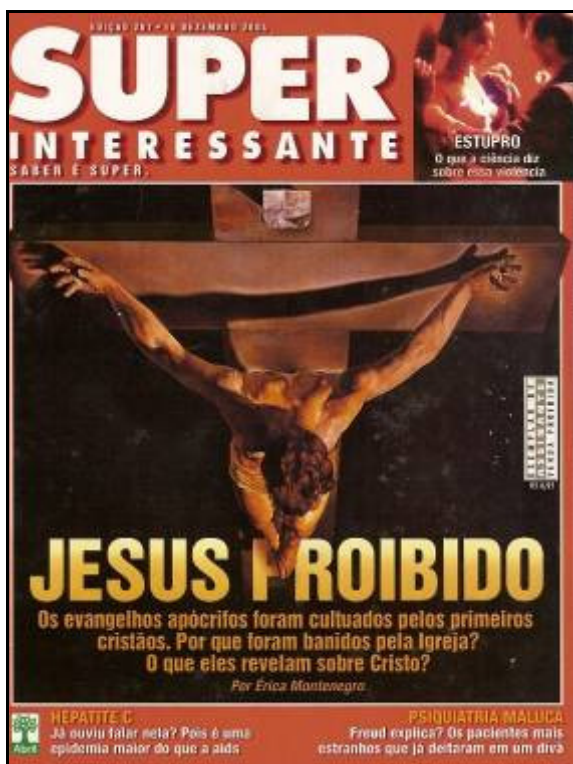


Figura 23: *Superinteressante*, dez. de 2004

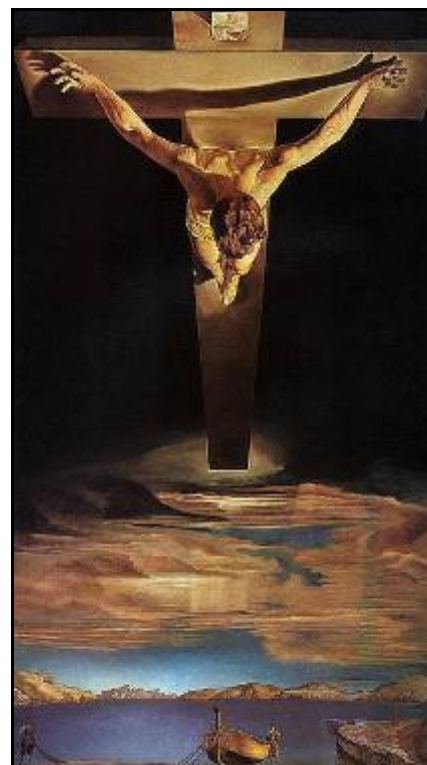


Figura 24: “Cristo de São João da Cruz” (1951), obra de Salvador Dalí., disponível em: <http://www.flickr.com/photos/8533150@N04/1298862680/>

Para compor os significados do “*Jesus proibido*”, evocados pela chamada de capa da Figura 23, *Superinteressante* traz o detalhe da obra do surrealista Salvador Dalí, “Cristo de São João da Cruz” (1951). Nesta composição, o enquadramento muda de *long shot* (Figura 24), ou longa separação, para *medium long shot*, em que aparece todo o corpo do PR ocupando boa parte da composição. Diminui-se, assim, a distância entre o PR e o espectador.

Sobre um fundo totalmente preto, percebemos a cruz “fincada” na chamada principal. A posição em que Jesus se encontra representado, ou seja, debruçado sobre seu próprio corpo, preso à cruz pelas mãos e pelos pés, com a cabeça abaixada, dá a impressão de que ele está realizando o esforço de ler o que se encontra escrito sob seus pés, na parte inferior da composição, local dedicado ao real. Tal afirmação pode ser confirmada ao compararmos a Figura 23, acima, com a reprodução do original, do seu lado (Figura 24). Isto é, percebe-se que nesta posição, na Figura 24, o PR, preso à cruz que flutua no ar, volta-se para baixo no intento de olhar para um barco ancorado sob seus pés, abaixo das nuvens. Além disso, tal posição não permite que se revele o seu rosto, corroborando ainda mais o sentido de

“proibição”. Assim, na capa, a plena interação entre imagem e palavra, portanto, é proporcionada não só através dos sentidos que as unem, mas pela ação do próprio PR.

Outro recurso aplicado à composição é o ângulo alto. A imagem é vista de cima pelo espectador da cena, completando o seu total afastamento desta. Em suma, os recursos aplicados à composição da Figura 23, eximem o observador de qualquer participação na cena representada, porém vêm reforçar o sentido de vazio e abandono de um Jesus que, preso a uma cruz em meio ao vazio, se depara com a realidade de que é vítima ao olhar para baixo. Nesse sentido, *Superinteressante* se propõe a trazer à tona as práticas arbitrárias das religiões, as quais proíbem que se conheça a totalidade da verdade de Cristo, o qual é representado demonstrando um sentimento de imobilidade diante de tal realidade. O subtítulo da chamada revela isto ao leitor: “*Os evangelhos apócrifos foram cultuados pelos primeiros cristãos. Por que foram banidos pela Igreja? O que eles revelam sobre Cristo?*”.

Diante do exposto, acreditamos que a opção pela utilização do recurso “detalhe de obra de arte” para compor as capas centradas na figura de Jesus Cristo proporciona a este participante um caráter mais representacional e/ou ficcional, menos humano; mais estético e histórico, menos contextual.

2.3 A presença da Bíblia e os Evangélicos

A imagem da Bíblia é um recurso presente em sete das dez capas dedicadas à representação do Protestantismo (Cf. Tabela 4, p. 61). O livro sagrado, mostrado sempre com capa preta de textura encouraçada e, geralmente, com tipos impressos, ora em dourado, ora em prateado, é segurado pelos representantes da fé evangélica, como pode ser visto a seguir, ao expormos lado a lado as seis principais composições selecionadas para análise aqui (Figura 25). Cronologicamente, pode-se perceber como a imagem da Bíblia foi instituída como recurso semiótico convencional para a representação de uma prática religiosa específica.



Figura 25: A imagem da Bíblia como recurso em capas sobre o Protestantismo

De acordo com Patriota (2009), o quadro religioso no Brasil passa por um processo de transformação e consequente reconfiguração. O mais premente é a perda de hegemonia do catolicismo e o crescimento das igrejas que professam o protestantismo. Podemos dizer que o espaço que as práticas protestantes alcançaram, nas capas das revistas em questão, deve-se ao seu rápido crescimento visto durante o século XX:

Nos últimos anos, as igrejas pentecostais souberam explorar, de forma eficaz, em benefício próprio, os contextos socioeconômico, cultural, político e religioso do último quarto de século no Brasil, afinal, experimentaram um crescimento superior a 70% (PATRIOTA, 2009, p. 8).

Este crescimento é o aspecto principal que as capas voltadas para esta temática abordam, buscando explicação para tal fenômeno. Ao fazê-lo, como se percebe, explora-se a imagem da Bíblia como recurso. Diante disso, algumas semelhanças podem ser

observadas nas capas da Figura 25. Por exemplo, a repetição do ato de erguer a Bíblia nas composições de *Veja* (1990) e de *Superinteressante* (2004), abaixo.



Figura 26: *Veja*, 16 de mai. de 1990



Figura 27: *Superinteressante*, fev. de 2004

O gesto de erguer a Bíblia, utilizado como recurso pela *Veja* em 1990 (Figura 26), é reproduzido quatorze anos mais tarde para a composição de *Super*, em 2004 (Figura 27). Nas duas imagens, as mãos que elevam os livros, ambos com tipos grafados em dourado, surgem a partir do lado direito da composição. Um dos fatores que as diferencia é o fundo em que se sobrepõem as imagens: o céu azul com nuvens contra o qual se observa o ato da Figura 27 é o oposto do ambiente escuro de onde a mão da Figura 26 se levanta. Nesta, percebe-se que uma luz fraca ilumina a cena, alterando a tonalidade da cor de fundo, numa descontinuidade do preto, ou seja, a escuridão é mais consistente do lado esquerdo da composição. Tal alteração cria um *framing* que delimita o espaço do verbal, dado, e o do visual, novo. Ou seja, a “*Guerra santa*”, como a chamada principal denomina a “explosão” da “fé evangélica”, é apresentada pela revista como algo que os leitores devem ter por conhecido, enquanto que o posicionamento do símbolo visual, ocupando o lado direito apenas, e concorrendo com a saliência dos tipos brancos sobre fundo preto de que se investe a chamada, recebe um caráter de novidade.

Já na Figura 27, percebe-se que a mão eleva a Bíblia ao céu, posicionando-a no centro da composição e, ao mesmo tempo, acima da chamada, na posição de informação ideal. O fundo sobre o qual é colocada a imagem corrobora com o seu posicionamento, anunciando a promessa do céu como recompensa aos simbolizados por aquele gesto. Assim, no intuito de explicar “*Quem são eles*”, “*Por que crescem tanto*” etc., *Superinteressante* apresenta os “*Evangélicos*” de modo claro, iluminado, cercados por raios de luz que emanam do seu principal símbolo, a Bíblia. Ocupando a parte real da composição, por sua vez, integrada à imagem encontra-se a informação verbal. Os “*Evangélicos*” são, portanto, uma realidade em 2004, não mais uma novidade assustadora para os católicos (Figura 26).

Percebe-se, ainda, que, enquanto a Bíblia da Figura 26 ocupa cerca de 1/3 da composição, sendo delimitada por um *framing* pouco marcado, a da Figura 27 ultrapassa o espaço que o *layout* de capa da *Super* dedica às imagens, o qual é bem marcado por linhas que formam uma moldura, sobrepondo-se ao título da própria revista. Esse efeito de sobreposição pode ser visto como um recurso que traduz a força adquirida através do tempo pelos evangélicos. Em outras palavras, os Evangélicos passaram de religiosos desconhecidos, que “assustavam” a vertente religiosa dominante nos anos 1990, para realidade promissora para o “*futuro do Brasil e do mundo*”, como se anos mais tarde seu crescimento se mostrasse mais consolidado, menos ameaçador.

A exploração do gesto de erguer a Bíblia como recurso para a representação do Protestantismo tem origem na capa de *Veja*, de 07 de outubro de 1981, quando a revista tratou do crescimento dos pentecostais no Brasil (Figura 28). Vale salientar que esta é a primeira capa dedicada a esta vertente religiosa, quebrando a hegemonia de que gozava o Catolicismo nas capas desta revista.



