

CONSTRUÇÃO DE SENTIDO: análise no gênero capa de revista¹

Lourdes Maria Oliveira Cardoso e Silva²

Luís Rodolfo Cabral³

Resumo: Neste trabalho monográfico, analisaremos a construção de sentido no gênero capa de revistas, a partir de informações nela apresentadas. Nosso trabalho se sustenta teoricamente nos estudos da Linguística Textual, sobretudo naqueles desenvolvidos por Koch (1993, 1997, 2004) e por Koch & Elias (2006) no que tange às questões pertinentes a concepções de texto e de sentido. Para tratarmos de gênero, recorreremos aos trabalhos de Bakhtin (2003) e, para tratarmos especificamente do gênero capa de revista, recorreremos a Puzzo (2009) e a Silva Lopes (2011). As capas de revistas foram extraídas de um banco de dados composto por edições publicadas entre os anos de 2013 e de 2014, e as análises são apresentadas no corpo do trabalho.

Palavras-chave: Construção de sentido. Gênero textual. Capa de revista.

Resumén: En esta monografía se analiza la construcción de sentido contenida en el género portada de revista, a partir de informaciones que ellas presentan. Nuestro trabajo es teóricamente compatible con los estudios de la lingüística textual, sobre todo los desarrollados por Koch (1993, 1997, 2004) y Koch y Elias (2006) observando cuestiones relativas al textos conceptos y significados. Para tratar de género, nos volvemos a los trabajos de Bakhtin (2003), específicamente para tratar la portada de la revista género, se regresa a Puzzo (2009) y Silva Lopes (2011). Las portadas de revistas fueron extraídas de una base de datos compuesta por ediciones publicadas entre los años 2013 y 2014, y los análisis se presentan en el cuerpo de la obra.

Palabras llaves: Construcción de sentido. Género textual. Portada de revista.

1 INTRODUÇÃO

As capas de revistas mensais trazem sempre um forte apelo, pelo impacto das imagens e dos recursos visuais, situando-se no intermédio entre jornalismo e publicidade. Nesse processo, articulam-se referenciais de caráter informativo e os efeitos conotativos, no intuito de seduzir o leitor/consumidor.

¹ Pesquisa originalmente apresentada sob a forma de monografia, em janeiro de 2015. Esta versão é um recorte do trabalho original produzido especialmente para publicação em *Littera Online*.

² Licenciada em Letras pela Faculdade Santa Fé.

³ Mestre em Letras. Professor do Instituto Federal do Maranhão – Campus Santa Inês. Orientador da pesquisa.

Como sabemos, a capa de uma revista, com suas imagens por vezes incitantes, parece saltar das bancas para as mãos do usuário, instigando a construção de sentidos, que estão em um nível superficial ou em um nível mais profundo.

Mesmo antes de chegar ao interior da revista, o leitor já consegue anteciper o conteúdo e o posicionamento ideológico daquele veículo. É que, grosso modo, a capa é a introdução do texto por vir; apresenta, de maneira rápida e concisa, os fatos jornalísticos que serão tratados naquela edição. Com as revistas semanais de grande circulação, não poderia ser diferente: elas também sofrem modificações a cada dia para acompanhar as novas tendências expressivas, explorando a criatividade e a persuasão.

A capa de revista é um gênero sincrético ou multimodal⁴, que conjuga o verbal e o não verbal, cuja leitura é imprescindível para a construção do sentido. No caso do texto não verbal, é preciso considerar que a imagem fotográfica é inquestionável em sua veracidade, sendo ela “o real” para grande parte de leitores. Com isso, dá-se abertura para se questionar o compromisso da produção midiática, que conduz à apreensão desses fatos num viés interpretativo/ideológico de um grupo social, cujos interesses não se podem medir.

Assim, torna-se relevante lembrar Walty, Fonseca & Cury (2006) para quem a imagem é mais do que uma representação de um referente, do que habitualmente costumamos chamar de real. Antes, ela é parte integrante da construção simbólica e, como tal, também constrói o real, sem querer isentar a arte de um caráter ideológico e da possibilidade de manipulação política.

Ainda sobre o gênero capa de revista, é importante lembrarmos que, na sociedade contemporânea, a chamada era da informação, a comunicação é agilizada pelo mundo digital, o que fez difundir uma pluralidade de gêneros textuais. Cada segmento encontra os meios próprios de divulgação e transmissão dos fatos. As informações circulam de modo rápido, principalmente pelo apoio da internet, estabelecendo relação com as outras mídias, interferindo no estilo, na linguagem e no formato de cada esfera da comunicação. Assim, os gêneros de diferentes esferas de atividade humana vão tomando contornos diferentes, não só em função das novas necessidades, mas, sobretudo, pelos múltiplos recursos tecnológicos disponíveis.

⁴ “(...) os gêneros textuais falados e escritos são multimodais porque, quando falamos ou escrevemos um texto, estamos usando no mínimo dois modos de representação: palavras e gestos, palavras e entonações, palavras e imagens” (DIONÍSIO, 2009, p. 121).

Entretanto, mesmo com a digitalização ou a profusão de novos gêneros, a capa de revista permanece ocupando espaço importante para a construção de sentido – tanto o é, que arriscamos afirmar não existir periódico sem capa.

Nessa construção de bens simbólicos, apropriamo-nos do que pode ser visto como leitura, na medida em que “todo recorte feito na rede de significações é considerado um texto” (WALTY, FONSECA & CURY, 2006, p. 90). Assim, a construção de sentido nas capas de revistas tem o seu referencial em bens simbólicos produzidos pelo homem em sociedade e na construção experiencial de cada um. Tendo em vista esse olhar, este trabalho trata da construção de sentido dos enunciados verbais e não verbais no gênero capa de revista, de modo a evidenciar os possíveis sentidos sugeridos pelo meio de veiculação.

Para este trabalho, construímos um *corpus* de investigação composto por capas de revistas extraídas de um banco de dados correspondentes a publicações entre os anos de 2013 e de 2014. Mais adiante, apresentaremos discussão mais aprofundada à medida que a análise do *corpus* for sendo trabalhada. No tópico a seguir, abordaremos as noções teóricas sobre gênero e direcionaremos a discussão para tratarmos de capa de revista.

