

## Gonzalo Abril e o Texto Verbo-Visual: Uma Chave de Leitura Para o Jornalismo em Revista<sup>1</sup>

Michele da Silva TAVARES<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo reflete sobre a materialidade do jornalismo em revista, seus gestos textuais e os significados possibilitados pela composição texto-imagem. Do ponto de vista metodológico, propomos uma forma de ler o texto impresso das revistas a partir da perspectiva de texto verbo-visual defendida por Gonzalo Abril (2007), que considera três dimensões de análise: o nível visual, o nível do olhar e o nível da imagem.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Revista; Texto Verbo-Visual; Semiótica.

### Introdução:

As revistas podem estabelecer uma experiência visual com o leitor de diversas formas. A experiência do leitor comum com os textos jornalísticos impressos pode partir de diversos aspectos, sendo atraído por um título, uma foto ou ilustração, um tema ou seu conjunto. Na condição de pesquisador, estabelecemos uma leitura do conteúdo informativo das revistas considerando a experiência visual que ela possibilita enquanto dispositivo<sup>3</sup>. Em qualquer uma dessas experiências é possível identificar os elementos (visíveis ou ausentes) que compõem a sua estrutura morfológica. Destaca-se, no entanto, que esses processos de leitura guardam relações, mas são distintos.

Uma abordagem jornalística impõe acionamentos e realçam escolhas enunciativas que são capazes de dizer algo ou silenciar sobre o acontecimento em pauta. A disposição dos elementos na composição da capa e a ordem de apresentação da manchete, das imagens e do texto noticioso convidam-nos a refletir sobre os significados possíveis que o jornalismo constrói ao abordar os acontecimentos. Mas, como interpretamos e apreendemos os efeitos de sentido produzidos pelos produtos jornalísticos em uma perspectiva analítica?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Jornalismo Impresso do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Doutora em Comunicação Social (UFMG). E-mail: [micheletavaresjr@yahoo.com.br](mailto:micheletavaresjr@yahoo.com.br)

<sup>3</sup> Para fins deste artigo, compreendemos o conceito de “dispositivo” a partir da reflexão de Charaudeau (2010), que o considera como o ambiente físico da mensagem ou ato de comunicação. Segundo essa perspectiva, o dispositivo formata a mensagem, impondo-lhe restrições de acordo com suas características e dos recursos tecnológicos disponíveis, contribuindo para a atribuição de sentidos. A imprensa escrita é aqui entendida, portanto, como um dispositivo jornalístico que possui características próprias, em termos de materialidade, representações de tempo, espaço, condições de produção e recepção.

Quais as competências de leitura que mobilizam nosso processo de significação do conteúdo jornalístico das revistas semanais de informação? Quais os sentidos possíveis gerados por sua composição?

Considerando aqui a materialidade da revista e a forma como se apresenta ao público, há diversas maneiras de “ler” as notícias e apreender seus significados. Os modos de articulação dos elementos (verbais e visuais) que compõem as páginas das revistas possibilitam experiências visuais e sensoriais individuais que, por sua vez, podem estar condicionadas à nossa memória e à nossa bagagem cultural, em termos de conhecimento social, histórico, político, entre outras experiências que modulam nosso olhar sobre o mundo. Da mesma forma, há inúmeros caminhos analíticos que possibilitam verificar os questionamentos oriundos da observação crítica das revistas e compreender sua dinâmica enquanto dispositivo jornalístico.

Neste artigo, ocupamo-nos em refletir sobre a materialidade do jornalismo em revista, seus gestos textuais e os significados possibilitados pela dinâmica da composição texto-imagem. Além disso, apresentamos um caminho metodológico<sup>4</sup> como chave de leitura para o texto jornalístico a partir da perspectiva semiótica de texto verbo-visual defendida por Gonzalo Abril (2007). Sob essa perspectiva, propomos uma forma de ler o texto das revistas, de modo que possamos compreender seus gestos e significados, considerando as três dimensões de análise proposta pelo autor: o nível visual, o nível do olhar e o nível da imagem.

### **O jornalismo em revista, seus gestos e significados**

Definir o jornalismo de revista em uma perspectiva conceitual (“jornalismo de revista é...”) constitui uma tarefa de certo modo inócua, em virtude das suas especificidades: ele é altamente diversificado com vários níveis de especialização, produzindo olhares sobre si e sobre o mundo, através das mais diferentes formas de contar uma história. As revistas semanais de informação, por exemplo, cumprem a tarefa de debate e registro de memória. Os textos impressos dessas publicações relatam acontecimentos em âmbito factual, mas também contam e remontam histórias que transpassam a linearidade

---

<sup>4</sup> Este artigo apresenta um recorte das reflexões sobre a metodologia empregada na tese de doutorado, intitulada “Acionamentos Biográficos no Jornalismo em Revista: Uma Análise das Histórias de Vida de Lula e Obama em *Veja* e *Time*” (2016), defendida em âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Federal de Minas Gerais, sob a orientação do Prof. Dr. Elton Antunes. Ao longo da pesquisa, buscamos apreender os gestos textuais verbo-visuais das revistas *Veja* e *Time*, ao acionarem os elementos biográficos de Lula e Obama, durante o ano eleitoral.

cronológica do olhar temporal ao qual estamos condicionados, utilizando imagens, cores, entre tantos outros recursos verbais e visuais.