Figura 28: *Veja*, 07 de out. de 1981

A Figura 28 mostra o participante representado (PR) erguendo a Bíblia com a mão direita e apontando o dedo indicador da mão esquerda para o espectador. Este é Manoel de Mello, fundador da Igreja Pentecostal o Brasil para Cristo. O fenômeno do rápido crescimento do Pentecostalismo é denominado pela chamada de *Veja* como “*O milagre da multiplicação*”. O sentido de tal chamada se ancora na multidão que é vista em segundo plano, atrás do PR. O gesto que este realiza, bem como o olhar em direção ao espectador, traduz a demanda por mais fiéis, refletindo o proselitismo de que *Veja* trata.

Segundo Basso (2009), o surgimento das primeiras igrejas pentecostais se dá, no Brasil, na primeira metade do século XX. De acordo com Galindo (1994 apud BASSO, 2009, nota 2), tal movimento tem mais sucesso entre os povos da América Latina, e revive,

Com características novas, aspectos fundamentais do cristianismo, inclusive, em comunidades católicas: interesse pela vida contemplativa, retorno à Bíblia, cultivo de alguns carismas, com predomínio do elemento afetivo sobre o intelectual, e, conseqüentemente, com uma forte tendência para o sectarismo, ou

seja, para se considerar o próprio grupo como o único possuidor da doutrina pura e o único a se manter fiel à mensagem cristã original.

As capas analisadas até aqui se coadunam com tais interesses e características, como se pode perceber. Neste sentido, na Figura 28, o gesto realizado pelo PR, de erguer a Bíblia em sinal de fé e cumprimento de suas palavras, transforma esse livro sagrado em um escudo que o líder espiritual dos pentecostais, o pastor, põe frente aos fiéis, vistos com suas mãos erguidas em oração. O ângulo oblíquo e o enquadramento em *medium shot*, criam uma relação de distanciamento entre os participantes (representado e espectador). Contudo a imagem de demanda permite que haja uma interpelação da ação do PR para o seu observador, como se este fosse mais um fiel a ser conquistado pelo pastor.

Entretanto, o modo como o líder protestante é representado, ou seja, com a postura séria, a fronte fechada, os óculos grandes, num aspecto menos jovial, é reconstruído anos mais tarde por *Veja* (Figura 29, abaixo). Porém, mantém-se o significado de escudo e guia exercido pela presença da Bíblia.



Figura 29: *Veja*, 12 de jan. de 2006

Na capa da Figura 29, o PR também tem o olhar voltado para o espectador, em sinal de envolvimento com este. Notamos que as maçãs do rosto sobressalentes e as sobrancelhas erguidas, deixam ver o esboço de um sorriso, o qual é coberto pela Bíblia postada frente a parte de sua face. Aqui, a imagem da Bíblia em primeiro plano, não esconde que o novo pastor, representante da “*fé que mais cresce no Brasil*”, faz parte de “*uma nova geração de pregadores*”, a qual dá “*espetáculo*” com o uso “*da psicologia e auto-ajuda*”, como diz o subtítulo da chamada principal.

Se, por um lado, no princípio da representação do protestantismo por *Veja*, tínhamos um pastor seriamente vestido e postado, agora, ele encara o espectador com alegria e despojamento. Assim, os significados explorados por tal subtítulo, ou seja, de novidade, diversidade, dinamismo e, principalmente, espetáculo, são traduzidos pelos recursos utilizados para impor saliência à palavra “*Show*” na chamada principal: “*O pastor é show!*”. O uso de caixa alta, tipos de cores diferentes e levemente inclinados desordenadamente refletem esses sentidos de “descontração” e diversidade em que se transformaram os cultos liderados por esta nova geração de pastores que, diferentemente da postura vista na composição anterior (Figura 28), tradicionalmente séria, agora são identificados com a jovialidade do *surf* e dos cabelos despenteados. Esta diferença de representação ressalta a renovação alcançada pelas correntes protestantes no Brasil. A legenda da fotomontagem frisa justamente isso: “*Rinaldo Pereira, o pastor surfista que em seis anos ergueu 26 templos e conquistou 10000 fiéis*”. Evidencia-se, além disso, o caráter que *Veja* insiste em destacar em publicações que tratam deste tema, ou seja, o crescimento e alcance de cada vez mais fiéis pelas igrejas protestantes.

O enquadramento em *close up* e o ponto de vista no nível do olhar, isto é, o ângulo frontal, reafirmam ainda mais a proximidade que as novas táticas evangelizadoras promovidas por seus pregadores criam, as quais *Veja* põe em debate. Entretanto, apesar de o plano de fundo, sobre o qual a fotomontagem é feita, ser a imagem de uma praia, com uma prancha de surf amarela, verticalmente posta atrás do PR, ocupando toda a extensão da capa, este ambiente não é ensolarado como se poderia supor. Vê-se um mar calmo, sem ondas, e um céu com nuvens pesadas, nublado. Além do mais, percebe-se que a prancha de surf produz um *framing* que divide o céu em um azul mais claro, do lado esquerdo, e um azul mais escuro, do lado direito, apontando para uma possível instabilidade do clima, que se estende para o PR. Este ambiente, portanto, indica que, mesmo com toda mudança e “evolução”, o pastor mantém seu foco voltado para a tradição da religião que representa,

trabalhando em função de sua difusão, apelando, contudo, para meios “não-religiosos” na busca da “reinvenção”.

Dando destaque, portanto, às velhas (a imagem da Bíblia) e às novas (o uso da psicologia e da auto-ajuda, entre outras tendências) estratégias de convencimento utilizadas pelos pastores, os protestantes (evangélicos, pentecostais) são mostrados por *Veja* como proselitistas, dispostos a toda forma de apelo em busca, sobretudo, de maior alcance de fiéis e crescimento da religião no país, com fins claros de superação do Catolicismo.

Ainda destacando a imagem da Bíblia como recurso semiótico, observem-se as capas que seguem, Figuras 30 e 31, a seguir:



Figura 30: *Veja*, 25 de out. de 1995



Figura 31: *Veja*, 15 de jul. de 1998

Segundo Rocha e Basaglia (2009, p. 4), “O século XX, especialmente a partir da sua segunda metade, é palco de novas ocorrências no campo religioso”. Uma delas é a proliferação de grandes igrejas Pentecostais, como a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Fundada em 1977, no Rio de Janeiro, por Edir Macedo, a IURD nasce dentro do movimento neopentecostal, caracterizado pela “acomodação ao mundo (não enfatizando a

conduta ascética), pela participação político-partidária e uso intenso da mídia³⁰” (BASSO, 2009, p. 2). Tal influência política e midiática deste movimento é responsável pela disseminação desta Igreja pelo Brasil e fora dele. É a este avanço rápido (após dezoito anos de fundação) que se deve o subtítulo da chamada da capa de 25 de outubro de 1995, exposta na Figura 30: “*O bispo Edir Macedo já tem mais de 3 milhões de seguidores*”. Nesse contexto, *Veja* destaca a imagem de Edir Macedo, o líder fundador desta que é intitulada como “*A igreja que assusta*”.

Assim, na composição da Figura 30, ao mesmo tempo em que encara o espectador, gerando uma imagem de demanda, o PR segura, frente a seu corpo, uma Bíblia aberta, que arde em chamas. O fogo, que sai de dentro do livro, também serve para iluminar a cena, colorindo o ambiente, totalmente escuro, com tons alaranjados. O PR é visto por um ângulo oblíquo, em *medium close shot*, e está posicionado à esquerda da composição, sendo apresentado como informação dada, conhecida. Deste ponto de vista, pode-se interpretar que o *designer* o mostra como se, imerso na escuridão, Edir Macedo estivesse à espreita, à espera de alguém a quem possa seduzir com as palavras sagradas da Bíblia. A face sisuda, com o aspecto sério, o olhar compenetrado e desafiador, vêm completar o sentido obscuro do ambiente “assustador” a que a chamada se refere. Mas a quem essa Igreja (ou Edir Macedo) assusta? A revista une recursos que criam uma ideia negativa sobre o PR e, conseqüentemente, sobre a Igreja e a prática religiosa representadas, estendendo tal ideia para o seu público-alvo, ou seja, a maioria católica da classe média do Brasil.

Do mesmo modo, na Figura 31, a Bíblia é segurada pelo PR, ou seja, aberta, frente a seu corpo. Aqui, o livro, de capa preta e detalhes dourados, ocupa o centro da composição, o que lhe confere saliência. No entanto, aspecto relevante desta imagem é que este participante não tem rosto: dele vê-se apenas a camisa branca (como nas Figuras 23 e 24, p. 82), num recorte que vai do colarinho até mais ou menos a altura da cintura, ocupando toda a extensão da capa, e a mão direita, com tatuagens no pulso e no dedo médio, a qual apoia a Bíblia. O motivo da não identificação deste participante se encontra na legenda da foto, localizada do lado direito da mão do PR, que explica que este é “*Kellé, ex-viciado em drogas, hoje evangélico*”, isto é, um criminoso que não tem (ou não pode ter) o rosto revelado. Assim, nota-se que a saliência que a Bíblia recebe pelo seu posicionamento

³⁰ Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus, também é o proprietário da Rede Record de Televisão.

central, mais a camisa branca como plano de fundo da composição, a mão com tatuagens sob a Bíblia e o sentido da legenda da foto, escrita com letras miúdas, “casam” com a estruturação da chamada de capa: “*A fé contra o crime*”. O que se evidencia aqui é o preceito da “cura divina” (BASSO, 2009) pregado pelos evangélicos, em que um “drogado”, criminoso, encontra a redenção (a cura) através da conversão, como se pode inferir pelo subtítulo da chamada: “*Numa cruzada em presídios e redutos de traficantes, os evangélicos estão convertendo bandidos em soldados de Jesus*”.

Bianco (2009, p. 4), falando sobre o fenômeno da conversão, a que se destina tal “cruzada”, afirma que este tem razões individuais, ou seja,

A partir do momento em que este indivíduo não se encontra mais preso à religião de seus pais, ele se encontra livre para escolher o tipo de produto ou serviço religioso que vai buscar na ‘hora do aperto’, este comportamento forçosamente modifica a concepção de ‘conversão’ (...). Se antigamente mudar de religião significava uma verdadeira ruptura com toda uma história de vida, valores, concepções etc., agora a conversão apenas se refere à benesse que o indivíduo pode obter ao adotar outra religião, como se o fiel representasse tão somente um consumidor, que recorresse a um supermercado com muitas prateleiras e adquirisse apenas os bens e serviços que atendesse a seus anseios e necessidades naquele momento.