2 GÊNERO: capa de revista

Quando falamos de gêneros discursivos, relacionamos imediatamente a Bakhtin, um dos principais teóricos sobre o assunto. A partir dos conceitos clássicos de gênero estabelecidos por Aristóteles e, num processo de revisão histórica e literária, Bakhtin e um grupo de pensadores (entre eles, Medvedev e Volochínov, que constituem o chamado Círculo de Bakhtin⁵) tecem a teoria ao longo de várias obras em que discutem a linguagem. Para estes estudiosos, o princípio dialógico constitutivo de toda a comunicação, questionado em vários textos ao longo do tempo, é o eixo em torno do qual seu pensamento se estrutura e fundamenta a teoria dos gêneros discursivos.

Em se tratando de gênero textual, Bakhtin não leva em conta o produto, mas o processo de sua produção. Conforme nos assegura Fiorin (2008), o estudioso russo interessava-se pela maneira como as propriedades formais dos gêneros se constituem e menos pelas propriedades em si. É que, segundo Bakhtin (2003), os enunciados devem ser vistos na sua

⁵ Para mais detalhamento sobre a teoria bakhtiniana e sobre as ideias do Círculo, ver Faraco (2009).

função de interação, a partir do vínculo peculiar existente entre a utilização da linguagem e as atividades humanas.

A diversidade e a riqueza dos gêneros do discurso são infinitas, por serem inesgotáveis as possibilidades de atividades humanas, as da escola, as do trabalho, as da igreja, as da política, as das relações mais próximas e assim por diante. Essas esferas de atividades implicam a utilização da linguagem na forma de enunciados, sendo que cada uma dessas esferas de utilização da língua elabora “tipos relativamente estáveis de enunciados”.

Para Bakhtin (2003), esses enunciados relativamente estáveis dão forma aos gêneros, e estão sempre vinculados a um domínio da atividade humana, refletindo suas condições específicas e suas finalidades, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, ou seja, pelo conteúdo temático, pelo estilo, e pela construção composicional.

Conforme o autor, o conteúdo temático é um domínio de sentido de que se ocupa o gênero textual, não o assunto específico de um texto. Citamos, como exemplo, as cartas de amor, que têm como conteúdo temático as relações amorosas, embora cada uma das cartas trate de um assunto específico, como rompimento e traição.

O próximo ponto, a construção composicional, é o modo de organizar o texto, de estruturá-lo, num tempo, num espaço e numa relação de interlocução. O ato estilístico, por sua vez, é uma seleção de meios linguísticos (lexicais, fraseológicos e gramaticais) em função do interlocutor e de como se supõe sua compreensão responsiva ativa⁶ do enunciado. Essa compreensão responsiva se refere à interação de conhecimentos ou, ainda, à possibilidade de resposta que um texto ou um enunciado discursivo suscita na interação com o escritor ou falante, gerando uma atitude responsiva.

Bakhtin e seu grupo de pesquisadores discutem a linguagem como expressão não só do sujeito, mas também do contexto social internalizado na imagem do outro com quem o sujeito enunciar dialoga. Essa natureza constitutiva da linguagem apresenta desdobramentos na perspectiva discursiva de estudo. O conceito de enunciado como manifestação do dialogismo interno (eu/outro) não se reduz ao texto, mas volta-se para o exterior na espera de atitudes responsivas de um terceiro, o superdestinatário (instituições

⁶ Para Bakhtin (2003, p. 289) os enunciados são “unidades da cadeia discursiva” que pertencem como um de seus elos, e são uma “resposta” a outros enunciados, eles tecem um elo na cadeia da comunicação discursiva, e não podem ser separados dos elos precedentes que os determinam tanto de fora quanto de dentro, gerando nele “atitudes responsivas” (BAKHTIN, 2003, p. 300). Clark e Holquist (1998) detalham o assunto com o que chamam de “arquitetônica da responsabilidade”.

sociais: Igreja, Estado e Partido). Em função dessa abrangência, a concepção de gêneros, antes entendidos no espaço restrito da produção literária (épico, dramático e lírico), também sofreu alterações, permitindo concepção mais abrangente que integre toda forma de comunicação humana.

Conforme Bakhtin (2003), os gêneros, como modelos mais ou menos estáveis de comunicação, se enriquecem e se comunicam em função das necessidades sociais. É perceptível que as mudanças históricas dos estilos de linguagem conduziram às mudanças dos gêneros do discurso, isso pela linguagem caracterizar-se como um sistema dinâmico e complexo de estilos de linguagem. Essas mudanças dos gêneros discursivos, tanto primários quanto secundários, também refletem com precisão todas as mudanças que transcorrem na vida social. Bakhtin nos confirma esta estreita relação quando diz que “os enunciados e seus tipos, isto é, os gêneros discursivos, são correias de transmissão entre a história da sociedade e a história da linguagem” (BAKHTIN, 2003, p. 268).

Apesar de não trabalhar diretamente com a linguagem não verbal, Bakhtin entende o enunciado em suas várias formas de manifestação uma vez que compreende que “se entendido o texto no sentido amplo como qualquer conjunto coerente de signos, a ciência das artes (a musicologia, a teoria e a história das artes plásticas) opera com textos (obras de arte)” (BAKHTIN, 2003, p. 307). Considera, portanto, não somente a materialidade linguística ao afirmar que:

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

Sob esse olhar, o teórico permite ampliar o horizonte de pesquisa com a interseção das linguagens verbal e não verbal, como nos mostram os trabalhos de Brait (2005) e de Cañizal (2006). Estes pesquisadores partem do postulado de que “o signo verbal se banha no discurso” (BAKHTIN, 2006, p.38) e de que o discurso⁷ é constituído também por outros signos não verbais, cujos significados passam pelo verbal e estão impregnados da visão de mundo de seus enunciados. Nesse sentido, as capas de revistas constituem enunciados que

⁷ É prudente esclarecermos que estamos tomando discurso em sentido amplo, sem refinamento teórico-metodológico que exigem as vertentes da Análise do Discurso. Quando falamos discurso, referimo-nos às intencionalidades, a interlocução e outros aspectos manifestados no texto.

articulam signos verbais e não verbais veiculando informações impregnadas de conotações que direcionam e determinam um modo de interpretá-las.