Para Vogel (2013), a revista, é uma espécie de arquivo do contemporâneo. Um caleidoscópio de imagens justapostas, que produzem sentidos e, conseqüentemente, memória, assim como reconfiguram a nossa experiência com o tempo. Neste sentido, toda revista propõe, de alguma maneira, uma reflexão sobre o contemporâneo a partir da apresentação material de imagens (fotografias, ilustrações, informações narrativas), do presente e de quaisquer tempos, seja o que carrega do passado e o que projeta do futuro.

Ao pensar a relação da revista com o tempo, seja ela atual ou de época passada, devemos também levar em conta a espessura temporal das imagens que ela veicula. Vogel (2013) defende o princípio-chave da montagem em que imagens de mundo são agrupadas em uma dinâmica própria: em associação, em confronto, em composição, imagens do noticiário, do cotidiano, da memória, públicas ou individuais. Partindo dessa perspectiva, mais que uma mensagem, a revista é uma montagem de imagens, em associação ao trabalho da imaginação e das formas verbais, cujos nexos se produzem nexos em nossa memória.

O desmonte e a remontagem dos materiais da revista (as imagens e as temporalidades que as atravessam) tornam-se procedimentos de uma operação (ou leitura) que opera francamente com a imaginação e a memória, caracterizando uma historicidade própria, associativa e não linear (VOGEL, 2013, p. 20).

Em linhas gerais, o jornalismo pode ser apreendido como um modo de conhecimento que trata do presente (embora acione outras temporalidades) e dos eventos que dizem respeito ao homem. Para falar do mundo, o fazer jornalístico aciona mapas culturais de significados e representações simbólicas que circulam na sociedade, ao mesmo tempo em que se estabelece como um lugar de produção e circulação de sentidos sobre a realidade. Assim, contribui para consolidar normas e práticas institucionalizadas, legitimando-se historicamente como prática autorizada a narrar a realidade e destacar temáticas que devem ser consideradas relevantes (BENETTI, 2013). Em uma revista ocorre o encontro de temporalidades heterogêneas, como os tempos dos acontecimentos factuais, os tempos de produção da revista e os tempos da leitura (VOGEL, 2013).

Além disso, a materialidade da revista pode interferir no fazer jornalístico e no produto final impresso. Tal observação se justifica, pois o jornalismo em revista possui certas especificidades na composição gráfica e editorial dos títulos que o diferenciam, substancialmente, de jornais impressos. A teia textual é costurada por meio de elementos visuais ou imagens (fotografias, ilustrações, gráficos, etc.) e elementos verbais (a

reportagem em si, além de títulos, legendas, manchetes, etc.). O conteúdo jornalístico das revistas, portanto, apresenta-se em articulação de texto-imagem, produzindo sentidos, que são percebidos na leitura da composição como um todo, em sua dimensão verbo-visual.

Entre suas características singulares é possível destacar: a segmentação por público e por interesse; a periodicidade e a durabilidade; o fato de agregar diversos temas da atualidade de forma reiterada; o modo como contribui para a formação da opinião pública ao emitir interpretações acerca dos acontecimentos; a maneira como permite a experimentação de diferentes estilos que podem combinar elementos do jornalismo e da literatura, por exemplo, assim como pode compor uma estética visual própria, combinando arte e texto em sua composição visual e no layout das páginas; e, por conta de certa “liberdade” editorial em relação às amarras do tradicional lead jornalístico, a forma com que estabelece uma relação de apelo direto e emocional com o leitor (BENETTI, 2013).

Segundo Buitoni (2013), a questão da segmentação é um elemento que diferencia a revista do jornal, uma vez que pressupõe um trabalho analítico e conceitual da produção jornalística. Os jornais, historicamente, tinham uma abordagem generalista, tratando de muitos assuntos para um público também diverso. As primeiras revistas, por sua vez, formaram-se paralelamente aos jornais diários e apresentavam discussões conceituais para tratar de determinados temas. Inicialmente não tinham vocação noticiosa, mas firmaram-se em decorrência de uma série de fatores como a evolução do fotojornalismo, das técnicas de ilustração, o crescimento urbano e a necessidade de conhecimento sobre o mundo.

Em relação ao consumo, a segmentação está associada à composição do público, que se materializa nas classificações de gênero, faixa etária e classes sociais, além de motivações psicológicas e interesses por assuntos específicos. Em relação ao conteúdo, as revistas podem ser uma espécie de almanaque, combinando assuntos de interesses variados, como política, economia, cultura, educação e saúde (são as semanais de informação), além das revistas infantis, juvenis, quadrinhos, femininas, masculinas, moda, literatura, automotiva, entre outras especializações temáticas.

