

O USO DA PERSPECTIVA HORIZONTAL EM EDITORIAIS DE REVISTAS: CODIFICANDO RELAÇÕES DE ENVOLVIMENTO ENTRE IMAGEM E LEITOR

Maria Medianeira de Souza (UFPE)¹

medianeirasouza@yahoo.com.br

Francisco Roberto da Silva Santos (UERN)²

frobertossantos@hotmail.com

Introdução

Estudos atuais sobre o texto e o discurso vêm debatendo o fenômeno da multimodalidade e defendendo a necessidade de analisarmos criticamente os elementos visuais que compõem os mais diversos gêneros textuais. Dentre os vários caminhos de investigação dos significados sociais produzidos e negociados através das imagens presentes nos textos está a análise do modo como essas imagens criam e codificam relações e interações virtuais entre as pessoas, objetos e lugares nelas representadas e o público leitor. Estamos nos referindo, aqui, à *metafunção interativa*, descrita por Kress & van Leeuwen (2006) em sua Gramática do *Design Visual* (GDV). Segundo esses autores, um dos sistemas de construção de sentidos interativos envolvidos na produção e recepção de imagens é a *perspectiva horizontal*, ou seja, a escolha de um “ponto de vista” ou um ângulo subjetivo no eixo horizontal de onde os participantes representados são captados, que permite aos produtores da imagem codificar relações de envolvimento ou alheamento entre os participantes representados e o leitor.

Tendo como apoio os pressupostos teóricos da Multimodalidade Discursiva e da Semiótica Social, este trabalho objetiva analisar o uso do sistema visual da perspectiva nas imagens que compõem editoriais de revistas de grande circulação nacional, focando especialmente na perspectiva horizontal para perceber de que modo e por qual motivo os participantes representados nessas imagens foram captados como envolvidos ou como alheios em relação aos potenciais leitores dos editoriais em análise. Adotamos as categorias de análise com base no modelo teórico metodológico da Gramática do *Design Visual* (KRESS & VAN LEEUWEN, 2006) e investigamos um total de 09 (nove) editoriais de revistas de grande circulação nacional, sendo 03 (três) da *Época*, 03 (três) da *Veja* e 03 (três) da *Istoé*. Esses textos fazem parte do *corpus* da dissertação de mestrado intitulada “Multimodalidade e produção de sentidos no editorial de revista” (SANTOS, 2011).

1. Multimodalidade e Editorial

Nas discussões contemporâneas sobre os gêneros textuais adquire grande destaque o tema da multimodalidade discursiva, entendida como a maneira como os textos associam, em sua composição, elementos linguísticos e não-linguísticos. Marcuschi (2003) chama a atenção para o fato de os gêneros serem instrumentos comunicativos maleáveis de que o ser humano se apropria para agir socialmente e aponta como característica marcante dos gêneros emergentes “a maior integração entre os vários tipos de semiose: signos verbais, sons, imagens e formas em movimento” (MARCUSCHI, 2003, p. 21).

São igualmente representativos os estudos de Dionisio (2005), segundo a qual “referimo-nos à multimodalidade discursiva como traço constitutivo a todos os gêneros textuais escritos e orais. Consequentemente, recursos visuais e verbais precisam ser vistos como um todo, no processamento dos gêneros textuais” (DIONISIO, 2005, p. 178). Para a autora, os recursos visuais unem-se aos elementos linguísticos não apenas para ilustrar o que é dito pelo texto verbal, mas para criar novos

¹ **Medianeira Souza** é professora da Graduação e Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco. Integra o Núcleo de Investigações sobre Gêneros Textuais/NIG (UFPE) e é colaboradora do Grupo de Pesquisa em Produção e Ensino do Texto (GPET/UERN).

² **Roberto Santos** é mestre em Letras pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Integra o Grupo de Pesquisa em Produção e Ensino do Texto (GPET/UERN) e o Grupo de Pesquisa em Semiótica Social e Multimodalidade (GPSM/UFPB).

sentidos, sendo assim, “todos os elementos visuais e suas disposições nos textos podem ser analisados, uma vez que desempenham um trabalho persuasivo” (DIONISIO, 2005, p. 195).

Kress & van Leeuwen (2006), ao discutirem o papel dos elementos visuais na composição de um texto escrito, destacam o caráter ideológico que tais elementos encerram, ao defenderem que “as estruturas visuais não simplesmente reproduzem as estruturas da realidade [...], [mas] produzem imagens da realidade que está vinculada aos interesses das instituições sociais no interior das quais as imagens são produzidas, circuladas e lidas” (KRESS; van LEEUWEN, 2006, p. 47). Dessa forma, as estruturas visuais não devem ser observadas de maneira displicente ou até mesmo inocente, como se elas significassem apenas elementos alegóricos ou ilustrativos. Elas devem ser analisadas racionalmente de uma forma a considerar sua dimensão sócio-ideológica.

Neste artigo, colocamos em pauta os sentidos sócio-ideológicos da imagem no editorial, gênero do domínio discursivo do jornalismo, cujo propósito comunicativo é “persuadir seus leitores a verem os fatos do modo como a instituição jornalística considera adequado, organizando sua estrutura argumentativa de acordo com essa intenção” (SOUZA, 2006, p. 65). Assim sendo, o propósito comunicativo do editorial é o de opinar sobre determinados assuntos, de forma a fazer com que o seu leitor passe a compartilhar da mesma opinião. Trata-se, pois, de um gênero com um teor altamente argumentativo e que exige do sujeito-produtor muita perspicácia em suas escolhas enunciativas, já que são essas escolhas que vão determinar a aceitação ou a rejeição da sua tese por parte do sujeito leitor. Também incluem-se nessas escolhas os recursos multimodais utilizados para compor os editoriais.