Há inúmeras abordagens de estudos do gênero, que correspondem a diferentes matrizes teóricas. O trabalho de Meurer, Bonini & Motta-Roth (2005) oferece um panorama das abordagens com ampla circulação nos trabalhos brasileiros sobre o assunto. Esclarecemos que, para nossa pesquisa, consideramos proveitosa a perspectiva dialógica do estudo do gênero, como proposto por Bakhtin, uma vez que ressalta a relação orgânica e inseparável do estilo com o gênero, e do gênero com a sociedade, pois “os estilos de linguagem ou funcionais não são outra coisa senão estilos de gênero de determinadas esferas da atividade humana e da comunicação” (BAKHTIN, 2003, p. 266).

Por este prisma, entendemos que é justamente essa relação que constitui os gêneros discursivos presentes em qualquer esfera da atividade humana, desde uma simples forma de cumprimento a formas mais elaboradas e complexas de enunciados. Considerando que, no mundo contemporâneo há profusão de gêneros digitais e predominância da linguagem não verbal⁸, a perspectiva de Bakhtin permite a articulação dos estudos da linguagem numa perspectiva verbo-visual para o tratamento dessas novas formas de produção enunciativas.

Portanto, sob esse enfoque, as capas de revistas são consideradas gêneros discursivos que exigem um processo de elaboração mais aprimorado, em que vários elementos participam numa integração significativa, tais como fotos ou imagens, letras com variações de tamanho, compondo títulos e subtítulos, e outras informações pontuais que também caracterizam o gênero, como assinatura, data, números de edição, logotipo da empresa. Lembremos também que o enunciativo da capa de revista corresponde a uma equipe de produção, responsável por anunciar as matérias veiculadas em cada edição.

Além disso, as capas mantêm relações dialógicas em vários níveis. Isso se constata, por exemplo, no processo de elaboração, em que o diálogo se estabelece entre os membros da equipe de produção com a diretoria; e evidencia-se ainda na escolha da unidade temática que gerenciará tanto o projeto verbal quanto o visual. Desse modo, as capas de revista são concebidas em razão de relações dialógicas complexas.

As revistas também, por desempenharem ao mesmo tempo o papel de informar e de anunciar, participam de dois setores de atividade humana, a jornalística e a publicitária.

⁸ Sobre o assunto, Knauss (2006) defende que, à maneira da “virada linguística” no início do século XX, a “virada pictórica” no século XXI impõe novos objetos às ciências humanas e sociais.

O reconhecimento imediato desse veículo de comunicação deve-se em função de seu formato, e varia de acordo com a proposta informativa de cada revista e de cada exemplar, exposto a contínuas mudanças em razão dos fatos imediatos que compõem as reportagens que veiculam. Assim, concordamos com Puzzo (2009), para quem as várias revistas informativas que circulam na esfera jornalística como *Veja*, *Época* ou *Istoé*, apresentam um estilo individual, vinculado às propostas determinadas pelo tema que as organiza, de acordo com a linha editorial e com o foco maior, o público leitor. Isso, numa relação dialógica entre leitor, contexto social e a ideologia empresarial, que sustenta principalmente o sentido que se pretende fazer circular.

Partindo desse pressuposto, justificamos a importância de uma pesquisa cujo foco seja analisar a linguagem verbo-visual de capas de revista, consideradas como um gênero discursivo que, além de informar, cumpre o papel de persuadir. Por ser este gênero um resumo das matérias de uma edição, a capa de revista precisa ser irresistível e sedutora para o leitor, levando-o a inferir julgamentos e valores defendidos por um grupo constituído, que expressa a visão dos fatos sob um prisma determinado e que direciona a leitura dos fatos reportados inseridos nas matérias internas das revistas.

Podemos considerar, de certo modo, que a expectativa geral do público leitor das revistas de informação é a de que sejam imparciais, preocupando-se apenas com a apresentação dos fatos. Como nos ensina Koch (1984), a imparcialidade é um efeito de sentido, principalmente tendo-se em vista que a composição passa por um processo em que os elementos são tratados expressivamente e com um grau de subjetividade⁹.

Ademais, um dos componentes mais explorados como capas de revista são as fotos de personagens públicos do cenário político e cultural, cujas imagens estampadas causam sempre impacto pela força persuasiva e por se compreender que uma das potencialidades dos retratos é constituir-se como representação da realidade (DONDIS, 2003). Isso porque as fotografias, que poderiam ser a representação maior da realidade, fazem parte da constituição do dizer, e, por seu caráter persuasivo, são transformadas e apresentadas à satisfação de interesses. Nesse sentido, temos a não neutralidade dos enunciados, que expressam o posicionamento de quem os anuncia.

⁹Como exemplo disso, lembramos Cabral (2013) que apresenta as estratégias linguísticas utilizadas para a composição do efeito de verdade no gênero editorial.

Considerando esta perspectiva teórica, trabalharemos, no tópico a seguir, a construção de sentido.

3 CONSTRUÇÃO DE SENTIDO: breve preâmbulo

Antes de iniciarmos a análise, é prudente esclarecermos o que estamos chamando de “construção de sentido”. É que, ancorados na concepção de linguagem como interação, podemos afirmar que o sentido do texto é construído, e não dado *a priori*, estabelecido pelo próprio texto. É preciso se considerar a interação entre quem escreve e o papel do interlocutor na constituição do texto, que, por si, não *tem* sentido. Texto é um projeto de sentido; o leitor o constrói. Lembremos de Koch (2002), para quem o sentido de um texto não existe *a priori*, mas é construído na interação sujeito-texto. Na situação de construção de sentido, entram em jogo semelhanças parciais do conhecimento partilhado entre os envolvidos.

É que, quando lemos, acionamos estratégias sociocognitivas que nos possibilitam elaborar hipóteses, fazer inferências, descartar o improvável e aproximar-se do que quis dizer e/ou disse o autor. Sobre isso, Koch (1993, 2002, 2004) e Koch & Elias (2006) dizem que, para o processamento textual, recorremos a três grandes sistemas de conhecimento: conhecimento linguístico; conhecimento enciclopédico; conhecimento interacional. Sendo que o conhecimento linguístico se refere ao conhecimento gramatical e lexical; o enciclopédico a conhecimentos gerais sobre o mundo, e o interacional às formas de interação por meio da linguagem.

A leitura, assim, para ser entendida e analisada, requer que as ideias ativadas na produção levem em consideração as experiências e os conhecimentos, tanto do autor, quanto do leitor numa interação também com autor-texto. Cabe ao leitor captar as intenções do autor. É nessa relação de interação que é construído o sentido de um texto.