Ao se referir ao trabalho de evangelização feito pelos evangélicos em “presídios e redutos de traficantes”, como “cruzada”, *Veja* remete o leitor ao tempo da “guerra santa” conduzida pelos cristãos na Idade Média contra os representantes incautos de determinadas heresias (HOUAISS & VILLAR, 2001) – naquela época, os muçulmanos – com interesse, contudo, em formar um exército de “soldados”, isto é, aumentar o número de seguidores. A revista destaca que, para tanto, os evangélicos buscam as pessoas de maior risco social, como os presidiários, talvez, presas fáceis aos apelos dos religiosos.

Outra capa que destacamos para a representação do Protestantismo através da imagem da Bíblia é a da edição de 02 de julho de 1997 (Figura 32), da revista *Veja*:



Figura 32: *Veja*, 02 de jul. de 1997

Na Figura 32, acima, constata-se o intento de transformar a capa de *Veja* na própria Bíblia, através de uma simulação que se utiliza de elementos convencionais, ou seja, a textura encouraçada, a cor preta e os detalhes em dourado. Tais recursos são a culminância de uma representação convencionada, os quais fornecem à composição esse teor bíblico, que, por sua vez, é atrelado, como visto até aqui, aos “*Evangélicos*”, como confirma a chamada, escrita com tipos brancos, em caixa-alta, localizada na parte inferior da composição, como informação real. Vemos, também, que a cruz, símbolo cristão que pode ser geralmente encontrado no centro das capas destes livros sagrados, é envolvida por um “S”, convertendo-se em um cifrão (\$) dourado. De acordo com Basso (2009, p. 2), uma das premissas que prega o neopentecostalismo é a denominada “teologia da prosperidade”, cuja afirmação principal diz que “o cristão tem direito ao melhor ‘ainda neste mundo’”.

Relacionando-se, pois, o que diz tal premissa com o subtítulo da chamada, “*Como a religião está ajudando pessoas humildes a conquistar o reino da terra*”, mais a imagem dourada do centro da composição, pode-se dizer que *Veja* interpreta a possibilidade de o

“cristão pobre” ter “o melhor” (“conquistar”) no “reino da terra” (ou “ainda neste mundo”), como uma chance para o enriquecimento. Assim, é possível afirmar que, *Veja* impõe a direta associação das práticas e crenças de uma religião a valores monetários, tidos, neste contexto, como algo destoante da fé. Nesta composição (Figura 32), se destaca a ideologia de que os líderes de tal religião, e os que a ela se ligam, estão interessados unicamente em dinheiro e poder, mesmo que, para alcançá-los, os preceitos bíblicos sejam deturpados, como se quer mostrar através da representação da cruz transformada em cifrão, isto é, uma simples moeda de troca de valores mundanos ligados ao dinheiro.

Diante do que foi visto até aqui, nota-se que a entrada do Protestantismo como assunto das capas das revistas, especialmente *Veja*, está ligada ao seu rápido crescimento visto nas últimas décadas do século XX. Para *Veja*, entretanto, a explicação para este crescimento assustador (Figura 26 e 30) do número de evangélicos, provindos evidentemente de uma “experiência de conversão” (Figura 31), é, muitas vezes, tão somente financeira (Figura 32).

2.4 Há uma luz: Espiritismo

Os assuntos relacionados ao Espiritismo contam, em nosso *corpus*, com cinco capas a seu respeito (Cf. Tabela 4, p. 61). Desse total, apenas uma é de *Veja*, a qual faz referência a um tema referente a tal religião, a saber, “vida após a morte”. Os espíritas encontram maior espaço, portanto, em *Superinteressante*, com quatro publicações. É importante destacar que o espiritismo passou a ser tematizado pelas revistas apenas a partir da década de 2000, revelando o crescimento das práticas religiosas não tradicionais no país (PATRIOTA, 2009). Da análise do *corpus*, constatou-se a presença de um recurso recorrente, o qual classificamos como “ponto de luz”. Ou seja, no que diz respeito à representação de assuntos ligados ao Espiritismo: vida após a morte, espíritos e mediunidade, a luz geralmente emana de algum ponto da composição, como podemos comprovar com a Figura 33, a seguir.



Figura 33: A luz é recurso recorrente na representação do Espiritismo

De acordo com dados do IBGE-2000, os espíritas constituem 1,38% da população brasileira, sendo a religião cujos seguidores têm maior renda e mais anos de estudo. Esta parcela da população encontra resposta “à incerteza quanto ao mal moral, o sofrimento e a morte” (CAMBOIM et. al., 2009, p. 2), crendo na transcendência da alma, a qual não se limita a uma única vida na Terra. Sendo assim, palavras como espírito, reencarnação, mediunidade etc., formam o campo semântico desta prática, que tem nos ensinamentos do estudioso francês Allan Kardec³¹ seu código de conduta. Nesse contexto, contrastem-se as composições de *Veja* e *Superinteressante* (Figuras 34 e 35), a seguir:

³¹ Por isso a Religião é, muitas vezes, também referida como *kardecismo*.

Figura 34: *Veja*, 11 de mai. de 2005Figura 35: *Superinteressante*, mai. de 2008

Ao observarmos as Figuras 34 e 35 acima, é possível notar que os dois exemplares estão fundamentados num direcionamento vertical de leitura. A composição de *Veja* (Figura 34) exhibe a imagem dos pés de um cadáver, observados de um ângulo frontal, o que permite que fiquem em primeiro plano. Num dos pés, o esquerdo, há um aviso, pendurado no dedo por uma espécie de barbante, em que se lê “*Volto já*”. Este posicionamento em que se encontra tal aviso é estratégico, pois, na relação dado-novo, temos o enunciado que traz a ideia da reencarnação mostrado como a novidade que esta prática religiosa oferece. Esta fotomontagem é composta, ainda, na parte dedicada à informação ideal, isto é, na parte superior da capa, por um círculo luminoso, um “ponto de luz”, visto em segundo plano, no alto do corpo coberto por um lençol branco, e pela chamada principal, saliente pelo contraste do preto com o azul e branco do plano de fundo – “*Vida após a morte*”. Já no plano do real, ou seja, a partir do centro, na sua parte inferior, há uma indagação (que é o subtítulo da chamada), a qual parte de um pressuposto: “*Por que é tão forte a crença na reencarnação e na comunicação com os mortos*”.

A capa de *Superinteressante* (Figura 35), por sua vez, segue o mesmo padrão convencional da predominância dos tons de azul em contraste com o branco do ponto de luz, o qual se localiza próximo ao centro da composição. Aqui, no interior deste, há uma

frase escrita entre aspas, indicando a fala de alguém, onde se lê: “*Você pode me ouvir?*”. Esta é a referência a uma provável comunicação entre uma “entidade”, representada pela luz central, que está no plano da realidade mais abstrata, ou seja, na parte ideal, e alguém da realidade concreta, representado pela chamada principal, que se encontra no real, neste caso, os “*Médiuns*”, objeto de exploração da edição.

O ponto mais alto, portanto, de ambas as composições, é ocupado pela idealização de uma presença que não tem forma, da qual emana uma luz que ofusca o espectador e, ao mesmo tempo, estabelece o contato com este, gerando a demanda necessária para promover uma relação interpessoal, embora não convencional, ou seja, através da luz direcionada para os olhos do espectador. Assim, para reforçar esta interação as duas capas lançam mão dos recursos verbais: na Figura 34, o lembrete reafirma uma promessa que é representativa da crença na vida após a morte e na reencarnação, traduzindo de modo quase humorístico a maneira “leve” de encarar estes temas, própria dos espíritas; já na Figura 35, a interpelação da própria entidade representada pela luz central se dirige diretamente ao leitor, que entra imediatamente em contato com esta representação para responder a sua pergunta.

Tal “entidade” adquire forma na Figura 36: uma silhueta feminina que transborda luminosidade na representação imagética de um “espírito”, feita por *Superinteressante*:

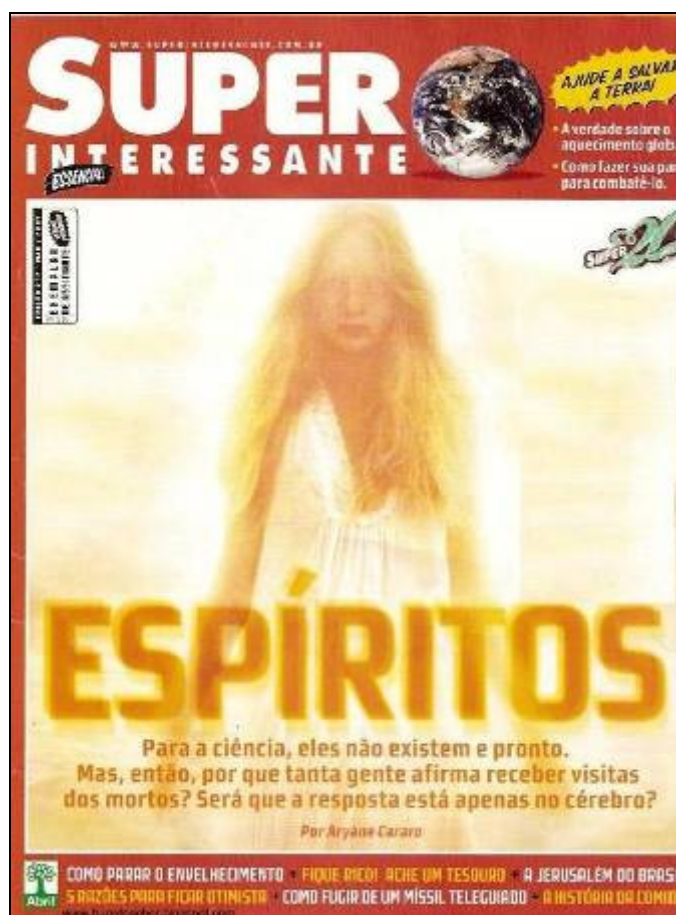


Figura 36: *Superinteressante*, mar. 2007

Nesta capa (Figura 36), notamos que a luminosidade representativa dos temas ligados ao Espiritismo parte do próprio participante representado. Pode-se perceber, tendo em vista as cores impressas, que variam entre o branco (principalmente contornando a imagem) e o amarelo, que este participante não possui os olhos bem definidos, embora haja uma demanda. Pelas cores, ainda, vê-se sutilmente um ponto de luz no alto de sua cabeça, luz que se propaga por toda a composição, cercando o PR e desfigurando a sua imagem. As cores são responsáveis também pela criação de um *framing* de conexão entre imagem (ideal) e palavra (real), estabelecendo uma *rima* (Van Leeuwen, 2005), na qual a informação verbal possui as qualidades em comum com as da informação visual, ou seja, além da cor, a transparência, que dá um caráter espectral a ambas.