Souza (2006) chama a atenção para a grande heterogeneidade do gênero editorial. Como qualquer outro gênero, o editorial pode assumir naturezas múltiplas sem, no entanto, perder seu papel como veículo de difusão de uma opinião institucional. Assim sendo, concordamos com a autora ao reconhecermos a *Carta do Editor*, da revista *Época*, a *Carta ao Leitor*, da revista *Veja*, além do *Editorial* da revista *Istoé*, como pertencentes à “família do editorial”, sendo ora de “apresentação”, ora “misto”, e exercendo ora a função de apenas “apresentar” a edição atual da revista, ora a de “comentar” fatos de interesse do público e ao mesmo tempo “apresentar” o número do periódico. Além disso, Souza (2006) ainda destaca o uso frequente de elementos visuais na composição desse gênero. O editorial é visto, pois, como um gênero multimodal, que se utiliza de recursos advindos de outros modos de representação, além do linguístico, para agir sobre o leitor de forma a fazê-lo aceitar o juízo de valor que expressa. Souza & Santos (2009, p. 47), em estudo recente que analisa o papel dos aspectos multimodais na configuração do gênero editorial, afirmam que “tais aspectos assumem um caráter altamente ideológico, corroborando de forma determinante para a significação global do gênero analisado”.

2. Semiótica Social e o recurso da perspectiva horizontal

A Semiótica Social propõe uma nova perspectiva para observar os modos semióticos. Baseada na Linguística Sistemico-Funcional (LSF) de Halliday, essa linha considera os vários sistemas semióticos, inclusive a linguagem, como conjuntos de recursos que estão à escolha dos falantes de determinada cultura para realizarem sentidos em contextos sociais. Portanto, os sentidos são tidos não como inerentes aos signos, mas como pertencentes a uma dada cultura e influenciados pelas relações conflituosas que determinam a estrutura social de um grupo.

As fronteiras teóricas da semiótica social são delineadas por Hodge & Kress (1988), em seu livro *Social Semiotics*. Os autores orientam suas discussões em duas premissas centrais. A primeira é a de que para se estudar o fenômeno semiótico deve-se partir da ideia de que o processo de produção e recepção de sentidos só pode ser compreendido tendo como ponto de partida a dimensão social e as lutas de poder que a caracterizam e que são refletidas nos eventos comunicativos (HODGE; KRESS, 1988, p. viii). A outra premissa é a de que “nenhum único código pode ser estudado com sucesso ou compreendido inteiramente em isolamento”, levando à consideração de que “uma teoria da linguagem verbal tem que ser vista em contexto de uma teoria de todos os sistemas sígnicos como socialmente

constituídos, e tratados como práticas sociais” (HODGE; KRESS, 1988, p. viii)³. Essa postura permitiu aos teóricos da Semiótica Social basearem muitos de seus conceitos em categorias de análise linguística, mais exatamente nas categorias da Linguística Sistêmico-Funcional de Halliday, como, por exemplo, os conceitos de modalidade, metafunção, participantes, processos, circunstâncias, dentre outros. Além disso, permitiu também estudar com coerência analítica mensagens que empreendem ao mesmo tempo mais de um modo semiótico, ou seja, os chamados textos multimodais.

Segundo Jewitt & Oyama (2001, p. 140), “a semiótica social visual é funcionalista no sentido de que ela vê os recursos visuais como tendo sido desenvolvidos para fazer tipos específicos de trabalhos semióticos” (tradução nossa). Assim sendo, o modo visual é considerado como uma rede de recursos semióticos que possuem um potencial para cumprir determinados propósitos na comunicação social. Halliday (1978), que tratava a linguagem como um modo semiótico, reconheceu a existência de três tipos de trabalho semiótico ligados ao uso da linguagem e denominou-os metafunções: a ideacional, a interpessoal e a textual. De acordo com Halliday (1978, p. 146), “essas ‘macro-funções’ são os reflexos linguísticos altamente abstratos da multiplicidade dos usos sociais da língua”⁴. É importante termos em mente que elas nunca se realizam separadamente, mas de maneira simultânea em qualquer uso que façamos da língua. Nos termos de Halliday (1978, p. 158), “uma oração do inglês [e de qualquer outra língua] é a realização simultânea de significados ideacionais, interpessoais e textuais”. Kress & van Leeuwen (2006), estendem essa ideia ao modo visual, argumentando que as imagens, em seu uso comunicativo, também preenchem as mesmas funções, as quais renomearam representacional, interativa e composicional. Para Kress & van Leeuwen (2006, p. 40), “o modo visual, assim como todos os modos semióticos, tem que servir a diversas exigências comunicacionais (e representacionais), com o fim de funcionar como um sistema de comunicação completo”⁵.

Ao descreverem a metafunção interativa, Kress & van Leeuwen (2006), argumentam que, quando o produtor cria uma imagem, ou qualquer outra mensagem visual, ele o faz tendo em mente um receptor ideal que, apesar de, na maioria das vezes⁶, não estar co-presente no momento da produção, compartilha com ele “um conhecimento do modo como as interações sociais e relações sociais podem ser codificadas nas imagens” (p. 115). Isso quer dizer que, quando produzimos uma imagem, enquanto representamos um fato da realidade (ou a versão desse fato que nos interessa), também estamos, ao mesmo tempo construindo uma interação virtual entre as pessoas, objetos e lugares mostrados na imagem e os seus potenciais observadores.