No caso das revistas semanais de informação, elas não têm alvos tão especializados se comparadas aos outros títulos segmentados e abrangem as diversas temáticas, percorrendo o cenário político, comportamental, saúde, internacional, meio ambiente, colocando em evidência os recortes da realidade sob o “discurso de verdade” acessível a um grande número de indivíduos. Ao refletir sobre o poder do discurso

informativo desses títulos, temos a oportunidade de compreender as forças ideológicas e comerciais que regem o “local” de produção das notícias estampadas semanalmente.

Assim, ao problematizar a revista, sua identidade e seu jornalismo, percebemos que a natureza editorial está diluída em todo o processo, seja na capa, no texto das reportagens interpretativas, em sua materialidade (paginação, layout, na forma do texto) como também na configuração das seções fixas e esporádicas. Para Tavares (2013), a identidade editorial de uma revista diz respeito a uma maneira de fazer jornalismo. “Não se trata, pois, nem de apontar para uma totalidade dada, mas para um jogo entre distintos processos cujos circuitos próprios (jornalísticos e comunicativos) se entrecruzam com outros, constituindo um todo indissociável” (TAVARES, 2013, p. 86).

Para Benetti (2013), o texto jornalístico em revista constitui também um modo específico de discurso, que constrói sentidos sobre o mundo de forma lenta, reiterada, fragmentada e emocional, com tonalidades discursivas específicas. Assim, a organização do discurso das revistas, seja qual for sua natureza, também depende das hipóteses feitas a respeito do público-alvo. No caso do discurso informativo, independente dos filtros ideológicos e comerciais que possam incidir sobre a sua produção, a meta é a transmissão de um saber, amparado no modelo de credibilidade dos fatos transmitidos. Cada veículo de comunicação se atém à prova usando como estratégia a constatação, o testemunho e o relato de constituição dos fatos. Além disso, há uma preocupação distinta com a forma de apresentação do conteúdo, em virtude da liberdade para criação e apresentação das informações numa abordagem texto-visual, que valoriza a utilização de cores, imagens, formas e fontes. Todas essas nuances remontam as peças do “jogo de verdade” que devem ser articuladas em favor dos interesses comerciais, ideológicos e das necessidades do leitor.

Em suma, defendemos a existência de um gesto textual verbo-visual da revista, que produz sentidos a partir de sua própria materialidade. A disposição dos elementos na composição das páginas das revistas e a ordem de apresentação da manchete, das imagens e do texto noticioso convidam-nos a refletir sobre os significados possíveis que o jornalismo constrói ao abordar os acontecimentos. Considerando aqui a materialidade da revista e a forma como se apresenta ao público, há diversas formas de “ver” e “ler” as notícias que motivam sua composição verbo-visual. Assim como há, também, inúmeros caminhos analíticos que possibilitam compreender os gestos do texto impresso.

### **Gonzalo Abril e o texto verbo-visual: delimitando uma chave de leitura**

O caminho metodológico que possibilita a leitura analítica do produto impresso nem sempre se apresenta bem delineado e em consonância com os questionamentos do pesquisador em relação ao seu objeto. Mas, as incongruências da análise podem ser minimizadas se atentarmos aos seguintes aspectos: o primeiro é o fato de que o objeto “pede” o método e, neste sentido, recomenda-se que a escolha metodológica não deve ser algo meramente imposto pelo investigador; a segunda observação se refere à gradativa construção da metodologia, à medida que o pesquisador “permite” que o objeto se expresse, sensibilizando-se para perceber os detalhes e nuances que demonstram gestos e revelam significados em potencial. Outras questões também podem incidir sob esse processo, como a natureza do objeto, as intenções do pesquisador e o propósito de ampliar o enfoque.

Ao analisar produtos impressos, como as revistas semanais de informação, percebemos o texto jornalístico para além das mensagens ditas, ou seja, para além dos componentes impressos na página (textos, títulos, legendas, imagens e outras ilustrações). Esse “texto” ao cumprir seu ofício, aciona determinados elementos, assim como resgata recortes históricos, perceptíveis na composição visual das páginas, sobretudo quando se trata da cobertura de acontecimentos cuja dimensão marca a história de uma sociedade. O refinamento do olhar analítico amplia a percepção de questões subjacentes ao produto impresso, como os acionamentos, as relações de temporalidade, a articulação das memórias (individual e coletiva) e o reforço ou silenciamento dos imaginários.

Assim, pensamos a escrita jornalística e seus acionamentos aplicando uma proposta metodológica para a leitura de textos impressos a partir da Semiótica na perspectiva de texto verbo-visual, defendida por Gonzalo Abril. Destacamos, contudo, que esse caminho é apenas uma alternativa analítica para considerar o texto jornalístico em sua dimensão verbo-visual, sem fragmentar o objeto em unidades de significação, mas analisando-o em sua totalidade.