Da mesma forma, o sentido da capa da revista é construído a partir da ativação de diferentes sistemas de conhecimento como o conhecimento de mundo. O leitor precisa ativar os conhecimentos de que dispõe para construir sentido e a ampliar os horizontes de leitura. Como todo texto, as capas de revista não são construídas aleatoriamente, principalmente as de natureza informativa, como o são *Veja*, *Época*, *Vida Simples* e *Super Interessante*, que serão analisadas neste trabalho. As revistas, grosso modo, anunciam na capa, de forma sintética, as

manchetes das matérias daquela edição. O critério de distribuição destas informações é dado em função do grau de importância editorial daquele conteúdo¹⁰.

Sabemos que a capa de revista – aliás, os textos do campo midiático em geral – é um gênero que sofre influência de diversas forças, dentre as quais podemos destacar a editorial, a política e a publicitária. Como discute Calazans (2006), as capas de revista são como anunciantes, e estão incluídas na esfera de publicidade; muitos dos efeitos, por afetar o leitor, provocam sensações e formam indiretamente sua opinião, tanto em relação ao veículo informativo quanto aos fatos¹¹.

Quanto ao aspecto formal do gênero capa de revista, podemos afirmar, conforme Silva Lopes (2011), que a organização gráfica, ou seja, os elementos visuais que dão forma aos impressos, pode ser considerada como um dos primeiros pontos de contato com o leitor em um jornal.

Através dos discursos gráficos tem início uma comunicação visual entre leitores e suportes, onde estes buscam capturar aqueles. O discurso gráfico, enquanto um conjunto de elementos visuais que dão forma aos impressos, pode ser considerado como um dos primeiros pontos de contato com o leitor em um jornal. Ao se admitir que todo discurso tem significações, pode-se afirmar que os discursos gráficos são repletos de significantes e que um jornal pode ser lido de a partir de múltiplos percursos dentre eles gráfica e textualmente (SILVA LOPES, 2011, p. 76)

Além da organização gráfica, há ainda o conteúdo temático, extraído dos assuntos em pauta no momento, a forma de composição, e o tratamento estético: são aspectos que compõem o gênero capa de revista informativa.

É relevante salientar que, por nossa perspectiva de estudo, consideramos que, ao se produzir um texto, determinam-se objetivos e propósitos a serem atingidos e, nessa intencionalidade, é evidente que o produtor procura construir seu projeto de dizer, objetivando sempre se fazer entendido; interlocutores entram em relação de interação de compartilhamento de mundos. Se compreendemos que há uma intenção no discurso, estamos assumindo que não existem textos neutros, isso porque, nos textos há argumentação, há a mediação de crenças, ideologias, perspectivas e propósitos (KOCH & TRAVAGLIA, 1988).

¹⁰ Para discussão sobre critérios de noticiabilidade, ver Traquina (2005).

¹¹ Em Cabral (2009), a partir da comparação de dois veículos midiáticos distintos, investigamos especificamente estas estratégias de construção do dito em gênero sincrético/ multimodal.

Esclarecemos, portanto, que, para este trabalho, consideraremos a noção de leitura para além da decodificação de símbolos, e a noção de texto para além da estrutura das cadeias linguísticas. Na análise que apresentaremos a seguir, procuramos evidenciar quais sistemas de conhecimento precisam ser ativados para o processamento tanto da linguagem verbal quanto da linguagem não verbal.

Assim sendo, consideramos que o gênero capa de revista, quanto aos aspectos formais e ao conteúdo (BAHKTIN, 2003), é composto por diferentes enunciados que são orquestrados por um critério de noticiabilidade (MARQUES, 2008), uma vez que se trata de uma produção do campo midiático. Assim, os enunciados materializados neste gênero estão sempre em relação às matérias que são tratadas no corpo daquela edição. Apesar de ser esta uma das características mais marcantes deste gênero, ressaltamos que, para os fins deste trabalho, serão analisados apenas os enunciados verbais e/ou não verbais que sejam relativos à matéria de capa da edição analisada, sendo desprezados os enunciados relativos a outras matérias, exceto quando indicado e justificado na própria análise.

Neste artigo¹², restringimos a análise a um *corpus* de número reduzido, totalizando 03 (três) capas de revista extraídas de um banco de dados que compôs um acervo de triagem cujo critério de seleção foi estabelecido pelo período de publicação: anos de 2013 e de 2014.

Para nossa primeira análise, foi selecionada a edição 137 de *Vida Simples*, publicada em novembro de 2013 (Figura I). A capa refere-se à matéria com redação de Liane Alves, que trata da “arte de envelhecer” sem ignorar as perdas e limitações da velhice, porém, evidenciando o incomum, a possibilidade de “eterna juventude”, os prazeres inesperados e a sensação de liberdade próprios da maturidade.

Para que se construa sentido para a capa, o leitor precisa ativar o conhecimento de mundo (KOCH, 1997; KOCH & ELIAS, 2006). O enunciado “Envelheça bem”, articulado com a rolha de vinho, retoma um saber/ditado popular, em que se faz uso da metáfora de que o ser humano é como vinho, “quanto mais velho melhor”. No enunciado verbal do título, a forma imperativa deixa o convite para que se viva bem na velhice, complementada pela afirmativa de que a completude desse sonho exige da vida uma competência ligada à sensibilidade similar à de fazer arte.

¹² A versão completa deste trabalho foi originalmente apresentada em formato de monografia, em janeiro de 2015.

Na matéria, a autora trata o fenômeno biológico, o envelhecer, não só apenas como processo que acontece no seu mundo interior dos sujeitos, mas também como um fenômeno social que depende da cultura de um país. Um leitor mais atento perceberá que o subtítulo apresentado na capa aponta para reflexão do texto de Liane Alves na revista, e versa sobre o mesmo conteúdo temático, em que o social incide sobre uma maneira de enxergar a vida.

Outro aspecto também relevante, em que os diálogos se cruzam e que também exige do leitor o conhecimento de mundo, é fato de que o hábito de tomar vinho, por ser saudável, confiaria qualidade de vida aos de mais idade. Como nos disse Koch (1997, 2002; KOCH & ELIAS, 2006), o texto é construído na interação entre sujeitos, e o que se percebe é que o sentido está sendo mediado nessa interação entre sujeitos, uma vez que enunciados como este – em que se sugere o consumo de vinho – é geralmente captado por um leitor que tenha afinidade com textos dessa natureza.



Figura I – Capa de revista I
Fonte: *Vida Simples* (2013), edição 137.