Um dos sistemas de construção de sentidos interativos envolvidos na produção e recepção de imagens é a *perspectiva*, ou seja, a escolha de um “ponto de vista” ou um ângulo subjetivo de onde os participantes representados são captados, o qual permite aos produtores da imagem codificarem relações de envolvimento (perspectiva horizontal) e poder (perspectiva vertical) entre os participantes representados e o leitor. Segundo Kress & van Leeuwen (2006, p. 129), “isso implica a possibilidade de expressar atitudes subjetivas com respeito aos participantes representados, humanos ou não”.

Neste artigo, pretendemos focar na perspectiva horizontal, ou seja, a seleção de um ângulo no eixo horizontal, que tem o potencial de significar o grau de envolvimento dos participantes interativos, os quais englobam produtor e receptor da imagem, em relação ao que é retratado; têm-se, aqui, duas possibilidades: a primeira é o uso de um ângulo frontal, sugerindo um envolvimento dos participantes interativos com os participantes representados, como se ambas as partes fizessem parte do mesmo mundo (Cf. KRESS; van LEEUWEN, p. 136); a segunda é o uso de um ângulo oblíquo

³ Neste trabalho, apresentamos traduções livres de Hodge & Kress (1988).

⁴ Neste trabalho, apresentamos traduções livres de Halliday (1978).

⁵ Neste trabalho, apresentamos traduções livres de Kress & van Leeuwen (2006).

⁶ Apesar de rara, Kress & van Leeuwen (2006) chamam atenção para a possibilidade de produtor e receptor das imagens compartilharem, de forma direta e imediata, do mesmo contexto, ou seja, participando de uma interação “face a face”: “como quando fazemos fotografias de outra pessoa para guardar na carteira ou colocar em um porta-retrato, ou desenhamos mapas para indicar ao outro a direção correta, ou desenhamos diagramas para explicar ideias aos outros” (p. 114).

que, pelo contrário, sugere uma relação de alheamento entre participantes representados e interativos, no sentido de que eles não fazem parte do mesmo mundo (Cf. KRESS; van LEEUWEN, 2006, p. 136). Existem diferentes graus em que podemos usar o ângulo oblíquo, desde um ponto de vista que capte os participantes representados levemente de lado até um ponto de vista que os capte virados de costas, comunicando também, dessa forma, diferentes graus de alheamento.

A Semiótica Social trata ângulo frontal e ângulo oblíquo como recursos semióticos que, como tais, desenvolveram-se dentro do domínio da comunicação social e possuem, ao invés de significados fixos previamente determinados, potenciais semióticos que são afetados por seu uso sociocultural e que, portanto, possuem uma história. Van Leeuwen (2005) argumenta que todos os recursos semióticos possuem uma história de uso, apesar de as pessoas terem a tendência de encará-los como se eles sempre existissem. O autor explica que “qualquer recurso semiótico e qualquer uso de qualquer recurso semiótico foi um dia uma inovação, metáfora e conotação estavam sempre lá no fundo, mas isso frequentemente é esquecido”⁷. No caso do ângulo frontal e do ângulo oblíquo, podemos supor que seus potenciais semióticos provêm das experiências físicas com as interações face-a-face que travamos diariamente com as outras pessoas. Por exemplo, se você está sentado ao lado de uma pessoa em um ônibus e quer lhe dizer algo, é muito natural, e até inconsciente, que ao fazê-lo, você vire seu dorso e se posicione num ângulo frontal em relação a ela, não que seu interlocutor não vá ouvi-lo se continuar imóvel, mas ao reproduzir esse gesto você quer significar “estou falando contigo, quero me envolver numa interação contigo”; do mesmo modo, se por acaso seu ouvinte também se vira para posicionar-se num ângulo frontal em relação a você, certamente você interpretará isso como uma vontade dele de também se envolver interativamente. Assim, na interação face-a-face, o ângulo frontal também tem o potencial de significar “envolvimento” assim como o ângulo oblíquo tem o potencial sentido de “alheamento”, como quando queremos ignorar nosso interlocutor ao nos posicionarmos de lado, ou até de costas para ele. Desse modo, podemos sugerir que os sentidos dos ângulos frontal e oblíquo foram transferidos ou, nas palavras de van Leeuwen (2004), “metaforizados” do domínio da experiência física das interações face-a-face para o domínio imagético.

Na seção a seguir, analisamos o uso do sistema visual da perspectiva nas imagens que compõem editoriais de revistas de grande circulação nacional, focando especialmente na perspectiva horizontal para perceber de que modo e por qual motivo os participantes representados nessas imagens foram captados como envolvidos ou como alheios em relação aos potenciais leitores dos editoriais em análise.

3. Análise da perspectiva horizontal em editoriais de revista

Examinamos nesta seção um total de nove editoriais coletados de três revistas de informação de grande circulação nacional, quais sejam: a *Época*, a *Veja* e a *Istoé*, sendo três exemplares de cada revista, coletados entre janeiro e junho de 2010, todos publicados na última semana do mês. Para identificar esses editoriais, utilizaremos, como nomenclatura, as letras E, V e I, seguidas de um número de 1 a 6, representando o mês em que foram publicados; por exemplo, I-6 refere-se ao editorial de *Istoé* publicado na última semana de junho de 2010. Temos como categorias de análise o conceito de *perspectiva horizontal* e suas subdivisões, ou seja, *ângulo frontal* e *ângulo oblíquo*; essas categorias foram tratadas na seção anterior. Inicialmente, analisamos o uso do ângulo oblíquo (subseção 3.1) e em seguida o uso do ângulo frontal (subseção 3.2).