Enfim, a luminosidade, ou o “ponto de luz”, é um recurso dedicado às representações com que os temas espíritas são identificados pelas capas das revistas laicas. A luz, neste caso, está ligada ao transcendental, ao sobrenatural e ao inexplicável.

Tais composições que tentam chegar a uma explicação para estes fenômenos se dão, sobretudo, através do paradigma ideal-real.

Ao término deste capítulo, convém reafirmarmos que as representações são, sim, convencionadas pelos usos recorrentes de recursos semióticos, mostrados como inerentes às religiões, no nosso caso, os quais constroem as identidades visuais e tudo o que a elas está ligado, como ideologias e relações de poder. O exemplo da representação do papa João Paulo II mostra bem isto, na medida em que a construção de sua imagem se dá repetidamente através do gesto de bênção, do olhar benevolente e das palavras positivas, reforçando a construção de fatos sociais que garantem ao Catolicismo ser (re)conhecida como a religião que está acima das demais formas de crer.

Tendo em vista o percurso seguido até aqui, acreditamos que a análise conseguiu mostrar as nuances desta representação e reforçamos que esta é uma das muitas formas de interpretação que as capas de revista, como qualquer outro gênero, permitem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste momento, convém fazermos considerações que sistematizem os nossos resultados e as nossas impressões com esta pesquisa. Para realizá-la e alcançarmos nossos objetivos, a princípio, enfocamos o gênero textual capa de revista em suas características formais, chegando a um esquema geral da sua constituição visual convencional; e em seu conteúdo semântico, a partir do qual configuramos os interesses e modos de tratamento dos assuntos religiosos por cada revista, *Superinteressante* e *Veja*, chegando à categorização das manifestações religiosas que foram tratadas por elas ao longo do tempo de existência de ambas (até 2010).

A descrição e análise do gênero textual capa de revista levou-nos a perceber que seus propósitos comunicativos vão além da simples atribuição de chamar a atenção do leitor/consumidor para vender revista. Vimos que os recursos semióticos postos em movimento nas composições deste gênero exercem ação sobre o espectador (o leitor/consumidor) ao divulgar, (re)afirmar, questionar e/ou pôr à prova símbolos e pessoas que fazem o inventário cultural das religiões enfocadas.

Assim, levando em consideração que o quadro religioso brasileiro apresenta uma dinâmica em constante mudança, nos apoiamos em alguns estudos da área da sociologia da religião para ampliarmos nossa análise das capas selecionadas. Tais estudos apontam para um “declínio do catolicismo”, o qual se deve ao “crescimento do número de pessoas que se caracterizam como ‘evangélicos’, espíritas e outros, bem como do número de pessoas que declaram não ter uma religião, que passou de 1,6% da população em 1980, para 7,3% em 2000” (ROCHA & BASAGLIA, 2009, p. 1).

Nesse sentido, percebemos que as recentes mudanças deste quadro no Brasil foram, em grande medida, refletidas pelas capas das revistas analisadas em nossa pesquisa. Constatou-se, sobretudo em *Veja*, a inserção de temas diferentes do Catolicismo, à medida que, em detrimento deste, se observa o crescimento de outras práticas, apontado pelos censos demográficos, isto é, as capas refletiram em sua prática discursiva a prática social. Mostramos isso ao classificarmos as capas das revistas por manifestação religiosa e elaborarmos e observarmos as Tabelas 2 e 3 (páginas, 53 e 57, respectivamente) – principalmente a Tabela 3, que trata das representações feitas por *Veja*, que constitui maior parcela de nosso *corpus*.

A forte presença do Cristianismo (com 56 capas) em comparação com a segunda categoria levada em conta para a análise, Espiritismo (cinco capas), revela a

predominância das práticas cristãs na sociedade brasileira, mas também indica a sua prevalência sobre as representações das demais formas de crer feitas pelas capas das revistas analisadas, ou seja, sobre as que simplesmente não obtiveram espaço no foco dos debates das revistas (como o Judaísmo, por exemplo) ou sobre as que receberam espaço pouco relevante (como o Islamismo), fazendo-nos afirmar que o Cristianismo se configura como prática religiosa legítima, amplamente tolerada, aceita e difundida.

Sobre esse aspecto, foi visto que o repertório religioso cristão abordado por *Veja* muda progressivamente, passando de uma hegemonia católica, até os anos 1980, ao questionamento das práticas protestantes, de modo geral. Em *Superinteressante*, por sua vez, observou-se maior versatilidade com relação a esta variedade de assuntos abordados dentro das temáticas, tanto cristãs como espíritas, tendo em vista que esta revista procura explorar um leque mais variado de denominações, fatos e personagens religiosas, no intuito de polemizar sobre aspectos mais específicos das tradições. Porém, ambas compartilham recursos convencionados para a representação das religiões.

A fim de sabermos quais recursos convencionados eram esses, ou seja, no intuito de responder como a representação religiosa se dá nas capas em questão, contabilizamos, a partir das Tabelas 2 e 3, as categorias religiosas, fizemos um recorte analítico das principais religiões e seguimos com a análise multimodal. Foram observadas, como já foi dito, duas das manifestações religiosas categorizadas (Tabela 4, p. 61): Cristianismo e Espiritismo. Esta observação foi realizada através de um “mapa” dos recursos semióticos levantados para cada uma das 67 capas de revista do *corpus*, visto na Tabela 1 (em anexo).

Neste momento, apresentamos em gráficos os dados referentes aos recursos ligados às metafunções interpessoal e composicional descritas por Kress e van Leeuwen ([1996] 2006), encontrando que: (1) para os recursos interpessoais de contato predominam as imagens de oferta sobre as de demanda no Cristianismo, ocorrendo o contrário na representação do Espiritismo; (2) para as variáveis de enquadramento prevalecem os de proximidade (*close up* e *medium close shot*); (3) o ângulo preferido para as representações religiosas é o frontal; e (4) o componente composicional das capas se realiza sobre o paradigma centro-real, ou seja, os sentidos da imagem são centralizados e os do verbal são localizados em sua base.

Em seguida, identificamos quatro recursos vistos como recorrentes nas representações de quatro dos assuntos classificados dentro das duas categorias observadas: (1) o gesto de bênção do papa João Paulo II, para o Catolicismo; (2) o

detalhe de obra de arte, para Jesus Cristo; (3) a imagem da Bíblia, para o Protestantismo; e (4) o ponto de luz, para os temas ligados ao Espiritismo. Estes resultados reforçaram o pressuposto teórico de que as representações são convencionadas pelos usos, ou seja, são construídas, por isso ideológicas.

Para finalizar, apontamos para o vasto campo de investigação das representações, principalmente da representação religiosa, âmbito que possui importante papel na constituição do social. Ver como se dá a representação institucional, ou seja, de revistas ou periódicos autorizados pelas comunidades (discursivas) religiosas e contrastar esse resultado com a representação laica poderia render resultados interessantes. Apontamos, ainda, para o campo da pesquisa com os gêneros textuais sob o enfoque da multimodalidade, no sentido de que, sob esta perspectiva, ampliam-se os horizontes da interpretação e da leitura crítica.

Outro aspecto que chamou a nossa atenção durante a nossa investigação, mas que não pôde ser contemplado aqui, se refere aos termos e associações bélicas constatadas nas capas que representam o Protestantismo. Termos como: cruzada, seguidores, ataque, soldados, explosão etc. foram vistos recorrentemente na associação com esta religião. Tendo em vista que traços de vocabulário, relações semânticas e gramaticais, são, em princípio, moldados por significados particulares (SILVA & RAMALHO, 2008) para as representações, este é um fenômeno que certamente merecerá nossa atenção em pesquisas futuras.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Helvânia F. Deus está nas bancas – uma reflexão sobre a abordagem da religião na revista Superinteressante. In: MELO, J. M. de; GOBBI, M. C.; ENDO, A. C. B. (Orgs). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2007.
- ALMEIDA, Danielle B. Lins de (Org.). **Perspectivas em análise visual**: do fotojornalismo ao blog. João Pessoa: Editora de UFPB, 2008.
- ALMEIDA, Guido Antonio. Aspectos da filosofia da linguagem: contribuição para um confronto e uma aproximação entre filosofia e ciência da linguagem. In: SOUZA FILHO, Danilo Marcondes (Org.). **Significado, verdade e ação**: ensaios de filosofia analítica da linguagem. Niterói: UFF-EDUFF, 1986.
- ALMEIDA JUNIOR, Licínio; NOJIMA, Vera Lúcia M. dos S. **Retórica do design Gráfico**: da prática à teoria. São Paulo: Blucher, 2010.
- ALVES, Rubem. **O que é religião?** 11. Ed. São Paulo: Loyola, 2010.
- ASKEHAVE, Inger; SWALES, John M. Identificação de gênero e propósito comunicativo: um problema e uma solução. In: BEZERRA, B. G. et. al. (Orgs). **Gêneros e sequências textuais**. Recife: Edupe, 2009.
- AUSTIN, John Langshaw. **Quando dizer é fazer**: palavras e ação. Porto Alegre: Artes médicas, [1962] 1990.
- BALOCCO, Anna Elizabeth. A perspectiva discursivo-semiótica de Gunther Kress: o gênero como um recurso representacional. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs). **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, [1979] 2003.
- BARWASHI, Anis S.; REIFF, Mary Jo. Genre in rhetorical and sociological traditions. In: _____. **Genre**: an introduction to history, theory, research, and pedagogy. Indiana: Parlor Press / The WAC Clearinghouse, 2010.
- BASSO, Nadia Garcia. Sagrado universal na pós-modernidade: o sagrado, a ética e o simulacro no discurso televisivo da Igreja Universal do Reino de Deus. In: **Anais do II Encontro Nacional do GT História das Religiões e das Religiosidades / Revista Brasileira das Religiões** – ANPUH. V. 1; n.3. Maringá, 2009. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf/st4/Basso,%20Nadia%20Garcia.pdf>>. Acessado em: 30 de Nov. de 2010.
- BAZERMAN, Charles. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. Atos de fala, gêneros textuais e sistemas de atividades: como os textos organizam atividades e pessoas. In: **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2006a.

_____. Cartas e a base social de gêneros diversos. In: **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2006b.

_____. **Gênero, agência e escrita**. São Paulo: Cortez, 2006c.

_____. Momento de quem? O aspecto *kairótico* da intersubjetividade. In: **Escrita, gênero e interação social**. São Paulo: Cortez, 2007.

BELL, Philip. Content Analysis of Visual Images. In: VAN LEEUWEN, Theo; JEWITT, Carey (Eds.). **Handbook of visual analysis**. London: Sage, 2001.