Para que a construção de sentido aconteça concomitante ao primeiro olhar que se dirige à capa da revista, o leitor também recorre ao conhecimento interacional (KOCH, 2002). Há o reforço da cor vinho da capa remetendo ao líquido extraído da fruta. E, formando estrutura composicional, a parte central da capa mostra uma rolha de cortiça ainda com resíduo de vinho, e com o desenho de um cacho de uva em que incide uma leve luminosidade.

Nos detalhes da imagem, juntamente com o título e subtítulo – *Envelheça bem – o que fazer hoje para chegar bem lá na frente e, assim, desfrutar o melhor da vida* – os enunciados, verbais e não verbais, estão em relação dialógica, e exigem do leitor a ativação de conhecimentos para que um (envelhecer) ressignifique e reconstrua o outro (o vinho) na construção de um sentido para o texto (quanto mais velho se é, melhor se vive).

A partir da capa, percebemos que nos enunciados também perpassa a linha editorial, em que estão imbricados um posicionamento sobre o assunto. Ou seja, o enunciador conduz o leitor a concluir o que lhe é de interesse. Para esta edição de *Vida Simples*, saber envelhecer se constitui como um princípio fundamental, difundida pelo título “Envelheça bem” e por todos os outros enunciados no decorrer da matéria interna, que finaliza com “O segredo pode estar em não ser tão obcecado com o envelhecimento do corpo e com o desejo de estar sempre jovem, nem a total displicência. O caminho do meio costuma sempre dar certo” – este enunciado aparece como resposta à pergunta do subtítulo, que se apresenta como um dos objetos motivadores de interesse pela leitura da revista.

Importante notar que a capa está relacionada ao contexto histórico (KOCH & TRAVAGLIA, 1988; KOCH & ELIAS, 2006) que envolve os leitores. Conforme dados do IBGE (2013) e matéria vinculada no UOL (2013), o número de idosos corresponde a 7,4% da população brasileira, e, em 2060, a projeção é de que sejam 26,7% da população. A capa da revista trabalha, então, com o conhecimento partilhado (KOCH, 1997), de que o vinho quanto mais envelhecido melhor e de que o país se encontra a cada década com maior número de pessoas idosas, o que, de certo modo, induz à necessidade de se refletir sobre velhice e bem-estar. Desse modo, o tratamento verbo-visual desta capa expõe o ponto de vista da empresa, formando a opinião dos leitores pela corroboração de forças tanto linguísticas quanto imagéticas.

O posicionamento editorial também é percebido na capa de revista a seguir.

A edição nº. 788 da revista *Época* (Figura II) circulou em um contexto de manifestações populares por todo o país. Naquele momento, como registrado pela imprensa nacional e mundial, diversos segmentos sociais foram às ruas para expor seus descontentamentos com as denúncias de corrupção e para reivindicar melhoria nos serviços públicos. A matéria de capa explora a postura do Governo frente à situação.

A composição da capa desta edição exige, antes de tudo, a ativação do conhecimento linguístico, especificamente da morfologia da língua portuguesa. O leitor precisa perceber o processo de derivação sufixal (SOUSA E SILVA & KOCH, 2002) do vocábulo “estado”, que, no caso, considerando o todo do dizer, direciona a argumentação no sentido da crítica à letargia da presidenta.

Em negrito, e em caixa alta, a pergunta “*Cadê a estadista?*” permite depreender o sentido de que se trata de pergunta retórica, ou, se considerada a articulação com o texto não verbal de fundo, de que se trata de questionamento direcionado a presidenta Dilma Vana Rousseff.



Figura II – Capa de revista II
Fonte: *Época* (2013), edição 788.

Como dissemos, a capa de revista está envolta por um jogo de estratégias em que o interesse editorial, quando não predomina, é flagrante. Neste caso, entendemos que a escolha do vocábulo “estadista” esteja em preterimento à “presidenta” por se considerar a especificidade do sentido construído: presidente refere-se a quem ocupa cargo mais elevado do Poder Executivo de um país; estadista refere-se não somente a quem ocupa o cargo, mas também ao regime político adotado pelo país.

Assim, pela ativação do conhecimento linguístico e do conhecimento de mundo, é possível construir o sentido de que a presidenta tem se revelado uma tecnocrata obstinada, não uma estadista que busca dialogar com a população e com todas as forças políticas, como bem reza um regime que tenha na sua constituição o respeito à democracia... É possível também construir o sentido de ironia à democracia uma vez que, como nos mostra a submanchete, mesmo em meio aos apelos populares, a chefe do Poder Executivo não se manifestou.

Outro conhecimento que precisa ser ativado é o do sistema interacional, mais especificamente, o da intertextualidade (KOCH, 1997; KOCH & ELIAS, 2006). Na imagem de fundo, tem-se referência à foto oficial do chefe do Executivo, divulgada pelo Palácio do Planalto a cada novo mandato. A imagem em branco, com recorte dos traços corporais da presidenta, remete à ausência da estadista, corroborando com o questionamento feito e o que subscreve este: “o povo toma as ruas, a economia desanda, os políticos batem cabeça – e o governo muda de assunto...”. Essa explanação demonstra um país desgovernado, ou, para fazer jus à ironia “estadista”, um país em que uma só força detém o poder de decisão, enquadrando o Legislativo e o Executivo.

A imagem fotográfica de fundo encontra-se em um plano em que se valoriza a parte superior do corpo, precisamente a cabeça e uma parte dos ombros. Exatamente o mesmo enquadre da foto oficial da presidenta (Figura III), o que permite reconhecer a relação intertextual entre os dois textos.



Figura III – Foto oficial da Presidenta Dilma Vana Rousseff

Fonte: Palácio do Planalto

Junto a esta imagem em branco, com traços que remetem à presidenta Dilma, é exposta a faixa presidencial com as cores da nação e o brasão. Ao ativar o conhecimento de mundo de que a faixa presidencial é um adereço indumentário a ser reverenciado como símbolo nacional, o leitor pode construir o sentido da ironia, de que ainda que ausente, haja um agente responsável pelos fracassos elencados.

Essa ausência de posicionamento da líder do Poder Executivo reforça as dúvidas que se tem do que realmente pensa e sente Dilma Rousseff quanto às manifestações nas ruas, aos indicadores econômicos e educacionais, e ao futuro do país – discussão foco na matéria do interior da revista, que conduziu e inspirou a composição e estruturação da capa.