3.1. O ângulo oblíquo em editoriais de revistas: codificando alheamento entre imagem e leitor

Conforme vimos na seção 2 deste artigo, o ângulo horizontal oblíquo tem o potencial semiótico de significar alheamento entre os participantes representados na imagem e o observador. A

⁷ Neste trabalho, apresentamos traduções livres de van Leeuwen (2004).

análise das imagens dos editoriais que compõem nosso *corpus* revelou que o ângulo oblíquo é o preferido ao se captar fatos e personagens que estão distantes (num sentido espacial, mas também socioeconômico) do público-alvo das revistas, formado, em sua maioria, por brasileiros da classe média que vivem nos grandes centros urbanos. Este foi o caso, por exemplo, das imagens que retratam as cenas de tragédia provocadas pelo terremoto que devastou o Haiti em janeiro de 2010, que se apresentam nos editoriais I-1, V-1 e E-1.



Fonte: *Istoé*, 27 de janeiro de 2010

Fonte: *Veja*, 27 de janeiro de 2010



Fonte: *Época*, 25 de janeiro de 2010

Figura 1. Ângulo oblíquo nas imagens dos editoriais I-1, V-1 e E-1, respectivamente.

Os editoriais I-1, V-1 e E-1 nos reportam à tragédia causada por um terremoto no Haiti; uma notícia que, naquele período, repercutiu em toda a mídia e sensibilizou todo o planeta. No entanto, os editorialistas e, por extensão, as revistas por eles representadas assumem em relação ao mesmo fato da realidade posições discursivas totalmente divergentes. O editorial de *Istoé*, intitulado “A ocupação do Haiti”, focaliza a truculência americana e seu modo agressivo e imponente de “dar apoio” ao governo haitiano, como podemos ver na imagem de I-1 reproduzida na Figura 1, que mostra soldados armados e helicópteros americanos numa verdadeira operação de guerra em frente ao prédio em ruínas da sede daquele governo. Em contrapartida, no editorial de *Veja*, nomeado “O melhor e o pior do homem”, os estrangeiros, nos quais se incluem os americanos, são representados como heróis solidários que vieram trazer ordem e esperança à população afligida pelo desastre natural, como pode ser observado na imagem de V-1, que capta a cena de um soldado estrangeiro prestando socorro a uma criança haitiana gravemente ferida. Por sua vez, o editorial de *Época*, sob título “A missão mais simples e mais nobre do jornalismo” deixa a catástrofe em segundo plano para focalizar e defender a ideia de que o jornalismo, especialmente a *Época* (visto que o jornalista retratado na imagem de E-1 pertence a essa revista), assume uma missão fulcral de testemunhar e documentar tragédias naturais como aquela, ainda que tal tarefa traga riscos para os jornalistas.

Apesar de representarem diferentes versões da realidade da tragédia haitiana, podemos perceber que as três imagens da Figura 1 possuem uma característica em comum: captam os

personagens do desastre de um ângulo oblíquo. Transmite-se, assim, a ideia de que o drama haitiano, o sofrimento dos seus habitantes, a perplexidade de quem testemunhou o fato e as ações de solidariedade ou de hostilidade que aquele país recebeu, não fazem parte do mundo do leitor. Tudo isso está distante do público e só pode ser conhecido por intermédio das revistas publicadoras desses editoriais.

As imagens de I-4 e I-6 reproduzidas na Figura 2, a seguir, também representam seus participantes como distantes do público-alvo desses editoriais. Mas, nesse caso, essa “distância” pode ser interpretada tanto do ponto de vista espacial, já que retrata pessoas da zona rural ou de cidades pobres do Nordeste, mas como também do ponto de vista socioeconômico, já que esses personagens possuem uma qualidade de vida muito abaixo dos brasileiros da classe média que costumam consumir revistas.



Fonte: *Istoé*, 28 de abril de 2010



Fonte: *Veja*, 30 de junho de 2010

Figura 2. Ângulo oblíquo nas imagens dos editoriais I-4 e I-6, respectivamente.

O editorial I-4, publicado por *Istoé* em 20 de abril de 2010, tem como título “Abril vermelho” e trata das invasões e outros atos de violência promovidos pelo Movimento dos Sem Terra (MST) naquele mês. Ao criticar esses atos hediondos, o editorialista defende que “a falta de repressão só multiplica a escalada de violência, com a radicalização dos discursos dos protagonistas do movimento e o aumento de práticas criminosas” (primeira coluna de I-4). A imagem de I-4 (ver Figura 2) traz representados alguns afiliados ao movimento portando facões e pedaços de madeira de modo a manifestar suas intenções não pacíficas. Além disso, retrata esses personagens, e até mesmo a bandeira do MST, de um ponto de vista horizontal oblíquo em relação à câmera, indicando, dessa maneira, um sentido de alheamento do leitor para com aquele movimento e seus partícipes. Esse alheamento pode ser entendido tanto do ponto de vista socioeconômico, dados que os participantes representados vivem na zona rural, moram em barracas improvisadas com péssimas condições de saneamento e conforto; mas também tem um sentido de afastamento ideológico, significando que a *Istoé* e seus leitores não coadunam das práticas de agressão e anarquismo do MST. Se nos voltarmos ao texto verbal de I-4, também encontraremos uma amostra verbal da ideia de alheamento que o editorialista pretende construir em relação àquele movimento: no trecho “Mais de 50 atos organizados pelo País [...] tentaram dar visibilidade aos protestos desses senhores” (primeira coluna de I-4), o editorialista usa pejorativamente a expressão “desses senhores”, com intensão clara de demonstrar sua antipatia e desaprovação aos partidários do MST e suas ideias, para ele, contraventoras.