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BERNHARDT, Stephern A. Seeing the text. In: HANDA, Carolyn. **Visual rhetoric in a digital world: a critical sourcebook**. Boston: Bedford / St. Martin's, 2004.

BEZERRA, Benedito Gomes. Gênero e propósito comunicativo. In: _____. **Gêneros introdutórios em livros acadêmicos**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2006. (Tese de doutorado)

BHATIA, Vijay K. A análise de gêneros hoje. In: BEZERRA, B. G. et. al. (Orgs.). **Gêneros e sequências textuais**. Recife: Edupe, 2009.

_____. Towards critical genre analysis. In: BHATIA, V. K. et. al. (Orgs.) **Advances in discourse studies**. New York: Routledge, 2008.

BIANCO, Gloecir. Pluralismo religioso brasileiro e a crise de sentido. In: **Anais do II Encontro Nacional do GT História das Religiões e das Religiosidades / Revista Brasileira das Religiões – ANPUH**. V. 1; n.3. Marinagá, 2009. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf/st3/Bianco,%20Gloecir.pdf>>. Acessado em: 30 de Nov. de 2010.

CÂMARA, Mônica. Urubu Rei: uma imagem fotojornalística e suas multimodalidades. In: ALMEIDA, Danielle B. Lins de (Org.). **Perspectivas em análise visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa: Editora de UFPB, 2008.

CAMBOIM, Aurora; RIQUE, Julio; ANDRADE, Maria Waleska L. de. Julgamento religioso: a relação das pessoas com Deus. In: **Anais do II Encontro Nacional do GT História das Religiões e das Religiosidades / Revista Brasileira das Religiões – ANPUH**. V. 1; n.3. Marinagá, 2009. Disponível em: <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/rbhr/julgamento_religioso_a_relacao_das_pessoas_com_deus.pdf>. Acessado em: 30 de Nov. de 2010.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Protestantismo brasileiro e mudança social. In: SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luís Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e**

mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil. São Paulo: Paulus, 2004.

CARVALHO, Gisele de. Gênero como ação social em Miller e Bazerman: o conceito, uma sugestão metodológica e um exemplo de aplicação. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs). **Gêneros:** teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

CHARAUDEAU, Patick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2006, p. 249-255.

CORRÊA, Thomaz Souto. Primeira parte de uma breve história das revistas. In: **Curso Abril de jornalismo**. 15 de agosto de 2005. Disponível em: http://cursoabril.abril.com.br/coluna/materia_84318.shtml. Acesso em: 23/12/2009.

CUNHA, Maria Angélica F. da; SOUZA, Maria Medianeira de. **Transitividade e seus contextos de uso**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.

DEVITT, Amy J. A Theory of genre. In: DEVITT, A. J. **Writing genres**. Southern Illinois University, USA, 2004.

DIONISIO, Ângela Paiva. Gêneros multimodais e multiletramento. In: KARWOSKI, A. et. al. (Orgs.). **Gêneros textuais:** reflexões e ensino. 3. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

DIONISIO, Angela Paiva; TRAVASSOS, Tarcísia. 15 anos de Superinteressante: uma análise do visual das capas e das manchetes. In: **Investigações:** linguística e teoria literária. Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística / UFPE. V. 17, n. 2, Recife: Editora Universitária da UFPE, Jul. 2005.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da UNB, 2001.

FARIA, Evangelina Maria Brito de. *Argumentação infantil*. Campina Grande: Bagagem, 2004.

FEI, Victor Lim. Problematising 'semiotic resource'. In: VENTOLA, E.; CHARLES, C.; KALTENBACHER, M. (Org.). **Perspectives in multimodality**. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2004.

FERNANDES, José David Campos; ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins de. Revisitando a gramática visual nos cartazes de guerra. In: ALMEIDA, Danielle B. Lins de (Org.). **Perspectivas em análise visual:** do fotojornalismo ao blog. João Pessoa: Editora de UFPB, 2008.

FERREIRA, Janaina Carvalho; BERTOLUZZI, Valeria Iensen. Estudos em multimodalidade: a multimodalidade em capas de revistas de auto-ajuda. **Anais do 4º Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais**. Tubarão: Universidade do Sul de Santa Catarina, de 15 a 18 de agosto de 2007.

GOMES, Antônio Máspoli de Araújo. As representações sociais e o estudo do fenômeno do campo religioso. In: **Ciências da religião: história e sociedade**. Ano 2. N. 2, 2004. Disponível em: <<http://www3.mackenzie.br/editora/index.php/cr/article/view/2315>>. Acessado em: 02 de maio de 2011.

GOUVEIA, Carlos A. M. Texto e gramática: um introdução à Linguística Sistêmico-Funcional. In: *Matraga* - v.16, n.24, jan./jun. 2009.

HANDA, Carolyn (Ed.). **Visual Rhetoric in a digital world**. : a critical sourcebook. Boston / New York: Bedford / St. Martin's, 2004.

HEBERLE, Viviane. M. Revistas para Mulheres no Século 21: Ainda Uma Prática Discursiva de Consolidação ou de Renovação de Idéias? In: **Linguagem em (Dis)curso**. Universidade do Sul de Santa Catarina. - v. 1, n. 1. Tubarão: Ed. Unisul, 2004.

HEMAIS, Barbara; BIASI-RODRIGUES, Bernadete. A proposta sociorretórica de John M. Swales para o estudo de gêneros textuais. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs). **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola, 2005.

HOFFNAGEL, Judith C. Agência na perspectiva da teoria de gênero. In: HOFFNAGEL, J. C. **Temas em antropologia de linguística**. Recife: Bagaço, 2010.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. Grande dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

JEWITT, Carey. An introduction to multimodality. In: _____ (Ed.). **The Routledge handbook of multimodal analysis**. New York: Routledge Press, 2009.

JEWITT, Carey; OYAMA, Rumiko. Visual meaning: a social semiotic approach. In: VAN LEEUWEN, Theo; JEWITT, Carey (Eds.). **Handbook of visual analysis**. London: Sage, 2001.

KOSTELNICK, Charles; HASSET, Michael. Visual language, discourse communities, and the inherently social nature of conventions. In: _____. **Shaping informations**. Carbondale: Southern Illinois University Press, 2003.

KRESS, Gunther. Literacy and Multimodality: a theoretical framework. In: KRESS, G. **Literacy in the new media age**. New York: Routledge, 2003.

_____. Multimodality, multimedia, and genre. In: HANDA, Carolyn. **Visual rhetoric in a digital world: a critical sourcebook**. Boston / New York: Bedford / St. Martin's, 2004.

_____. What is mode. In: JEWITT, C. (Ed.). **The Routledge Handbook of Multimodal Analysis**. New York: Routledge Press, 2009.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images: the Grammar of visual design**. Second Edition. London/New York: Routledge, [1996] 2006.

_____. O sentido da composição. Tradução: Leonardo Mozdezinski. In: KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading Images: the Grammar of visual design**. London/New York: Routledge, 1996. p. 181-229. (Mimeo)

MAINGUENEAU, Dominique. Discurso, enunciado, texto. In: MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. 4.ed. Dão Paulo: Cortez, 2005.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, Angela Paiva et. al. (Orgs.). 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.

_____, Apresentação. In: BAZERMAN, Charles. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 2. Ed. São Paulo: Cortez, 2006.

_____, **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a, p. 146-163.

_____, Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A. et. al. (Orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008b.

MEURER, José Luiz. Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola, 2005.

_____. Integrando estudos de gêneros textuais ao contexto de cultura. In: KARWOSKI, A. et. al. (Orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

MILLER, Carolyn R. Gênero como ação social. In: MILLER, C. R. **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, [1984] 2009.

MILLER, Carolyn R.; SHEPHERD, Dawn. *Blogar* como ação social: uma análise do gênero *weblog*. In: MILLER, C. R. **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009.

MOTTA-ROTH, Desiree. Questões metodológicas em análise de gêneros. In: KARWOSKI, A. et. al. (Orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

MOZDZENSKI, Leonardo Pinheiro. **A cartilha jurídica: aspectos sócio-históricos, discursivos e multimodais**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2006. (Dissertação de Mestrado)

_____. **Multimodalidade e gênero textual: analisando criticamente as cartilhas jurídicas**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2008.

NEVEU, Érik. As revistas jornalísticas e especializadas: o motor das mudanças?. In: NEVEU, E. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

O'HALLORAN, Kay L. Multimodal Discourse Analysis. In: HYLAND, K.; PALTRIDGE, B. (Eds.). **Companion to Discourse**. London and New York: Continuum, 2011 (in press). (Disponível em: [http://multimodal-analysis-lab.org/_docs/pubs14-OHalloran\(in%20press%202011\)-Multimodal_Discourse_Analysis.pdf](http://multimodal-analysis-lab.org/_docs/pubs14-OHalloran(in%20press%202011)-Multimodal_Discourse_Analysis.pdf). Acessado em: 07/11/2010).

PATRIOTA, Karla Regina M. Pereira. Que pluralidade religiosa é essa? In: **Anais do II Encontro Nacional do GT História das Religiões e das Religiosidades / Revista Brasileira das Religiões** – ANPUH. V. 1; n.3. Marinagá, 2009. Disponível em: <<http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf/st3/Patriota,%20Karla%20M.%20P.pdf>>. Acessado em: 30 de Nov. de 2010.

PINHEIRO, Viviane Seabra. **Analisando significados de capas da revista Raça Brasil**: um estudo de caso à luz da Semiótica Social. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2007. (Dissertação de Mestrado)

POÇAS, Maria Teresa se Carvalho. **Design editorial I Revistas, capas e discursos** – um estudo das revistas Veja, Isto É, Carta Capital e Época. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2009. (Dissertação de Mestrado)

PUZZO, Miriam Bauab. Gêneros discursivos: capas de revistas. In: **Caminhos em linguística aplicada**. Vol. 1, Num. 1: UNITAU, 2009. Disponível em: <http://periodicos.unitau.br/ojs-2.2/index.php/caminhoslinguistica/article/viewFile/903/727>. Acesso em: 23/12/2009.

ROCHA, Célia L. Reily; BASAGLIA, Claudete Camargo P. Identidade e visibilidade religiosa: intolerância no limiar do século XXI. In: **Anais do II Encontro Nacional do GT História das Religiões e das Religiosidades / Revista Brasileira das Religiões** – ANPUH. V. 1; n.3. Marinagá, 2009. Disponível em: <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/rbhr/identidade_e_visibilidade_religiosa.pdf>. Acessado em: 30 de Nov. de 2010.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem: a abordagem de Bakhtin. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

ROSADO-NUNES, Maria José. O catolicismo sob o escrutínio da modernidade. In: SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luís Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social**: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil. São Paulo: Paulus, 2004.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2009.