Há, todavia, outras formas de olhar um produto impresso e considera-lo como objeto em potencial. O campo da semiótica, por exemplo, possui uma série de distinções teóricas que giram em torno de um vocabulário específico e, conseqüentemente, podem determinar modos de análise diferenciados, ainda que todas as vertentes confluem para uma reflexão sobre o universo das significações. Há frentes teóricas que partem do signo ou do texto e trabalham o discurso, a narratividade, a intertextualidade, entre outras nuances (CASA NOVA e PAULINO, 2009; NÖTH, 1995; PENN, 2002; BARTHES, 2006).

A perspectiva semiótica de Charles Peirce (1839-1914) inaugura um modelo que trabalha com o modo de produção do *signo*, cuja apreensão é dada por sua articulação no pensamento (lógica). No final da década de 1960, os estudos em semiótica iniciam um diálogo estreito com o Estruturalismo, que viria a configurar a vertente francesa ou europeia. A perspectiva semiológica se fortaleceu por meio dos estudos estruturalistas, sobretudo a partir dos trabalhos desenvolvidos por Michael Foucault, Claude Lévi-Strauss, Jaques Lacan, Roland Barthes, A. J. Greimas, entre outros. Outra vertente, oriunda do desenvolvimento da semiótica como ciência geral dos signos é a semiótica soviética, também denominada “semiótica da cultura”, amparada pelos trabalhos de Yuri Lotman, Boris Uspênski e os estudos das universidades de Tartu (Estônia) e Moscou (Rússia).

Todas essas possibilidades analíticas constituem formas de abordagem do objeto e fornecem subsídios conceituais para a compreensão do sentido. Para Penn (2002), o ato de ler um texto ou uma imagem é um processo interpretativo. O sentido é gerado na interação do leitor com o material e varia de acordo com os conhecimentos acessíveis ao receptor, através da experiência cultural. A tarefa do pesquisador é, portanto, “desmascarar” a natureza construída da imagem, identificando os conhecimentos culturais implícitos ou contrastando os signos com outros elementos.

Neste sentido, a aplicação de alguns pressupostos do modelo semiótico aos estudos em jornalismo pode auxiliar a leitura de textos impressos e contribuir com as ferramentas de compreensão dos sentidos. Especificamente, empregamos a noção de texto em sua dimensão verbo-visual, a partir das contribuições teóricas de Gonzalo Abril (2007). De viés interdisciplinar, o autor propõe uma análise sustentada em uma teoria da sociedade, baseada em conceitos da teoria da comunicação e situada em torno da problemática do sentido. Assim, seu objetivo não é refletir sobre “o que significam” os textos verbo-visuais, mas investigar os processos de sentido que intervêm na atribuição dos significados aos textos.

Tal perspectiva propõe uma metodologia visual crítica que analisa os textos visuais em termos de significação cultural, práticas sociais e relações de poder que o permeiam e articulam. A investigação também considera as concepções espaciais de época, a dinâmica dos membros de determinada classe social, idade ou gênero, as formas de representação pública, entre outros balizadores de contextos socioculturais e temporais muito diversos. Além disso, a análise deve dar conta do que pertence ao que o autor denomina como “ponto cego” da enunciação, que é o excluído e invisibilizado em um determinado contexto. Para



ele, da mesma forma que o silêncio do que não foi dito atua sobre o sentido do texto, o que não é visto e invisibilizado determinam o sentido do que o texto visual fornece.

O mapa teórico para o entendimento do texto verbo-visual, defendido por Abril (2007), aborda as relações entre formas simbólicas e contextos sociais. O primeiro ponto que permeia a compreensão das dimensões textuais é o próprio conceito de texto. Ao invés de “imagens”, ele prefere a expressão “textos visuais” por ser uma perspectiva conceitual mais abrangente, derivada de outras experiências sensoriais (sonoras, táteis, olfativas, etc.). Ele critica o uso reducionista da expressão “imagem”, assim como desaprova vertentes teóricas que separam a imagem visual do conteúdo verbal e prefere considerar conjuntamente um texto verbo-visual.

Entendo que o “texto” deve designar qualquer unidade de comunicação, geralmente multissemiótica (ou “multimodal”, segundo o vocábulo da moda), sustentada por uma prática discursiva e inserida em uma(s) rede(s) textual(s), que pode integrar ou não elementos verbais e que, por conseguinte, não deve identificar-se restritivamente com eles (ABRIL, 2012, p. 16).

O conceito de texto em seu sentido etimológico de tecido ou textura é essencial para se referir à “trama” de qualidades visuais que configura apenas um primeiro nível de análise do texto visual. Porém, esse texto não é apenas um tecido de qualidades e acontecimentos semióticos. Ele é algo mais amplo, espacial, temporal e culturalmente reconhecível, que pressupõe a existência de “redes textuais”, estrutura em permanente reconstituição, através das quais os textos interagem uns com os outros, de forma particular ou em conjunto, concedendo sentido aos nódulos textuais que a constituem. Os textos, portanto, são aplicações de práticas semióticas ao mesmo tempo em que são geradores e/ou reprodutores de práticas sociodiscursivas. (ABRIL, 2012). Desse modo, o sentido do texto verbo-visual só é apreendido considerando seu processo interpretativo, a experiência de sua leitura e suas condições socioculturais.