Já o editorial I-6, publicado no dia 30 de junho de 2010 e intitulado “Devastação e abandono”, tem como tema o sofrimento dos nordestinos após as fortes chuvas do Nordeste. O editorialista defende a ideia de que existem dois vilões como provocadores da aflição dos nordestinos: as chuvas fortes causadoras da “devastação”; e, principalmente, o Estado, cuja ineficiência resultou no

“abandono” das vítimas. Ao captar a menina e a mulher nordestinas num ângulo horizontal oblíquo, a imagem transmite o sentido de que o mundo representado nela, ou seja, o desastre provocado pela enchente, a dor dos nordestinos pela perda de suas casas e, provavelmente, de entes queridos, a sensação de abandono por parte do Estado etc., é alheio ao mundo dos leitores, os quais, como já foi frisado, são preponderantemente da classe média e vivem nos grandes centros, distantes dos locais afetados pelas inundações. Tal ideia pode ser encontrada também no texto verbal de I-6, por exemplo, na utilização, do pronome demonstrativo *esses*, que é utilizado quando o referente está afastado do emissor e, portanto, indica alheamento, ao referir-se aos habitantes afligidos pela catástrofe: “esses nordestinos ficaram à mercê da natureza [...]” (primeira coluna de I-6), “esses brasileiros viveram seu drama [...]” (segunda coluna de I-6), “As cidades castigadas desses brasileiros desamparados” (segunda coluna de I-6). Além disso, em outro trecho, o texto manifesta explicitamente a condição de isolamento em que vivem os habitantes das áreas devastadas em relação aos grandes centros brasileiros: “Por estarem localizados nos recônditos do mapa, fora das capitais, esses brasileiros viveram seu drama como em um Haiti isolado, longe do resto do Brasil pujante que cresce à taxa de 9%” (segunda coluna de I-6).

Nesse último excerto, como foi notado, o editorialista compara o drama dos nordestinos com o drama sofrido anteriormente pelos haitianos, atingidos por um terremoto. Esse mesmo episódio foi tema dos editoriais publicados na última semana de janeiro pela própria *Istoé* e também pelas revistas *Veja* e *Época*. As imagens que compõem esses textos (Figura 1) mostram cada qual uma parte distinta da realidade que foi vivenciada no Haiti, tendo em comum a utilização do ângulo horizontal oblíquo na representação dessas seções da realidade. Assim, do mesmo modo que o texto comparou verbalmente os dramas nordestino e haitiano, evidencia-se também uma semelhança na representação visual dessas duas tragédias, ambas apresentadas como alheias e afastadas da realidade dos leitores.



Fonte: *Época*, 22 de fevereiro de 2010



Fonte: *Veja*, 24 de fevereiro de 2010



Fonte: *Veja*, 30 de junho de 2010

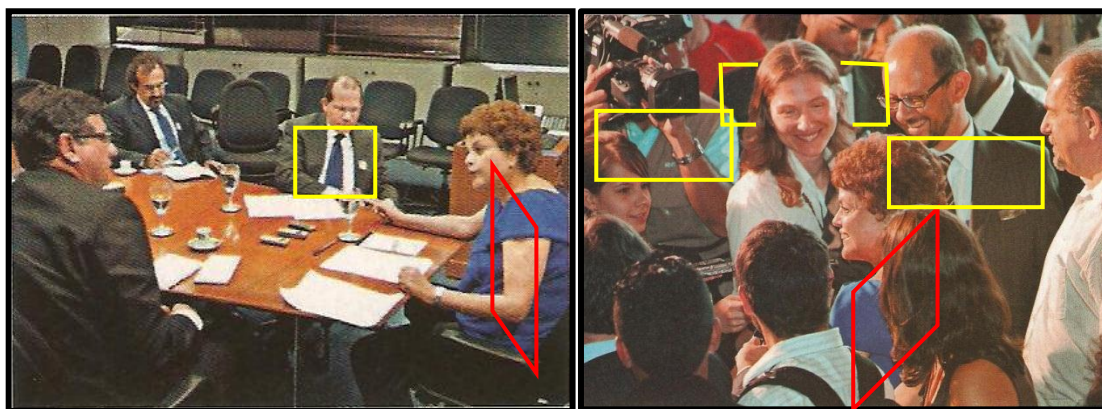
Figura 3. Ângulo oblíquo nas imagens dos editoriais E-2, V-2 e V-6, respectivamente.

O ângulo horizontal oblíquo é utilizado nos editoriais analisados para captar também personalidades da política, codificando assim o meio político, por sua complexidade e austeridade, como remoto e alheio ao leitor. É o que observamos, por exemplo, nas imagens dos editoriais E-2, V-2 e V-6, reproduzidas na Figura 3. Esses editoriais transcorrem sobre um dos assuntos mais comentados daquele ano: a disputa eleitoral à presidência da república. Os exemplares E-2, intitulado “Nosso papel num ano de eleição nacional” e V-2, sob o título de “No trilho institucional”, dão mais destaque à, na época, candidata da situação Dilma Rousseff, sendo que o primeiro destaca a entrevista exclusiva que ela concedeu à *Época* e a segunda convida o leitor a ler uma reportagem daquela edição de *Veja* sobre os bastidores da “aclamação” de Dilma como candidata de Lula à sucessão. Por sua vez, o editorial V-6, nomeado “Já ganhamos esta eleição”, enfoca os três principais candidatos às eleições de 2010: Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV), os quais foram destaque nas páginas amarelas de *Veja* (voltadas a entrevistas exclusivas) em suas últimas edições.

Nota-se nas imagens presentes nos editoriais E-2, V-2 e V-6, que todos esses personagens supramencionados foram captados num ângulo oblíquo, isto é, como alheios ao mundo do leitor. Desse modo, essas revistas acabam por atualizar o discurso, já arraigado no imaginário popular, de que o domínio da política, com sua discricção, manobrismos e mascaramentos, se coloca como remoto ao entendimento e à participação do grande público. Piovezani Filho (2003, p. 55) argumenta que o uso dos novos artifícios utilizados pelos agentes da política na era da comunicação de massa (dentre as quais a brevidade, a conversação e o homem privado sobre o personagem público) acabou gerando no cidadão comum o “desinteresse e a incredulidade em relação ao discurso político”. O autor ainda avalia que, nesse cenário de descrença para com os agentes políticos, é a mídia que se elege “pretensamente como uma instituição que cumpre uma função social imprescindível, qual seja, a de desvelar criticamente as mentiras e os segredos políticos” (PIOVEZANI FILHO, 2003, p. 55). Retornaremos a esse assunto na subseção 3.2., a seguir.