SILVA, Denize Elena Garcia da; RAMALHO, Viviane. Reflexões para uma abordagem crítica dos gêneros discursivos. In: Revista latinoamericana de estudos do discurso. v. 8. n. 1, 2008.

SILVEIRA, M. Inês Matoso. **Análise de gênero textual**: concepção sócio-retórica. Maceió: EDUFAL, 2005.

SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luís Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social**: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil. São Paulo: Paulus, 2004.

STÖCKL, Hartmut. In between modes: language and image in printed media. In: VENTOLA, E.; CHARLES, C.; KALTENBACHER, M. (Org.). **Perspectives in multimodality**. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2004.

SUSIN, Raquel. Primeira revista brasileira de circulação nacional. In: **RankBrasil**: livro dos recordes. 06 de março de 2008. Disponível em: http://www.rankbrasil.com.br/Recordes/Materias/?Primeira_revista_brasileira_de_circulacao_nacional+120&Grupo=3. Acesso em: 23/12/2009.

VAN LEEUWEN, Theo. Semiotic principles. In: _____. **Introducing social semiotics**. London/New York: Routledge, 2005.

VAN LEEUWEN, Theo; JEWITT, Carey (Eds.). **Handbook of visual analysis**. London: Sage, 2001.

VITORINO, Monique Alves. **Aspectos visuais da religião nas capas da revista Superinteressante**: uma análise crítica. Campina Grande, Universidade Estadual da Paraíba, 2007. (Monografia de Graduação)

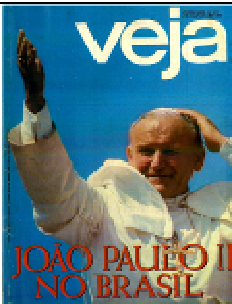
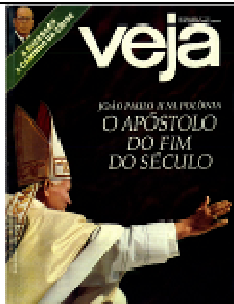
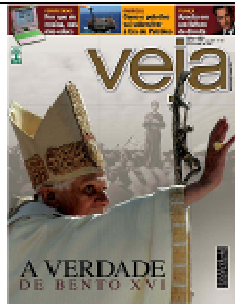
ANEXO

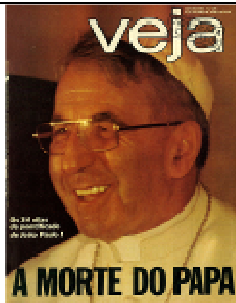
TABELA 1

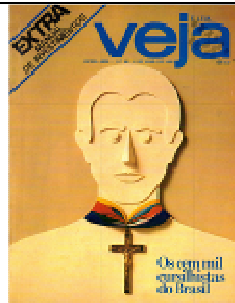
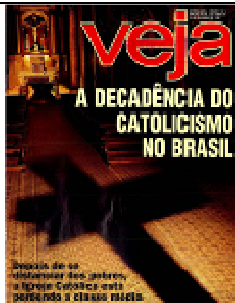
Relação dos recursos semióticos mobilizados para a representação da religião nas capas das revistas

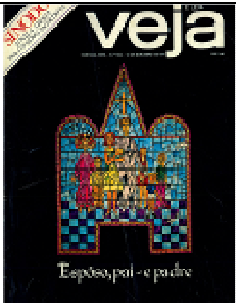
Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Igreja				
Capa					
	18/set de 1968	29/dez/1976	25/out/1978	29/out/1980	24/abr/2002
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Para Onde Vai a Igreja?	A Igreja no Brasil	Uma Revolução na Igreja	A crise do padre Vito GOVERNO X IGREJA	O calvário da Igreja No ocaso de seu pontificado, o papa enfrenta o problema mais doloroso de seu reinado: o escândalo dos padres pedófilos
Valor Informativo	dado	dado	centro	real	dado
Visual					
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotográfica	Fotográfica	Fotográfica	Fotomontagem
Participante Representado	padres	padre	João Paulo II	Padre Vito Miracapillo	João Paulo II
Valor Informativo	centro	novo	centro	centro	dado
Cor Predominante	Vermelho	Sombras/cinza	branco		azul-turquesa
Contato	Oferta	Oferta	oferta	demanda	oferta
Enquadramento	-	Medium Long shot	Medium close shot	Close-up	Medium shot
Ângulo	-	Alto	frontal	frontal	Obliquo
Gesto/ Expressão Facial	Na fotografia: Participante da direita tem o braço direito e sobranceiras erguidos e fala.	Caminha. De costas para o espectador.	Esboça sorriso enquanto fala frente a microfones	Olhar fixo e sério.	Sentado, leva as mão à face
Roupa/Acessório/Objeto	Báculo dourado sobre fotografia preto-e-branco; patena com hóstia, detalhe da casula, parte de um missal.	Batina preta, maleta preta. Colunas largas à esquerda.	Batina branca, solidéu, microfones	Óculos. Carimbo.	Solidéu, casula azul. Trono dourado.

Religião Associada	CRISTIANISMO			
Assunto	Igreja			
Capa	 08/out/2003	 27/abr/2005	 Maio 2007	 Dezembro 2007
Recurso Semiótico				
Verbal				
Chamada	A Ofensiva da Igreja Padre Marcelo lança um filme sobre a Virgem Maria para vencer a guerra da propaganda com os evangélicos	A Igreja Congelada O papa Bento XVI prega a rigidez doutrinária para depurar o catolicismo e contrapor a fé a um mundo sem valores	A História Secreta da Igreja Os assassinos, santos, devassos e heróis que fizeram a história da organização mais antiga do mundo: o Vaticano.	Sexo na Igreja Filhos proibidos, homossexualidade, abusos. Por que tantos padres se envolvem em escândalos sexuais? Uma investigação sobre o maior segredo da Igreja.
Valor Informativo	novo	Real	Real	centro
Visual				
Imagem (tipo)	Fotomontagem	Fotomontagem	montagem	Desenho/ilustração
Participante Representado	Padre Marcelo Rossi. Plano de fundo: Mulher (Maria) com bebê (Jesus)	Papa Bento XVI	-	São Sebastião
Valor Informativo	dado	centro	centro	centro
Cor Predominante	Branco / lilás	Azul-turquesa	Branco/dourado	vermelho
Contato	Demanda	Oferta	-	Oferta
Enquadramento	Medium close shot	Close-up	-	Medium long shot
Ângulo	Frontal	Oblíquo	-	Frontal
Gesto/Expressão Facial	Mãos unidas. Esboço de sorriso.	Sorriso.	-	PR de pé, com as mãos amarradas sobre a cabeça. Olhar direcionado para o alto, em súplica.
Roupa/Acessório/Objeto	Veste eclesiástica branca. Terço. Plano de fundo: cena do filme “Maria, mãe do filho de Deus”.	Solidéu. Fotografia no interior de cubo de gelo.	Crucifixo dourado em alto relevo sobre fundo branco de textura porosa.	Pano vermelho ao redor da cintura. Flechas espetadas em seu corpo. Sangue escorrendo.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	João Paulo II	João de Deus	João Paulo II	Ele	Bento XVI
Capa	 02/jul/1980	 09/jul/1980	 22/jun/1983	 Março 2005	 16/mai/2007
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	João Paulo II no Brasil	O Triunfo de João de Deus	João Paulo II na Polônia O Apóstolo do Fim do Século	Como Ele Mudou o Mundo João Paulo II entrará para a história como herói do povo ou ditador impiedoso? Como ficará a Igreja depois dele? E mais: o próximo papa pode ser brasileiro	A Verdade de Bento XVI
Valor Informativo	Real	Real	novo	centro	dado
Visual					
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotográfica	Fotomontagem	Fotomontagem	Fotomontagem
Participante Representado	João Paulo II	João Paulo II. Multidão	João Paulo II	João Paulo II	Bento XVI
Valor Informativo	novo	centro	dado	centro	dado
Cor Predominante	Azul celeste/branco.	preto	preto	Vermelho/dourado	branco
Contato	Oferta	oferta	oferta	demanda	oferta
Enquadramento	Medium close shot	Long shot	medium close shot	Medium close shot	Medium close shot
Ângulo	frontal	frontal	Obliquo	frontal	Obliquo
Gesto/Expressão Facial	Braço direito erguido em sinal de bênção. Mão esquerda direita sobre a cabeça. Face contraída pela claridade. Sorriso.	De pé, olha para a multidão sob seus pés. Tem as mãos espalmadas em sinal de bênção.	mão direita erguida em sinal de bênção. Perfil. Olhando para baixo.	Mão esquerda segura o báculo. Mão direita erguida em sinal de bênção. Esboça um sorriso.	Mão direita erguida em sinal de bênção. Seu braço direito encobre parte do seu perfil.
Roupa/Acessório/Objeto	Batina branca e solidéu. Mozeta branca. Crucifixo.	Batina branca com mozeta. Solidéu.	Casula bege. Mitra com detalhes dourados.	Casula vermelha, pálio branco. Mitra com detalhes dourados. Báculo prateado.	Dalmática branca com detalhes dourados. Mitra. Báculo. Imagem de santo.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Papa				
Capa	 04/out/1978	 25/out/1979	 20/mar/1981	 22/mar/1996	 01/out/1997
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	A Morte do Papa	O Papa na América	O atentado contra o papa O Tiro que feriu o Mundo	O Sofrimento do Papa Doente, velho e frágil, João Paulo II prepara a sua sucessão	O PAPA - A encruzilhada da Igreja - Por que o Brasil não tem santos - As chances de José de Anchieta
Valor Informativo	Real	Real	Real	Ideal	novo
Visual					
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotográfica.	Fotográfica.	Fotomontagem	Fotomontagem.
Participante Representado	Paulo VI	João Paulo II	João Paulo II. Seguranças. multidão	João Paulo II	João Paulo II
Valor Informativo	centro	centro	centro	centro	centro
Cor Predominante	-	Preto/branco	-	Preto/vermelho	amarelo
Contato	oferta	oferta	oferta	oferta	oferta
Enquadramento	Close-up	Long shot.	Long shot.	Medium close shot	Medium close shot
Ângulo	Oblíquo	Oblíquo	Oblíquo	frontal	Oblíquo
Gesto/Expressão Facial	Sorriso.	Debruçado, beija o chão.	João Paulo II sendo aparado após ser baleado. Em seu redor há uma multidão. Um círculo vermelho (sugerindo um alvo) destaca sua cabeça.	PR é visto de costas com a cabeça abaixada.	PR apoia o báculo sobre a testa. Olhos fortemente cerrados.
Roupa/Acessório/Objeto	Solidéu. Batina. Óculos.	Solidéu. Batina. Mozeta.	Solidéu. Batina. Mozeta. Automóvel.	Mozeta vermelha. Solidéu branco.	Mozeta, pálio, solidéu. Báculo.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Papa	Paulo VI	Bispos	Cursilhistas	Catolicismo
Capa	 13/abr/2005	 02/dez/1970	 17/fev/1971	 05/jul/1972	 25/dez/1991
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	O desafio de eleger um novo papa com carisma, força moral e sabedoria Quem?	Paulo VI O Político	Os Bispos Brasileiros União Acima da Crise	Os cem mil cursilhistas do Brasil	A Decadência do Catolicismo no Brasil Depois de se distanciar dos pobres, a Igreja Católica está perdendo a classe média
Valor Informativo	Real	novo	Ideal	novo	novo
Visual					
Imagem (tipo)	fotomontagem	Fotomontagem	Fotográfica	Montagem	Fotográfica
Participante Representado	-	Paulo VI	Bispos	Boneco de papel	-
Valor Informativo	dado	dado	Real	centro	centro
Cor Predominante	Tons de marrom/azul	-	-	Tons de amarelo	-
Contato	-	oferta	demanda	demanda	-
Enquadramento	-	Close-up	Very long shot	Close-up	-
Ângulo	-	Oblíquo	frontal	frontal	oblíquo
Gesto/Expressão Facial	-	-	De pé, alguns sorriem.	-	-
Roupa/Acessório/Objeto	Mitra.	Escultura desgastada de madeira (busto de Paulo VI).	Batinas (maioria), ternos.	Fita que simboliza o hino do Cursilho (De cores) e crucifixo no pescoço do boneco de recortes de papel.	Altar de igreja em perspectiva. Sombra de uma cruz em primeiro plano, com um dos “braços” quebrado. Bancos de igreja.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Padre	Padre	Cardeais	Santos	Santo
Capa	 13/out/1971	 10/fev/1999	 07/fev/1973	 25/dez/1974	 28/fev/2007
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Esposo, pai – e padre	Paixões Proibidas Padres rompem o voto de castidade para vivenciar o sexo, o namoro e o casamento	Os Dois Novos Cardeais do Brasil	Os Novos Santos	Um Santo 100% Nacional - A história do frade franciscano que teve seus milagres reconhecidos pelo Vaticano - Por que o catolicismo precisa de santos - O conceito de santidade em outras religiões
Valor Informativo	Real	Real	dado	dado	Real
Visual					
Imagem (tipo)	Desenho/ilustração	Fotomontagem	Desenho/ilustração	Desenho/ilustração	Fotográfica
Participante Representado	Padre, 2 mulheres, 5 crianças, 2 pombas	Noivinhos: noiva e padre	Cardeais: D. Avelar Branco Vilela e D. Paulo Evaristo Arns.	Santa Elizabeth Ann Bayley Seton	Imagem do Frei Galvão
Valor Informativo	centro	centro	centro	centro	centro
Cor Predominante	Preto/azul	Tons de azul/branco	Branco/preto	Azul/bege	Tons de marrom
Contato	demanda	oferta	oferta	demanda	oferta
Enquadramento	Very long shot	Long shot	Medium close shot	-	Medium shot
Ângulo	frontal	frontal	frontal	frontal	baixo
Gesto/Expressão Facial	De pé, lado a lado. Pai afaga uma das crianças; mãe segura o bebê; um dos meninos tem o olhar voltado para a pomba que voa. Outro, alimenta a	De pé, lado a lado. O noivo (padre) segura o braço esquerdo da noiva.. A noiva segura o buquê e esboça sorriso orgulhoso. Seus olhares se encontram.	O bispo da esquerda tem as pontas dos dedos unidas frente a seu corpo. O da direita sorri.	Mãos unidas frente a seu busto.	Mão direita erguida à altura do peito em sinal de bênção.