O texto jornalístico não está deslocado dessa concepção. Ao contrário, ele pode ser pensado na mesma perspectiva: constituem redes textuais com seus atravessamentos conceituais, discursivos, editoriais e ideológicos, cuja significação da conjunção textual deve ser apreendida considerando as dimensões pragmática e semântica.

Assim, no âmbito de qualquer discurso visual, é possível pensar a experiência visual como uma síntese de três dimensões: a visual, o olhar e a imagem. Os três níveis correspondem à produção, exercício, reprodução e confrontação de poderes, mas os limites entre eles são difusos. Trata-se de uma relação de mediação, segundo a qual cada dimensão



possibilita a interrelação e realização das outras (ABRIL, 2012), pontuando a interdependência entre o domínio do olhar, da imagem (ato de imaginar) e da visualidade (ato de ver ou não ver). Isto é, somente através das disposições concretas do olhar é possível que uma experiência visual se ative como determinada imagem.

#### a) O nível visual (*la visualidad*)

Este nível corresponde ao ato perceptivo “ver algo” (visível e invisível). Essa visualidade é intencional e situa-se na esfera filosófica da experiência sensível (o que vemos), campo de vivência prévia, individual e coletiva. Abril (2007; 2012) se refere ao conceito de visualidade no sentido de “visão socializada”, que remete a relação visual entre o sujeito e o mundo, mediada por um conjunto de discursos, redes significantes, interesses, desejos e relações sociais do observador. Essa visualidade é modulada por fatores como a atenção, a estrutura da situação, o caráter compartilhado ou não da prática visual, etc.

As imagens visuais não se esgotam no que é visível, uma vez que elas sempre trazem traços do que é invisível ou marcas de um visível reprimido. O visual se relaciona sempre com o que não se vê com fenômenos que não pertencem propriamente ao domínio do visível, mas sem o quais seríamos cegos em relação à imagem. Não se trata, contudo, de debater a relação entre o visível e o invisível, mas da relação com certos fenômenos que não sendo propriamente visíveis possuem efeito no sentido do que é visto (ABRIL, 2012).

Abril (2012) pontua que esse conjunto de interações conforma a imagem em três perspectivas. O visual, então, relaciona-se: *com o que se deseja ver*, ainda que não seja visto (o que sentimos ao ver conecta-se com o que desejamos ver ou com o que imaginamos); *com o que se sabe e se crê*, ainda que não seja visto (a mente do indivíduo nunca está vazia diante do que é visto, ela enxerga por meio de outros sentidos, como a memória do sujeito, conhecimentos culturais, sistemas simbólicos, etc.); *com o que fazem os sujeitos envolvidos no processo de significação* (os emissores presumem o comportamento interpretativo dos receptores e os receptores interpretam os textos mediante as táticas dos emissores).

Durante análise da cobertura do ano eleitoral nos Estados Unidos, em 2008, identificamos o “traço de época” como quadro temático que se caracteriza pelo acionamento das memórias de uma sociedade, efetuado através da menção e/ou comparação com outros presidentes e/ou líderes políticos ou através do acionamento das características de um determinado momento importante que demarca cronologicamente o acontecimento

de um fato. Esse gesto estabelece comparações entre conjunturas, produzindo um efeito comparativo entre duas “eras” ou dois “períodos”.

Nas duas capas da revista *Time* (Figura 1), “vemos” as aproximações históricas e a força simbólica dos significados gerados a partir da sua composição. A primeira capa (*Does temperament matter?*) sugere a reflexão sobre a influência do temperamento do personagem político na condução do cargo presidencial (se Lincoln ou Roosevelt agiram de determinada forma, o que podemos esperar do candidato que possui temperamento semelhante?). A segunda capa (*The new new deal*), trata da transição do cargo presidencial e destaca que ele estaria adotando o modelo econômico de Franklin D. Roosevelt – daí a referência ao “New Deal”<sup>5</sup>. Devido à crise econômica que o país enfrentava naquela época, a revista sugere em manchete o que Barack Obama deve aprender com Roosevelt e o que os Democratas devem fazer<sup>6</sup>. Há elementos visuais decisivos para essa associação, como o modelo de chapéu-panamá utilizado por Roosevelt enquanto aparece ao volante de um carro de época<sup>7</sup> (assim como Obama), sugerindo o “espelhamento” da imagem.

**Figura 1: Traço de época na composição das capas de *Time***



(Fonte: Acervo *Time* – *The Vault*, capas: Vol.172, nº17, 27/10/08 e Vol.172, nº21, 24/11/08).

## **b) O nível do olhar (la mirada)**

Segundo Abril (2012), a forma “como olhamos” é determinada por modos de apropriação simbólica e modalidades de exercício do olhar que incluem o imperialismo

<sup>5</sup> Série de programas implementados nos Estados Unidos, sob o governo de Franklin Roosevelt, com o objetivo de recuperar e reformar a economia norte-americana.

<sup>6</sup> Manchete: “What Barack Obama learn from F.D.R. – and what the Democrats need to do”.