3.2. O ângulo frontal em editoriais de revistas: codificando envolvimento entre imagem e leitor

Vimos no percurso teórico deste artigo, mais especificamente na seção 2, que o ângulo horizontal frontal possui o potencial semiótico de codificar envolvimento entre participantes representantes e participantes interativos (autor e virtuais observadores da imagem). Ao analisarmos o *corpus* é possível notar o uso do ângulo oblíquo preferencialmente na captação de jornalistas e representantes da imprensa. Isso ocorre com os editoriais E-2 e V-2, os quais voltamos a reproduzir na Figura 4, a seguir, e também com o editorial E-3, reproduzido mais adiante na Figura 5.



Fonte: *Época*, 22 de fevereiro de 2010

Fonte: *Veja*, 24 de fevereiro de 2010

Figura 4. Ângulo frontal nas imagens dos editoriais E-2, V-2, respectivamente.

Assim como anunciamos anteriormente, os editoriais E-2 e V-2 apresentam o mesmo foco temático: os bastidores das eleições presidenciais de 2010, enfocando a candidata da situação, Dilma Rousseff, aclamada como possível sucessora do presidente Lula. Afirmamos também que em ambas as imagens desses editoriais, Dilma é retratada de um ponto de vista oblíquo, quase de costas para a câmera. No entanto, vemos outros participantes nas imagens de E-2 e V-2 que também foram captados de um ângulo oblíquo: como os dois jornalistas à esquerda da imagem de E-2, identificados pelo texto verbal desse editorial como Eumano Silva e Guilherme Evelin, e também grande parte dos jornalistas que estão em volta da candidata do PT na imagem de V-2, que não foram identificados pelo editorial. Esses personagens foram retratados como não fazendo parte do mundo do leitor, já que estão submergidos, na situação ali representada, no mundo dos bastidores da política, onde poucas pessoas têm acesso, dentre as quais os próprios políticos e os jornalistas que ali se inserem para trazer ao conhecimento do público informações a ele inerentes.

Porém, o que gostaríamos de destacar aqui é o fato de que essas fotografias apresentam alguns de seus participantes, também jornalistas ou outros membros da imprensa, de um ângulo horizontal frontal (ver inserções em amarelo nas imagens da Figura 4), criando, desse modo, uma relação virtual de envolvimento em relação aos participantes interativos. No caso da imagem de V-2, podemos notar pelo menos três participantes posicionados de frente para a câmera: o cinegrafista na extremidade esquerda da fotografia; ao lado dele o jornalista em último plano, atrás da repórter sorridente; e, finalmente, o repórter, logo atrás de Dilma, usando óculos.

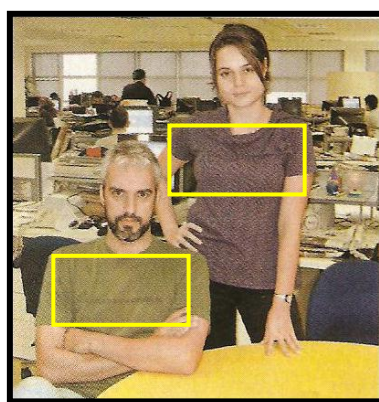
Por sua vez, o participante que é retratado pela imagem de E-2 de um ângulo oblíquo identifica-se como Hélio Gurovitz, isto é, o próprio editorialista responsável pela produção de E-2. Assim, justifica-se o uso desse tipo de perspectiva pelo fato de que Hélio Gurovitz buscou significar não apenas que aquele participante representado está inserido no mundo do leitor, mas também no mundo do produtor do editorial, ou seja, ele mesmo, pois ao dizermos que o ângulo oblíquo codifica relação de envolvimento entre participantes representados e participantes interativos, estamos incluindo nesses últimos o próprio autor ou responsável pela publicação da imagem. O rosto de Hélio Gurovitz é bastante conhecido do consumidor da *Época*, pois durante algum tempo os editoriais da revista traziam uma foto sua na parte superior esquerda da página, assim como analisa Aquino (2009)⁸. Também o texto verbal de E-2 dá indícios de uma relação de mais envolvimento e cumplicidade entre o editorialista e os leitores, diferente do que ocorre com os outros participantes representados naquela imagem. Percebemos que, por exemplo, no seguinte trecho, o autor refere-se a si mesmo com o pronome pessoal “mim”, enquanto aos seus colegas jornalistas presentes na imagem refere-se usando o nome completo, além de indicar a função que eles exercem na revista: “Entrevistas como a desta edição – conduzida pelo chefe da sucursal de Brasília, Eumano Silva, pelo editor executivo Guilherme Evelin e por mim [...]” (quarto parágrafo de E-2).