	pomba do chão.				
Roupa/Acessório/Objeto	O homem veste batina.	Homem: batina; mulher: vestido de noiva e buquê. Bolo.	Batina preta e faixa vermelha (símbolo dos cardeais). Crucifixo e óculos.	Panfleto (“santinho”) católico. PR usa túnica com capuz e mangas compridas. Auréola.	Túnica franciscana.

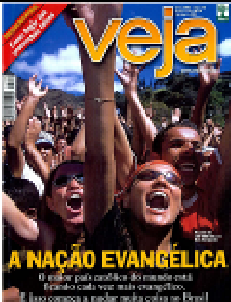
Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Pastor	Fé	Fé	Fenômeno	Opus Dei
Capa	 16/ago/1978	 08/abr/1998	 06/abr/2005	 04/Nov/1998	 Junho 2006
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Depois de Paulo VI À espera do novo pastor	A Ressurreição da Fé Como os católicos carismáticos reagem ao avanço dos evangélicos	A Grandeza da Fé Ao expor seu sofrimento terminal, o papa João Paulo II mostrou a coragem dos grandes pastores e o significado original do sacrifício	O FENÔMENO Ele reúne meio milhão de fiéis por mês em suas missas, vendeu 450 000 discos e se tornou uma celebridade no rádio e na TV	Nos Bastidores do Opus Dei O que é verdade e o que é mentira sobre a mais polêmica organização da Igreja Católica
Valor Informativo	Real	Real	novo	Real	Real
Visual					
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotomontagem	Fotomontagem	Fotográfica	Fotomontagem
Participante Representado	Paulo VI	-	João Paulo II	Padre Marcelo Rossi	-
Valor Informativo	centro	centro	Dado	centro	centro
Cor Predominante	Preto/branco	Preto/dourado	Preto/branco	Branco	Tons de vermelho
Contato	oferta	-	oferta	demandar	-
Enquadramento	Medium close shot	Close-up	Close-up	Medium shot	-
Ângulo	Obliquo	frontal	frontal	frontal	-
Gesto/Expressão Facial	Deitado sem vida.	Inúmeras mãos erguidas em direção ao ostensório	Olhos fortemente cerrados. Boca aberta. Mão esquerda sobre apoio transparente.	Mãos com as palmas voltadas para cima em sinal de bênção. Esboça um sorriso.	-
Roupa/Acessório/Objeto	3 travesseiros. Báculo. Mitra. Casula.	Ostensório dourado. Terços.	Solidéu. Batina branca	Terço. Casula sobre camisa de mangas compridas azul. Colarinho romano.	Coroa de espinhos.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Jesus				
Capa	 23/dez/1992	 12/abr/1995	 Abril de 1996	 15/dez/1999	 Dezembro de 2002
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Jesus Quem era Ele As novas descobertas sobre a sua vida e a sua época	Quem Matou Jesus? O que dizem os últimos estudos	É Semana Santa Mas Para os pesquisadores é um quebra-cabeça: Quem Foi Jesus Cristo?	Jesus ano 2000 Os desafios do cristianismo no novo milênio	A verdadeira história de Jesus Cristo é um dos maiores mistérios da humanidade. Mas a arqueologia, baseada em novas descobertas, está finalmente desvendando como ele nasceu, viveu e morreu
Valor Informativo	novo	novo	dado	Real	novo
Visual					
Imagem (tipo)	Detalhe da pintura “O Cristo na Coluna”, de Donato Bramante / efeito de solarização	Detalhe da pintura “The Lamentation over the Dead Christ” (1466), de Andrea Mantegna	Montagem: quebra-cabeça	Desenho/ilustração	Fotomontagem
Participante Representado	Jesus	Jesus	Jesus	Jesus	Jesus
Valor Informativo	centro	dado	centro	centro	dado
Cor Predominante	Tons de laranja	-	-	-	Azul/vermelho
Contato	oferta	oferta	demanda	demanda	oferta
Enquadramento	Close-up	Medium shot	Close-up	Medium long shot	Close-up
Ângulo	frontal	alto	frontal	frontal	obliquo
Gesto/Expressão Facial	Cabeça levemente inclinada para a esquerda. Olhar distante. Boca entreaberta.	Deitado sem vida.	Quebra-cabeça semi-montado, formando rosto de Jesus. Expressão séria.	Rodeado por seguidores, abre os dois braços.	Dirige seu olhar para baixo. Boca entreaberta.
Roupa/Acessório/Objeto	-	Travesseiro. Pano cobrindo a partir do quadril.	-	Túnica branca.	Coroa de espinhos. Parte da veste vermelha com verde. Sangue.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Jesus			Ele	Judas
Capa	 Abril 2004	 Dezembro 2004	 15/dez/2004	 25/dez/2002	 Maio 2006
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Quem matou Jesus? A história diz que foram os romanos. A teologia diz que fomos todos nós (ou Ele sozinho). Mas só os judeus foram condenados. Por quê?	Jesus Proibido Os evangelhos apócrifos foram cultuados pelos primeiros cristãos. Por que foram banidos pela Igreja? O que eles revelam sobre Cristo?	A busca pelos sinais históricos da vida de JESUS	O que Ele tem a dizer a você hoje - Por que a religião sobrevive numa época marcada pelo ceticismo - O que se sabe a respeito da figura histórica de Jesus - A mensagem de Cristo influencia a cultura do planeta e as outras religiões	O Novo Judas Uma descoberta arqueológica contradiz a <i>Bíblia</i> e diz que Judas foi o apóstolo preferido de Cristo. Afinal, qual a verdadeira história do maior vilão do cristianismo?
Valor Informativo	novo	Real	dado	centro	Real
Visual					
Imagem (tipo)	Fotográfica: Detalhe do filme “The Passion of the Christ”	Detalhe de pintura: “Cristo de São João da Cruz”, de Salvador Dalí	Detalhe de pintura: “Angels Playing Music for Christ and Mary” (autor desconhecido).	Desenho/ilustração	Desenho/ilustração
Participante Representado	Jesus	Jesus	Maria, menino Jesus e 3 anjos.	Jesus	Judas
Valor Informativo	dado	centro	centro	centro	centro
Cor Predominante	-	preto	Azul/branco	Azul/vermelho	Tons de marrom
Contato	oferta	oferta	oferta	demanda	demanda
Enquadramento	Close-up	Medium long shot	Medium long shot	Medium close shot	Medium close shot
Ângulo	frontal	alto	frontal	Oblíquo	frontal
Gesto/Expressão Facial	Olhos fechados e boca	PR pregado pelas mãos e	Maria, sentada, segura o	Com a mão direita aponta	De pé, encara o espectador.