<sup>7</sup> Imagem de Roosevelt disponível em:  
[http://obviousmag.org/archives/2011/03/os\\_chapeus\\_mais\\_famosos\\_de\\_sempre.html](http://obviousmag.org/archives/2011/03/os_chapeus_mais_famosos_de_sempre.html)

panóptico<sup>8</sup> (referente ao poder de olhar sem ser observado, como ocorre no caso dos programas televisivos de *reality show*), e o olhar submetido aos efeitos ao monopólio político que o restringe. Neste nível, portanto, a intencionalidade do olhar se sobrepõe e se apresenta carregada de modalizações subjetivas referentes ao desejo e ao afeto, ao hábito e ao comportamento institucionalizado.

O ato de olhar, todavia, não é exterior ao texto visual, mas está em alguma medida contida nele. Esse texto prevê nossa “mirada”, nosso lugar como espectadores, nosso papel e atitudes como testemunhas narrativas de uma história.

Os textos visuais, de forma implícita ou explícita conferem-nos um lugar, uma posição de observadores e avaliadores, um saber e até mesmo um espaço de prazer e desprazer. Nosso olhar está contido nos textos visuais porque, na medida em que são olhados, eles nos olham (ABRIL, 2012, p. 26).

No caso das revistas semanais de informação, por exemplo, é possível pensar em um “olhar editorializado” que se estabelece a partir de regras editoriais e posicionamento político inerentes ao veículo de comunicação. Essa visão modalizada também se constitui como algo culturalmente instituído, além de um “querer ver” ou “querer saber/poder” através da visão. O exercício do olhar acontece a partir de conhecimentos e pressupostos, bem como de condições técnicas e estruturas simbólicas determinadas e não envolve apenas condições perceptivas e sensoriais como no ato de ver. Neste sentido, em cada contexto sociocultural o olhar recebe determinações particulares.

[...] ao olhar e fazer olhar selecionamos, de modo consciente ou não, *lugares de enunciação* construídos e atribuídos como posições sociais: o olhar patriarcal, o olhar da classe dominante [...], o olhar do sujeito resistente, o cúmplice, o indiferente à dominação do outro, etc. (ABRIL, 2012, p. 28).

E, da mesma forma, o olhar jornalístico sobre determinados fatos ou acontecimentos diferencia-se em contextos diversos, o que nos motiva a pensar sobre a forma como a cultura jornalística norte-americana, brasileira, europeia, etc., estabelecem seus discursos, com regras, valores e ideologias que determinam o “olhar” dos veículos de comunicação sobre o acontecimento em pauta. Considera-se também que refletir sobre “o olhar” supõe, no âmbito de uma semiótica do texto visual, uma discussão sobre discurso e processo de enunciação. Entretanto, a atividade de enunciação não se entende como um processo exterior ao texto visual, mas que pode ser inferido a partir de marcas textuais: a

---

<sup>8</sup> Em referência aos procedimentos panópticos de vigilância atualizados por Michael Foucault: “O panoptismo é o princípio geral de uma nova ‘anatomia política’ cujo objetivo e finalidade não são as relações de soberania, mas as relações de disciplina” (CASTRO, 2009, p.314).

subjetividade do olhar, a presença de um sujeito intencional e também o lugar designado ao espectador em contrapartida estão no próprio texto representados.

Outro exemplo recortado da análise do ano eleitoral nos EUA, percebido na cobertura da revista *Veja*, exemplifica a instância do “olhar sobre o outro” no texto jornalístico. O gesto textual intencional ampara-se pelo uso das associações e comparações entre os dois países (aspectos da política norte-americana aos acontecimentos da política brasileira). Nos textos jornalísticos, há uma comparação constante entre os partidos e personagens políticos (associações com o Partido dos Trabalhadores e com Luís Inácio Lula da Silva). Essas associações, no entanto, podem confundir o leitor ou reduzir o significado de certas questões de âmbito político, considerando as diferenças culturais, históricas e políticas entre os dois países.

No trecho abaixo, o texto de *Veja* compara as ações do pai de Obama ao pai de Lula. A reportagem “A incrível chacina da genética” (ed.2075) questiona a seriedade do livro *The Obama Nation*, de Jerome R. Corsi. A obra apresenta ataques ao pai de Obama, à mãe, à mulher e ao próprio candidato, tratando-o como “esquerdista”, “radical” e “revolucionário”. Na carona da argumentação sobre a influência paterna de Obama, a narrativa sugere semelhanças com o pai de Lula, logo no primeiro parágrafo do texto (a reportagem é sobre uma obra biográfica de Obama, mas o *lead* jornalístico é centrado em Lula) com o intuito de criar um efeito de realidade a partir da semelhança:

O pai do presidente Lula chamava Aristides. Era analfabeto, alcóolatra e violento. Morreu em 1978. Foi enterrado como indigente. Uma irmã de Lula assim o definiu: “Meu pai era um verdadeiro cavalo. Ele não era gente, sabe?”. Lula disputou cinco eleições presidenciais e jamais seus adversários recorreram à biografia do pai para enxovalhar o filho. Desde a denúncia aborteira de Fernando Collor, em 1989, ficou mais ou menos convencionalizado que mexer com a família é baixa excessiva. Na campanha presidencial nos Estados Unidos não é bem assim. (*Veja*, ed. 2075, 27/08/08, p. 106).