Assim, entendemos que, em ambas as imagens analisadas aqui, é codificada uma relação de maior envolvimento e pessoalidade entre Hélio Gurovitz (E-2) e os três membros da imprensa destacados na imagem de V-2 de um lado, e os leitores de outro, como se esses personagens representasse uma ponte de aproximação e inclusão entre o público em geral e o mundo dos bastidores da política. Essa postura que a mídia adota como porta-voz do público comum dentro do âmbito político é analisada por alguns autores da *Análise do Discurso*, dentre os quais podemos citar Piovezani Filho (2003). O autor analisa que a perda de credibilidade sofrida pelo Estado, e seu consequente enfraquecimento, criou um campo fértil para que a sociedade civil fosse à busca de uma postura mais ativa no domínio político e elegeesse a mídia como sua porta-voz. Nas palavras de Piovezani Filho (2003, p. 58):

⁸ Em sua pesquisa *Mecanismos de construção de sentidos no gênero editorial: aspectos verbais e visuais*, Aquino (2009) analisou os mecanismos visuais e verbais de interação em editoriais da *Época* e da *Veja*.

Visualiza-se, pois, a atuação da mídia, em função de sua suposta ‘politização’, como ‘porta-voz’ daqueles que já alijados do poder (que, paradoxalmente, eles mesmos concederam), impossibilitados de agir efetivamente no espaço político, devem contentar-se com a mera assistência do desenrolar das ações ali empreendidas.

A mídia, como agente político, toma uma “postura crítico-heurística” e reivindica para si o exercício de “deslindar o obtuso, de revelar o real” que se esconde nas malhas da política (PIOVEZANI FILHO, 2003, p. 57), servindo, pois como uma janela que possibilita o povo olhar para o interior da redoma do Estado. É mais ou menos isso o que os editoriais E-2 e V-2 tentam codificar através do recurso do ângulo oblíquo. Similarmente, é como se, ao chegarmos num lugar estranho, começássemos a nos sentir mais à vontade no momento em que encontrássemos alguém que conhecemos ou nos identificamos. Um sentido similar é pretendido pela imagem do editorial E-3, como vemos na Figura 5.



Fonte: *Época*, 29 de março de 2010

Figura 5. Ângulo frontal na imagem dos editoriais E-3

O editorial E-3, publicado por *Época* em 29 de março de 2010, e intitulado “O mais novo fenômeno evangélico”, comenta uma reportagem presente nessa edição que investiga uma das religiões neopentecostais que mais tem conquistado fiéis no Brasil: a Igreja Mundial do Poder de Deus, liderada pelo polêmico Valdemiro Santiago. A imagem de E-3 mostra os dois profissionais de *Época* escalados para fazer a reportagem, o editor Ricardo Mendonça e a repórter Mariana Sanches. Ambos os personagens são captados de um ângulo frontal, criando virtualmente uma relação de afinidade e envolvimento entre eles e os potenciais consumidores da revista. Na própria legenda da imagem, vemos a intenção do editorialista de apresentar os jornalistas de *Época* como íntimos e próximos dos leitores, ao referir-se a eles por seus primeiros nomes, como vemos a seguir: “FÉ NA NOTÍCIA: Ricardo e Mariana investigaram a Igreja que mais tem crescido no Brasil” (legenda da imagem de E-3). Entendemos, assim, que tanto verbal, como visualmente, o editorial E-3 busca identificar seus jornalistas, e por extensão, a própria revista, como veículos confiáveis e familiares que levam o leitor ao conhecimento de espaços não familiares ao grande público como é o caso do mundo da Igreja Mundial do Poder de Deus e de outras religiões neopentecostais.

Considerações finais

Neste trabalho analisamos o uso da perspectiva horizontal, vista como um recurso semiótico visual, na construção de sentidos de envolvimento e alheamento nas imagens que compõem editoriais das revistas *Época*, *Veja* e *Istoé*. Os resultados revelam que as imagens analisadas fazem uso do ângulo horizontal oblíquo para captar fatos e personagens que estão distantes (num sentido espacial, mas também socioeconômico) do público-alvo das revistas (em sua maioria, brasileiros da classe

média que vivem nos grandes centros urbanos), como os episódios de tragédia vivenciados pelos haitianos em janeiro de 2010, a enchente que atingiu as cidades mais pobres do nordeste e as invasões de propriedades rurais pelos integrantes do MST. O mesmo ângulo é utilizado também para captar personalidades da política, codificando assim o meio político, por sua complexidade e austeridade, como remoto e alheio ao leitor. Por sua vez, o ângulo horizontal frontal é preferencial na captação de jornalistas e profissionais das revistas que publicam os editoriais investigados, o que faz com que o público se identifique com esses personagens e, conseqüentemente, com os veículos de informação que eles representam, interpretando-os como pontes confiáveis para conhecer ambientes não-familiares, como, por exemplo, os bastidores da política e o fenômeno da emergência de novas religiões neopentecostais no Brasil.

Vemos, portanto, o papel relevante da perspectiva na construção de sentidos interativos que, somados a outros significados verbais e não-verbais presentes nos editoriais investigados, colaboram para o alcance de seus propósitos comunicativos e para a materialização de discursos sócio-historicamente marcados. Acreditamos que esses resultados podem contribuir para os estudos da comunicação visual, pois oferecem à comunidade acadêmica uma análise do papel fundamental que os recursos visuais realizam no arranjo do gênero editorial e de outros tipos de construtos semióticos.

Essa compreensão pode proporcionar um olhar diferente sobre o modo de se trabalhar com gêneros em todas as séries do ensino fundamental, médio e superior, já que há estudos (KRESS & van LEEUWEN, 2006) que comprovam que as imagens são bastante trabalhadas nas séries iniciais e depois esquecidas ao longo das demais séries que completam o percurso escolar. Assim, temos a clareza de que o estudo realizado aqui pode contribuir para a melhoria do ensino dos gêneros textuais, em especial do gênero editorial de revista, ao propiciar uma análise que leva em conta todos os elementos linguísticos e não-linguísticos que compõem esse gênero e, por que não dizer, a grande maioria dos gêneros usados em nosso cotidiano.