	entreaberta. Se apoia na cruz.	pés à cruz, tem cabeça e parte do corpo voltados para frente.	bebê. Ambos dormem. Os anjos tocam: violino, alaúde, gaita.	com o indicador para o próprio peito. A mão esquerda tem a palma voltada para frente em sinal de bênção.	
Roupa/Acessório/Objeto	Coroa de espinhos. Cruz de madeira.	Cruz.	Túnicas (branca – anjos, azul – Maria); instrumentos musicais.	Aureola. Túnica azul com vermelho.	Túnica; turbante

Religião Associada	CRISTIANISMO	
Assunto	Fé	São Paulo
Capa	 24/dez/2003	 Julho 2003
Recurso Semiótico		
Verbal		
Chamada	Fé Por que e como acreditamos Há 2003 anos Jesus a reinventou e com isso mudou a história da humanidade	São Paulo traiu Jesus? Sem Paulo de Tarso, o cristianismo que você conhece não existiria. Agora surge a polêmica: ele é o herói que disseminou a fé em Cristo ou o vilão que deturpou as palavras de Jesus para sempre?
Valor Informativo	Real	Real
Visual		
Imagem (tipo)	fotografia	Desenho/ilustração
Participante Representado	Jesus	São Paulo
Valor Informativo	centro	centro
Cor Predominante	preto	Tons de amarelo
Contato	oferta	oferta
Enquadramento	Close-up	Medium long shot
Ângulo	frontal	Oblíquo
Gesto/Expressão Facial	Olhar voltado para cima.	Mãos unidas. Olhar voltado para cima.
Roupa/Acessório/Objeto	-	Túnica colorida.

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Evangélicos			Igreja	Edir Macedo
Capa	 02/jul/1997	 03/jul/2002	 Fevereiro 2004	 25/out/1995	 06/dez/1995
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	EVANGÉLICOS Como a religião está ajudando pessoas humildes a conquistar o reino da terra	A Nação Evangélica O maior país católico do mundo está ficando cada vez mais evangélico. E isso começa a mudar muita coisa no Brasil	Evangélicos - Quem são eles - Por que crescem tanto - O que essa expansão significa para o futuro do Brasil e do mundo	A Igreja que assusta O bispo Edir Macedo já tem mais de 3 milhões de seguidores	Edir Macedo ataca: - A Igreja Católica tem interesse na miséria - A Globo é a encarnação do diabo - Sexo é para ter prazer
Valor Informativo	Real	Real	Real	novo	dado
Visual					
Imagem (tipo)	Montagem	Fotográfica	Fotomontagem	Fotomontagem	Fotomontagem
Participante Representado	-	multidão	-	Edir Macedo	Edir Macedo
Valor Informativo	centro	real	centro	dado	centro
Cor Predominante	Preto (textura de couro)/dourado	-	-	Tons de laranja	-
Contato	-	oferta	oferta	demanda	oferta
Enquadramento	-	Medium close shot	-	Medium shot	Close-up
Ângulo	-	frontal	baixo	obliquo	frontal
Gesto/Expressão Facial	-	Mulheres e homens com braços erguidos e bocas abertas, em expressão de deslumbre.	Mão erguendo bíblia sob céu azul com nuvens.	Segura livro (bíblia) aberto e em chamas. Sua expressão é séria.	Olhos erguidos. Boca cerrada. Testa levemente franzida.
Roupa/Acessório/Objeto	Cifão. Cruz.	-	Punho de camisa branca. Bíblia.	Terno e gravata. Bíblia em chamas.	-

Religião Associada	CRISTIANISMO				
Assunto	Pentecostais	Guerra Santa	Fé	Pastor	Fé
Capa	 07/out/1981	 16/mai/1990	 15/jul/1998	 12/jul/2006	 19/ago/2009
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Pentecostais: O Milagre da Multiplicação	Guerra Santa Com quarenta estações de rádio, quatro emissoras de televisão e 16 milhões de adeptos, a fé evangélica explode no país e assusta a Igreja Católica	A Fé Contra o Crime Numa cruzada em presídios e redutos de traficantes, os evangélicos estão convertendo bandidos em soldados de Jesus	O Pastor é Show! Com uso da psicologia e auto-ajuda uma nova geração de pregadores dá espetáculo e reinventa a fé que mais cresce no Brasil	Fé e Dinheiro Uma combinação explosiva
Valor Informativo	Real	dado	Real	dado	Real
Visual					
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotomontagem	Fotográfica	Fotomontagem	Fotomontagem
Participante Representado	Manoel de Mello, fundador da Igreja Pentecostal O Brasil para Cristo	homem	homem	Homem (pastor)	-
Valor Informativo	novo	novo	centro	centro	centro
Cor Predominante	-	preto	branco	-	vermelho/azul
Contato	demanda	oferta	oferta	demanda	-
Enquadramento	Medium shot	Close-up	Close-up	Close-up	-
Ângulo	Oblíquo	baixo	frontal	frontal	-
Gesto/Expressão Facial	Ergue com a mão direita a Bíblia e com a mão esquerda aponta para o espectador. Expressão séria.	Mão direita erguendo Bíblia.	Homem de quem se vê apenas do colarinho da camisa à cintura, segura uma Bíblia aberta.	Rosto de homem com expressão jovial, cobrindo a boca com uma Bíblia.	-
Roupa/Acessório/Objeto	Bíblia. Terno. Óculos.	Bíblia. Punho de camisa.	Bíblia. Camisa branca (mangas compridas). Tatuagens.	Bíblia. Terno. Prancha de surf.	Bomba. Sacola de dinheiro.

Religião Associada	ESPIRITISMO				
Assunto	Espiritismo	Vida após a morte	Espíritos	Méduns	Chico Xavier
Capa	 Setembro de 2002	 11/mai/2005	 Março 2007	 Maio 2008	 Abril 2010
Recurso Semiótico					
Verbal					
Chamada	Espiritismo Que religião é essa? Por que tantos brasileiros seguem a doutrina de Allan Kardec?	Vida Após a Morte Por que é tão forte a crença na reencarnação e na comunicação com os mortos	Espíritos Para a ciência, eles não existem e pronto. Mas, então, por que tanta gente afirma receber visitas dos mortos? Será que a resposta está apenas no cérebro?	Médiuns Eles são capazes de desvendar crimes misteriosos? Cirurgias espirituais realmente funcionam? O que a ciência tem a dizer sobre a mediunidade?	Uma Investigação: Chico Xavier Quem foi o homem que fez milhões de brasileiros acreditar em espíritos? Qual o segredo das mensagens que ele psicografou? A SUPER viajou pelo país para desvendar essas perguntas. E encontrou as respostas.
Valor Informativo	Real	Ideal	Real	Real	Real
Visual					
Imagem (tipo)	Fotomontagem	Fotomontagem	Desenho/ilustração	Desenho/ilustração	Caricatura do artista russo Evgeny Parfenov aka Tosska.
Participante Representado	Chico Xavier	cadáver	espírito	-	Chico Xavier
Valor Informativo	centro	real	centro	centro	centro
Cor Predominante	preto	Azul/branco	Tons de amarelo	Tons de azul/branco	-
Contato	oferta	demanda	demanda	demanda	oferta
Enquadramento	Close-up	Close-up	Medium shot	-	Close-up
Ângulo	Oblíquo	frontal	frontal	-	Oblíquo
Gesto/Expressão Facial	PR sorri.	Deitado, sem vida. Pés em primeiro plano.	De pé encara o espectador.	-	Esboça um sorriso.
Roupa/Acessório/Objeto	Óculos escuros; terno	Lembrete; lençol; luz.	Vestido branco. Luz.	Luz.	Óculos escuros; terno

Religião Associada	BUDISMO		ISLAMISMO	
Assunto	Dalai Lama	Buda	Fé	Alcorão
Capa	 Agosto de 2001	 Março de 2002	 10/out/2001	 Novembro de 2001
Recurso Semiótico				
Verbal				
Chamada	Dalai Lama Será que ele pode mesmo transformar você em uma pessoa mais feliz?	BUDA - A fascinante história do homem que criou uma religião sem Deus - Quais são seus ensinamentos e por que eles influenciam tanta gente	Fé Cega e Mortal - O cerco aos homens das cavernas no Afeganistão - Osama Bin Laden tem células em mais de 40 países - Os fundamentalistas querem dominar o mundo em nome de Alá - A rotina de submissão e tortura da mulher em certos países islâmicos	O ALCORÃO Abrimos a caixa-preta do Islã. Até que ponto o livro sagrado dos muçulmanos incita a violência?
Valor Informativo	Real	Real	novo	Real
Visual				
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotomontagem	Fotográfica	Fotomontagem
Participante Representado	Dalai Lama	Buda	Mulher muçulmana	Homem
Valor Informativo	centro	ideal	dado	centro
Cor Predominante	Tons de amarelo/vermelho	Preto/dourado	-	-
Contato	demanda	oferta	oferta	oferta
Enquadramento	Medium close shot	Long shot	Medium long shot	Close-up
Ângulo	frontal	frontal	frontal	frontal
Gesto/Expressão Facial	Esboça sorriso	Sentado em posição de lótus. Olhos fechados. Mãos unidas.	PR caminhando por rua erma. Com a mão direita ergue a burca.	Segura livro aberto (o Alcorão).
Roupa/Acessório/Objeto	Túnica.	Estátua dourada	burca	Alcorão. Túnica branca

Religião Associada	CANDOMBLÉ	SANTO DAIME
Assunto	Axé	Daime
Capa	 Janeiro de 1995	 24/mar/2010
Recurso Semiótico		
Verbal		
Chamada	RADIOGRAFIA DE UMA RELIGIÃO: Mães-de-santo, orixás, terreiros, búzios, atabaques, sacrifícios, oferendas e festa, muita festa Axé Brasil! Saiba o que é, de onde veio e como funciona o candomblé, o culto africano que fez (e faz) a cabeça da civilização brasileira	O Psicótico e o Daime Até que ponto se justifica a tolerância com uma droga alucinógena usada em rituais de uma seita?
Valor Informativo	dado	Real
Visual		
Imagem (tipo)	Fotográfica	Fotomontagem
Participante Representado	-	Carlos Eduardo Sundfeld Nunes
Valor Informativo	novo	centro
Cor Predominante	Tons de amarelo	Preto/vermelho
Contato	-	oferta
Enquadramento	-	Close-up
Ângulo	-	frontal
Gesto/Expressão Facial	-	Olhar distante e pupilas dilatadas.
Roupa/Acessório/Objeto	Machado de lâmina dupla; escultura de madeira; colar de contas.	Grades de cela. Camisa preta.