Curioso notar que a cor branca não se detém apenas ao reconhecimento físico da presidenta Dilma Rousseff, mas também permite à capa apontar em outras direções, numa simbologia de que todo o país está desgovernado. Trata-se de mais uma evidência de que, na capa da revista, está presente o posicionamento editorial do veículo.

Dando continuidade ao material selecionado para análise, temos a capa da revista *Veja*, n.º 2373, de 14 de maio de 2014 (Figura V). Naquela edição, a revista *Veja* apresenta capa com cor de fundo azul e balões/nuvens na cor branca e preta. Entendemos que, pela ativação de conhecimento de mundo e do conhecimento interacional (KOCH, 1997; KOCH & ELIAS, 2006), seja estabelecido o intertexto com a retomada da capa do livro *A culpa é das estrelas*, de John Green (Figura VI). Este sentido pode ser reforçado ainda pela ativação de conhecimento interacional referente à tipografia: a fonte tipográfica utilizada na capa da revista é a mesma utilizada na capa do livro.

Atendo-se à materialidade não verbal composta pelos balões/nuvens, o leitor pode também construir diferentes sentidos: se recuperado o texto fonte, pode remeter ao próprio título do livro *A culpa é das estrelas*, em que ambas, nuvens e estrelas, se encontram no espaço celestial; se a intertextualidade não for alcançada, pode remeter ao fato de que os balões são utilizados para marcar diálogos em quadrinhos e charges, ou, também, ao fato de que a leitura de livros abre espaço para a imaginação e para a literatura menos compromissada com a realidade e mais voltada ao mundo das ideias. Esta possibilidade de leitura é autorizada pela imagem da menina na capa que olha para cima, como se imaginasse algo.

O enunciado verbal expresso na capa (“Os superpoderes da leitura”) faz retomar o contexto de produção (KOCH & TRAVAGLIA, 1988) contemporâneo em que vivemos: o de

Littera Online

Número 10 - 2015

Departamento de Letras | Universidade Federal do Maranhão

uma geração conectada aos meios digitais, em que se faz a previsão sobre o fim da leitura. Ou seja, nesse contexto, estabelecer a difícil arte de se comunicar com quem vive *on-line* é fato que merece reconhecimento, especialmente em se tratando de um livro como *A culpa é das Estrelas*, que conquistou jovens leitores do mundo, tendo se tornado um dos *best sellers* do ano (PUBLISHNEWS, 2014), tendo sido recentemente adaptado para os cinemas.



Figura V – Capa de revista IV
Fonte: *Veja* (2014), edição n.º 2373.

Esse contexto de produção pode ser ativado quando da leitura do segundo balão com a informação de que dois milhões de brasileiros já se encantaram com os livros de John Green, e de que ler ficção cria bons estudantes, melhora a capacidade de relacionamento e estimula os lugares certos do cérebro.

Pelo verbal conjugado ao não verbal, os autores da revista tomam posicionamento quanto ao fato de se ler ficção, listando qualidades que um bom estudante adquire com esse

hábito de leitura. Logo, a capa torna-se também um lugar de divulgação da obra e do autor, deixando ao leitor uma linha muito tênue às possíveis críticas e avaliações, se considerarmos que o leitor desavisado ou desinformado tende a ter essas informações como um saber partilhado.

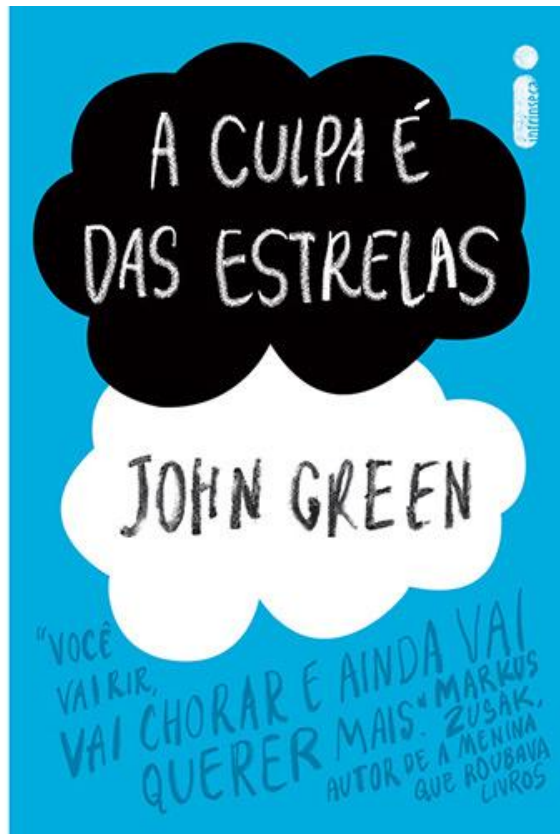


Figura VI – Capa do livro *A culpa é das estrelas*, de John Green

Fonte: Google Imagens

Portanto, pela ativação de conhecimento, um leitor pode perceber que o enunciador da capa conduz a leitura de forma a concluir que Green e suas obras são representantes literários dessa geração, e que a ordem para o bom êxito nos estudos e nos relacionamentos tem como objeto a literatura ficcional.

Quando falamos dessa relação entre o tornar uma informação como saber partilhado, recorremos a Bakhtin (2003) para quem:

(...) todos os nossos enunciados (inclusive as obras criadas) é pleno de palavras dos outros, de um grau vário de alteridade ou de assimilabilidade, de um grau vário de

aperceptibilidade e de relevância. **Essas palavras dos outros trazem consigo a sua expressão, o seu tom valorativo que assimilamos, reelaboramos e reacentuamos.** (BAKHTIN, 2003, p. 295, grifo nosso).

Assim, entendemos que a forma como se constituem os enunciados verbais e não verbais da **Figura V** estabelece a cumplicidade entre enunciador e enunciatário que, por razões aqui explicitadas, passam a compartilhar das mesmas ideias. Contudo, essas ideias só podem ser assim compartilhadas se anteriormente a qualquer inferência ou conclusão forem acionados diferentes sistemas de conhecimento, como vimos anteriormente.

Ou seja, pelo que expomos até aqui com a análise, podemos afirmar que na capa de revista, muitas vivências concretas e subjetivas entram em jogo para que sentidos sejam construídos ou captados. A capa de revista é, portanto, um gênero textual carregado de empréstimos de outros enunciados, sejam verbais ou não verbais, que fazem mobilizar um conhecimento de mundo, e que o leitor precisa organizar para construir sentido e, também, para reformular o apreendido.