### c) O nível da imagem (*las imágenes e los imaginarios*)

Nesta acepção tridimensional do texto defendida por Abril (2012), as imagens não são necessariamente visuais e, no caso dos textos visuais, grande parte do que chamamos “imagem” é alheio ao visível, ou puramente invisível. Isso ocorre porque as imagens nunca vêm sozinhas, nem é possível reconhecê-las fora de redes virtuais. Elas sempre trazem consigo algum imaginário social compartilhado (modos de percepção e sentidos partilhados por uma sociedade), sendo muitas vezes parte ou resultado desses imaginários (ABRIL, 2012).

Em âmbito teórico há uma expressiva disparidade em relação ao entendimento do conceito de imagem. Jacques Aumont (2002) pontua três funções da imagem considerando a relação que estabelece com o mundo: a *simbólica* configura o modo em que as imagens serviram de símbolos religiosos para tratar da esfera do sagrado e também simbolismos associados às novas políticas, como Democracia, Liberdade, entre outros; a *epistêmica* abrange imagens que trazem informações sobre o mundo, com natureza variável (pode ser um cartão postal ou um mapa); e, a *estética*, onde a imagem é destinada a agradar o espectador e a oferecer a experiência de sensações (o dilema da publicidade - imagem estética e a imagem artística).

Embora a noção de imagem seja demasiado genérica e imprecisa, retoma-se que o uso mais habitual refere-se à imagem (ou representações visuais) como uma classe de ícone, de signo relacionado com seu objeto por semelhança, conforme a perspectiva de Charles Pierce. Segundo Abril (2007), a relação icônica nunca é imediata e a semelhança se atribui sempre a partir de alguma convenção, sejam eles os critérios ou os padrões de semelhança próprios de uma cultura. Desse modo, o discurso visual remete a representação coletiva e ao peso epistêmico, estético e simbólico da experiência visual. Essa dimensão dá conta da ordem dos “imaginários”, outro conceito amplo, que segundo Abril (2007), abrange um variado repertório de imagens compartilhadas por uma sociedade ou por um grupo social, espaço das objetivações da imaginação coletiva:

O imaginário compreende representações, evidências e pressupostos narrativos implícitos que configuram um modo de “imaginar” o mundo, as relações sociais, o próprio grupo, as identidades sociais, os fins e aspirações coletivas, etc. É o âmbito da imaginação reprodutiva e criativa de uma comunidade ou grupo social (ABRIL, 2007, p. 62).

Ao pensar a cultura visual e sua relação com o espaço público, Abril (2010) destaca que o olhar é orientado e restringido conforme um regime de visão. Ele pontua o papel das imagens visuais na conformação e/ou deformação do espaço público-político e o espaço comum. Para compreendê-las, devem ser abordados o lugar e a função das imagens sobre todos os imaginários, porque os ordenamentos políticos se sustentam e se expressam precisamente em imaginários culturais. Estes não consistem apenas em repertórios de imagens ou representações compartilhadas, já que as imagens não são entidades ou eventos desconectados. Elas nunca estão sozinhas, nem é possível reconhecê-las fora de redes imaginárias (ABRIL, 2010).

Como exemplo dessa manifestação da dimensão da imagem nos textos verbo-visuais, destacamos a reportagem “*The five faces of Barack Obama*” (Figura 2) que, em sua composição visual e textual, o uso tradicional de título e subtítulo foi substituído pelo questionamento “Quando você olha para essa foto, o que você vê?<sup>9</sup>”, com as alternativas de repostas abaixo: 1) *Black man*; 2) *Healer*; 3) *Novice*; 4) *Radical* 5) *The Future*; e a opção “*All of the above*”. Essa reportagem sintetiza os principais atributos que são explorados, ao longo do ano eleitoral, em outras coberturas sobre a disputa presidencial. Mas, o ponto de partida da defesa das cinco faces de Obama é justamente a necessidade de compreender o que está por trás desse personagem político.

Figura 2: As cinco faces de Obama



(Fonte: Acervo Time – The Vault, Vol.172, nº9, 01/09/08, p.28-33)

O texto diz que Obama é uma figura enigmática e que sua retórica e disposição arraigada não revelam muito sobre ele. Isso faz com que aliados e adversários busquem em sua biografia, discursos e ideias que ajudem a “remontar” seu perfil e identidade. Um fator que reforça esse enigma em torno de sua imagem é a questão da origem familiar, suas vivências em muitos lugares, assim como a influência e respaldo que possui em diversos setores da sociedade, conforme o trecho destacado:

Tanto seu estilo retórico e a sua disposição arraigada tendem a obscurecer, ao invés de revelar. Assim Obama permanece enigmático, não importa o quanto vemos sobre ele. [...] Tanto os aliados como os opositores querem uma imagem mais clara sobre Obama, e eles estão selecionando elementos de suas palavras, propostas políticas, registros públicos e biografia para moldar suas interpretações conflitantes. Esses pedaços de Obama estão abertos à interpretação, porque poucos estão são carimbados em qualquer molde presidencial familiar: o pai polígamo, a mãe solteira e com experiência global, a teia de raízes espalhadas do Kansas ao Quênia, amigos e

<sup>9</sup> Texto original: “When you look at this photo, what do you see?”



parentes de favelas de África à Washington e Wall Street, e influências intelectuais variando de Alexander Hamilton a Malcolm X.. (*Time*, Vol.172, nº9, 01/09/08, p. 30-31).