Referências

- AQUINO, L. D. *Mecanismos de construção de sentidos no gênero editorial: aspectos verbais e visuais*. Pau dos Ferros/RN: UERN, 2010, (Dissertação de Mestrado).
- DIONISIO, A. P. Multimodalidade discursiva na atividade oral e escrita. In: MARCUSCHI, L. A.; DIONISIO, A. P. *Fala e Escrita*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. p. 177-195.
- HALLIDAY, M. A. K. As bases funcionais da linguagem. In: DASCAL, M. (Org.). *Fundamentos metodológicos da lingüística*. São Paulo: Global, 1978. p. 125-161.
- HODGE, R.; KRESS, G. *Social semiotics*. 1. ed. Ithaca/NY: Cornell University Press, 1988.
- JEWITT, C.; OYAMA, R. Visual meaning: a social semiotic approach. In: van LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Orgs.). *Handbook of visual analysis*. London: SAGE Publications Ltd., 2001.
- KRESS, G.; van LEEUWEN, T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London and New York: Routledge, 2006.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Orgs.) *Gêneros textuais e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003. p. 19-36.
- PIOVEZANI FILHO, C. F. Política midiaticizada e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. GREGOLIN, M. R. (Org.). São Carlos: Claraluz, 2003. p. 21-34.
- SANTOS, F. R. S. *Multimodalidade e produção de sentidos no editorial de revistas*. Pau dos Ferros/RN: UERN, 2011. (Dissertação de mestrado).
- SOUZA, M. M.; SANTOS, F. R. da S. A multimodalidade em foco no gênero editorial. *Letra Viva*, v. 09, n. 1, João Pessoa: Ideia, 2009. p. 34-49.
- SOUZA, M. M. de. *Transitividade e construção de sentido no gênero editorial*. Recife/PE: UFPE, 2006. (Tese de doutoramento).
- van LEEUWEN, T. *Introducing Social Semiotics*. London and New York: Routledge, 2005.

Da Redação:

A missão mais simples e mais nobre do jornalismo

Logo depois do terremoto de Haiti, a imprensa mundial se mobilizou para ajudar os haitianos. Mas não se trata de uma missão simples e mais nobre do jornalismo. É a missão de informar, de esclarecer, de denunciar, de cobrar, de lutar por uma sociedade mais justa e mais humana. É a missão de servir ao bem comum, de lutar por uma sociedade mais justa e mais humana. É a missão de servir ao bem comum, de lutar por uma sociedade mais justa e mais humana.

HELO GEROVITZ
Diretora de Redação

Da Redação:

Nosso papel num ano de eleição nacional

O ano de 2010 será marcado por um dos mais vibrantes capítulos da história do Brasil. O ano de 2010 será marcado por um dos mais vibrantes capítulos da história do Brasil. O ano de 2010 será marcado por um dos mais vibrantes capítulos da história do Brasil.

HELO GEROVITZ
Diretora de Redação

Da Redação:

O mais novo fenômeno evangélico

É raro a transformação recente da sociedade brasileira e a elite não são poucas. Da elite da sociedade brasileira e a elite não são poucas. Da elite da sociedade brasileira e a elite não são poucas.

HELO GEROVITZ
Diretora de Redação

Carta ao Leitor

O pior e o melhor do homem

Um relato enviado à redação de VEJA por Diego Escovitz, nos mostra o que é ser humano. Um relato enviado à redação de VEJA por Diego Escovitz, nos mostra o que é ser humano.

HELO GEROVITZ
Diretora de Redação

Carta ao Leitor

O trilha institucional

Uma reportagem desta edição de VEJA trata da "chamada" do ministro da Casa Civil, Dilma Rousseff, como pré-candidata do PT às eleições presidenciais de outubro deste ano. Uma reportagem desta edição de VEJA trata da "chamada" do ministro da Casa Civil, Dilma Rousseff, como pré-candidata do PT às eleições presidenciais de outubro deste ano.

HELO GEROVITZ
Diretora de Redação

Carta ao Leitor

Já ganhamos esta eleição

VEJA completa neste edição o ciclo inicial de entrevistas com os candidatos à Presidência da República: Dilma Rousseff, do PT, José Serra, do PSDB, e Marina Silva, do PV. VEJA completa neste edição o ciclo inicial de entrevistas com os candidatos à Presidência da República: Dilma Rousseff, do PT, José Serra, do PSDB, e Marina Silva, do PV.

HELO GEROVITZ
Diretora de Redação

Editorial

A OCUPAÇÃO DO HAITI

A ocupação do Haiti é uma operação militar que visa garantir a segurança e a estabilidade do país. A ocupação do Haiti é uma operação militar que visa garantir a segurança e a estabilidade do país.

Carlos José Marques, diretor editorial

Editorial

O ABRIL VERMELHO

Milhares de integrantes do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) voltaram a invadir, ocupar e depredar propriedades públicas e privadas ao longo da semana passada. Milhares de integrantes do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) voltaram a invadir, ocupar e depredar propriedades públicas e privadas ao longo da semana passada.

Carlos José Marques, diretor editorial

Editorial

DEVASTAÇÃO E ABANDONO

Foi uma devastação. Quase duas dezenas de cidades destruídas. Famílias dizimadas. Centenas de desaparecidos. Foi uma devastação. Quase duas dezenas de cidades destruídas. Famílias dizimadas. Centenas de desaparecidos.

Carlos José Marques, diretor editorial

Editorial

DEVASTAÇÃO E ABANDONO

Foi uma devastação. Quase duas dezenas de cidades destruídas. Famílias dizimadas. Centenas de desaparecidos. Foi uma devastação. Quase duas dezenas de cidades destruídas. Famílias dizimadas. Centenas de desaparecidos.

Carlos José Marques, diretor editorial