Esta multiplicidade de enunciados verbais e não verbais, que mobilizam a ativação de um conhecimento de mundo, aparece na capa de revista a seguir.



Figura VII – Capa de revista V

Fonte: *Super Interessante* (2014), edição 333.

Os enunciados verbais e não verbais da capa da revista *Superinteressante*, edição n.º 333, de maio de 2014, demandam a ativação de um conhecimento de mundo relativo ao regime Nazista cujo maior representante é o líder alemão Adolfo Hitler.

Quanto à disposição do conteúdo nos aspectos formais do gênero (BAKHTIN, 2003), temos a logo da revista na cor branca, contrastando-se ao vermelho da capa, e algumas letras encobertas pela cabeça de Hitler, como se o espaço necessitasse ser maior para conter toda a força que teve o líder e com ele o Nazismo. Tendo em vista que a logo da revista geralmente se destaca na parte superior da página, sobrepondo-se às possíveis imagens articuladas com os enunciados, entendemos que esta transgressão da disposição dos elementos visuais, que rompem com o aspecto formal do gênero capa de revista, seja significativa: podemos depreender o sentido de que a cabeça encobre a palavra “interessante”, tanto para traduzir aspectos de personalidade impositiva de Hitler, quanto para demonstrar a impotência da

revista ante o poder do líder nazista, como se a revista cedesse o espaço de sua marca para dar lugar a ele.

Este ponto nos leva a afirmar que, para a construção de sentido do gênero capa de revista, entra em jogo não somente a ativação do conhecimento interacional da estrutura dos gêneros (KOCH & ELIAS, 2006), mas também o conhecimento de que o rompimento desta estrutura é significativo.

Ainda, percebemos que, também nesta revista, a ativação do conhecimento de mundo precisa ser articulada com a do conhecimento interacional no que se refere à cor vermelha da capa para a construção de sentido referente a sangue, em retomada ao contexto do holocausto de sacrifícios e assassinatos imposto às vítimas do regime ideológico do Partido Nacional-Socialista dos Trabalhadores Alemães – Nazismo, em que se combinavam duas doutrinas essenciais: a crença fascista na unidade nacional e a crença racista da suposta superioridade do povo ariano, que subjuguava eslavos e judeus.

O enunciado não verbal que ocupa boa parte da capa reconfigura o rosto de Adolfo Hitler. Nessa imagem, foi utilizada a edição gráfica para esconder as características faciais do fascista e, ao mesmo tempo, revela outros traços marcantes e inconfundíveis – como o bigode e o cabelo penteado para o lado. Mais uma vez, o conhecimento de mundo e o conhecimento interacional precisam ser ativados e articulados para a construção de sentido: na posição do bigode temos um código de barras. Este sentido aponta para o tratamento quanto ao fato jornalístico a ser tratado na revista: Hitler era um grande articulador empresarial, que, visando à produção, ao consumo e à legitimação permanente do poder, não poupava vidas e conseguia sempre novos aliados. O bigode em códigos de barra resgata ainda o forte comércio a que esteve ligado o governo do general Adolfo Hitler.

O bigode em código de barras é um enunciado que mobiliza um conhecimento de mundo que será compartilhado pelos leitores da revista: conforme a matéria, em toda a história, o Nazismo foi escrito a sangue e a partir de parcerias com multinacionais. Corrobora para esta leitura o enunciado referente ao título da capa escrito em vermelho (*Nazismo S/A*), que, a partir da ativação do conhecimento linguístico (imprescindivelmente para a sigla S/A), estabelece a relação entre o movimento político e sociedades anônimas.

Esta aproximação é dita expressamente em outros enunciados verbais da capa, mostrando a proximidade das grandes corporações com o nazismo, como a Coca-cola, Nestlé,

IBM, Warner, Bayer, Ford, GM. Mais adiante na matéria da revista, é mostrado que outras empresas também ajudaram Hitler a construir um império que exerceu um grande monopólio também sobre outros países que estavam sob o domínio nazista.

Presumidamente, após a leitura da matéria, o leitor compartilhará o conhecimento de que o líder Alemão Adolf Hitler não governou sozinho, pois contou com aliados, por vezes, ocultos para financiar o regime nazista de concentração, apoiando as mortes em massa e o crescimento do movimento, sob a troca de divulgação de livros. Isso porque, conforme a matéria, muitas das multinacionais citadas estiveram presentes diretamente nos instrumentos que efetivaram as câmaras de extermínio e nos experimentos laboratoriais em humanos.

Em outras palavras, a partir da análise, podemos afirmar que, além da ativação de um saber partilhado (KOCH, 1997), a capa da revista também faz mobilizar um conhecimento por vir na própria revista: os enunciados verbais e não verbais da capa apontam para conhecimentos que ainda serão partilhados quando da leitura da própria revista. Trata-se, portanto, de um caso em que o próprio suporte (ou seja, a revista), pela articulação de diferentes gêneros, estabelece os conhecimentos a serem ativados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como sabemos, a capa de revista é um gênero sincrético/multimodal, em que se conjugam o verbal e o não verbal. Os recursos não verbais ou visuais, apesar de exigirem modo de leitura diferente daquele exigido pelo verbal, são muito usados na transmissão de informações, especialmente no caso deste gênero, pois, como mencionamos no início do trabalho, a imagem também constrói o real, por ser ela mais do que uma representação de um referente.

Dessa forma, ao analisarmos este gênero, observamos que os elementos das capas de revista não são colocados de forma aleatória: a disposição, a diagramação, as fontes e cores atendem a diferentes estratégias discursivas, e logo, exigem do leitor a ativação de diferentes sistemas de conhecimento para a construção de sentido.

Ancorados na perspectiva de que a interação é o fundamento da linguagem e de que, conseqüentemente, o texto é a materialidade pela qual a relação dialógica se estabelece entre

enunciados, pudemos analisar as capas de revista recorrendo a contextos de produção e a enunciados (verbais ou não verbais) previamente produzidos, como nos casos em que o sentido é construído pela intertextualidade. Isso nos faz lembrar que a multiplicidade de textos a que se tem acesso e que circulam socialmente em suportes impressos, bem como textos multimodais, os quais combinam mais de um código semiótico (visual, textual, sonoro), levam-nos a ressignificar o conceito de texto ainda entendido por muitos como constituído exclusivamente por signos linguísticos.