Todas as peculiaridades em conjunto articulam cada um dos itens que a revista elenca, seja para tratar de sua condição racial (*black man*), seja ao incorporar o ser predestinado (*healer*), ou ainda para tratar da sua condição de pouca experiência na política americana (*novice*), suas referências e afinidades com ideias de esquerda (*the radical*) ou para tratar das mensagem de mudança enraizada nos discursos (*The future*). De modo geral, a revista defende que essa última face pode superar as demais, ou seja, se ele agregasse à sua imagem a marca do futuro poderia neutralizar a inexperiência; se ele construísse uma teia política forte então teria credibilidade.

### **Considerações Finais**

Nossa investida analítica consistiu na aproximação de alguns pressupostos do modelo semiótico aos estudos em jornalismo, desenvolvendo uma proposta metodológica para a leitura de textos impressos, de forma que possamos contribuir com as ferramentas de compreensão dos sentidos. Destaca-se, contudo, que a escolha de uma vertente semiótica não pretende conclusões gerais, ao contrário, visa o alargamento das possibilidades interpretativas dos sentidos.

A aplicação específica das três dimensões de Gonzalo Abril pontua a interdependência entre o domínio do olhar, da imagem (ou ato de imaginar) e da visualidade (ato de ver ou não ver). Na primeira instância (visual), deparamo-nos com as marcas visíveis, com a informação denotada e facilmente identificável. A instância seguinte (olhar) requer conhecimento da postura editorial das revistas para que seja possível identificar os gestos textuais significativos e compreender os atos de intencionalidade característicos da publicação. No último nível (imagem), mergulhamos na informação conotada, nos simbolismos que se cristalizam na camada pouco visível dos acionamentos e arriscamos interpretações à luz das memórias coletivas que permeiam a natureza biográfica e, também, o cenário eleitoral. Os três níveis, portanto, estão articulados entre si e complementam-se.

Nos recortes apresentados, a análise revelou que (quase) tudo que se referia a Obama foi comparado com a simbologia de fatos históricos (outros acontecimentos outros presidentes ou outros ícones da luta pelos direitos civis e questões raciais) partilhados pela memória coletiva da sociedade norte americana. Do ponto de vista da articulação dos



imaginários, as revistas possibilitaram a leitura de um Obama que era a novidade eleitoral, mas que personificava a face do mensageiro, o ser “predestinado” (*the messiah*) a mudar a América, trazendo em si a identidade racial (o negro) num contexto globalizado, ávido por mudanças. Assim, a significação propriamente dita é historicamente motivada e depende do saber do leitor, tal como se fosse uma verdadeira língua, inteligível para aqueles que aprenderam seus signos. Então, se a leitura depende da cultura e do conhecimento de mundo de cada indivíduo, o texto e a fotografia/ilustrações jogam com o suposto saber de seus leitores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRIL, Gonzalo. **Análisis crítico de textos visuales: Mirar ló que nos mira**. Editorial Síntesis, Madrid, 2007.

\_\_\_\_\_. Gonzalo. **Tres dimensiones del texto y de la cultura visual**. Revista Científica de Información y Comunicación, 2012, 9, p.15-35.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1993.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. 16ª ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

BUITONI, Dulcília Schroeder. Revista e segmentação: dividir para reunir. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

CASA NOVA, Vera. PAULINO, Graça. Introdução à semiótica. IN: PINTO, Julio. CASA NOVA, Vera. **Algumas semióticas**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2009, p.7-30. Disponível em: [http://issuu.com/grupoautentica/docs/algumas\\_semi\\_ticas](http://issuu.com/grupoautentica/docs/algumas_semi_ticas).

CASTRO, Edgardo. **Vocabulário de Foucault**: Um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

CHARAUDEAU, PATRICK. **O discurso das mídias**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.

NÖTH, W. **Panorama da Semiótica**: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 1995.

PENN, Gemma. Análise Semiótica de Imagens Paradas. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**: Um manual prático. 2ª ed. Petrópolis, RJ, Editora Vozes: 2002, p.319-342.

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

TAVARES, Michele da Silva. **Acionamentos Biográficos no Jornalismo em Revista: Uma Análise das Histórias de Vida de Lula e Obama em *Veja* e *Time***. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2016.

VOGEL, Daisi. Revista e contemporaneidade: imagens, montagens e suas anacronias. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.