Pelas análises mostradas, se reitera o quanto as relações entre texto verbal e imagem mostradas nas capas das revistas ajudaram na ampliação dos sentidos gerados por cada um desses elementos, assim como na criação de novos sentidos decorrentes dessas relações em que aqui figura também o homem e o contexto social.

Ao longo das análises, mostramos que o conteúdo verbal e o não verbal das capas exigiam a ativação de diferentes sistemas de conhecimento, relativos, por exemplo, à intertextualidade, à tipografia, etc. Tais elementos atuam como pistas fundamentais na leitura e compreensão das capas analisadas. Assim, torna-se imperativo que os usuários dessas mídias sejam capazes de dialogar com as várias linguagens interligadas e inter-relacionadas de forma que se efetue uma leitura adequada e ampla dessas mensagens, o que implica em um novo modo de se ler e entender o texto.

Interessante registrar que, com a análise, evidenciamos casos em que a construção de sentido só é possível pela ativação de um conhecimento partilhado que será adquirido com a leitura da matéria de capa. Ou seja, o gênero capa de revista não somente registra as marcas que o leitor precisa depreender para a construção de sentido, mas também aponta os caminhos pelos quais o leitor precisa seguir para adquirir um conhecimento que precisa ser mobilizado para a construção de sentido.

REFERÊNCIA

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. (Trad. Do francês Paulo Bezerra). 4ª ed., São Paulo: Martins fontes, 2003.

_____, **Problemas da poética em Dostoiévski**. (Trad. Paulo Bezerra). 3ª ed. Rio de Janeiro: forense Universitária, 2002.

BRAIT, B. Estilo, in BRAIT, B.(org.) **Bakhtin**: conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2005(pp.79-102).

BRASIL. Foto oficial da presidenta Dilma Vana Rousseff. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/presidencia/presidenta/foto-oficial>>. Acesso em: 29 de outubro de 2014.

CABRAL, L. R. As astúcias da mídia impressa maranhense: a cassação do governador Jackson Lago como manchete. XI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte Nordeste – INTERCOM. **Anais...Teresina**, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0271-1.pdf> Acesso em 15 de fevereiro de 2015.

CABRAL, L. R. Parece, mas não é: considerações sobre o efeito de verdade no gênero editorial. **Revista Online da Biblioteca de Ciências da Comunicação**. Lisboa, 2013. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cabral-rodolfo-2013-parece-mas-nao-e.pdf>>. Acesso em: 31 de outubro de 2014.

CALAZANZ, F. **Propaganda subliminar multimídia**. Edição revista, atualizada e ampliada, São Paulo: Summus, 2006.

CAÑIZAL, E. P. Realismo gótico. In: BRAIT, B. (org.) **Bakhtin**: outros conceitos-chave. São Paulo: contexto, 2006 (pp. 243-257).

CLARK, K.; HOLQUIST, M. **Bakhtin**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

COSTA, M. A. Estruturalismo. In: MARTELOTTA, M. E. (Org.). **Manual de linguística**. São Paulo: Contexto, 2008 (pp. 113-126).

DIONÍSIO, A. P. Gêneros multimodais e multiletramento. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Org.). **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. 3ª edição revista. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008 (pp. 119 – 132).

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. (trad. Jefferson L. Camargo) São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FARACO, C. A. **Linguagem & Diálogo**: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FIORIN, J. L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo: Ática, 2008.

IBGE. Retificação da estimativa das populações municipais. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2013/retificacao_estimativa_2013_dou.pdf>. Acesso em: 31 de outubro de 2014.

KNAUSS, P. O desafio de fazer História com imagens: arte e cultura visual. **ArtCultura**. Uberlândia, v.8, nº 12, 2006. (pp. 95-117).

KOCH, I. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1984.

_____, I. V. G. (1993) **A inter-ação pela linguagem**. 10ª edição. São Paulo: Contexto, 2010.

_____, I. V. G. (1997) **O texto e a construção dos sentidos**. 9ª edição. São Paulo: Contexto, 2009.

_____, I. V. G. **Introdução à linguística textual**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____, I. V. G. **Desvendando os segredos do texto** São Paulo: Cortez, 2002.

_____, I. V. G.; ELIAS, V. M. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. São Paulo: Contexto, 2006.

_____, I. V. G.; TRAVAGLIA, L. C. **A coerência textual**. São Paulo: Contexto, 1988.

MARQUES, F. E. Estruturas do discurso jornalístico. In: INTERCOM Nordeste, 2008. **Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste**. São Luís – MA. Disponível em: <<http://tinyurl.com/4xze2sp>>. Acesso em: 30 de setembro de 2014.

MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs). **Gêneros: teorias, métodos, debates**. São Paulo: Parábola, 2005.

PUBLISHNEWS. “Se eu ficar” é o livro mais vendido de setembro. Disponível em: <<http://www.publishnews.com.br/telas/noticias/detalhes.aspx?id=79027>>. Acesso em: 30 de novembro de 2014. ,

022

PUZZO, M. B. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. **Revista Intercâmbio**, volume XX: 125-138. São Paulo: LAEL/PUC-SP, 2009. Disponível

em:<http://www4.pucsp.br/pos/lael/intercambio/pdf/XX/8%20Miriam_Puzzo.pdf>. Acesso em: 29 de outubro de 2014.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2006.

SILVA LOPES, D. M. M. Implantação da TV digital no Brasil: os discursos e a produção de sentidos nos jornais *Folha de São Paulo*, *Correio Brasiliense* e *O Globo*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Letras. Universidade Federal do Piauí, 2011.

SILVA SOUSA, M. C. P.; KOCH, I. V. **Linguística aplicada ao português: morfologia**. São Paulo: Cortez, 2002.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Volume I. 2ª edição. Florianópolis: Insular, 2005.

Littera Online

Número 10 - 2015

Departamento de Letras | Universidade Federal do Maranhão

UOL. Proporção de idosos deve ser três vezes maior em 2060, diz IBGE. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/08/29/idosos-devem-ser-267-da-populacao-brasileira-em-2060-diz-ibge.htm>>. Acesso em 31 de outubro de 2014.

VAL, M. da G. C. **Redação e textualidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

WALTY, I. L. C.; FONSECA, M. N. S.; CURY, M. Z. F. **Palavra e imagem: leituras cruzadas**. 2ª edição. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.