

**Viviane Seabra Pinheiro**

**ANALISANDO SIGNIFICADOS DE CAPAS DA REVISTA  
*RAÇA BRASIL:*  
Um estudo de caso à luz da Semiótica Social**

**Belo Horizonte**

**2007**

**Viviane Seabra Pinheiro**

**ANALISANDO SIGNIFICADOS DE CAPAS DA REVISTA  
*RAÇA BRASIL*:  
Um estudo de caso à luz da Semiótica Social**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Linguística Aplicada.

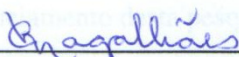
Área de concentração: Linguística Aplicada  
Linha de pesquisa: I – Estudos da Linguagem, Identidade e Representação  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Célia Maria Magalhães

**Belo Horizonte**

**Faculdade de Letras da UFMG**

**2007**

Dissertação defendida por VIVIANE SEABRA PINHEIRO em 24/05/2007 e aprovada pela Banca Examinadora constituída pelas Profas. Dras. relacionadas a seguir:



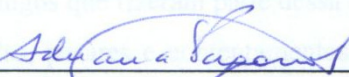
---

**Célia Maria Magalhães - UFMG**  
**Orientadora**



---

**Viviane Maria Heberle - UFSC**



---

**Adriana Silvina Pagano - UFMG**

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, acima de tudo, a Deus, por providenciar, em cada momento, para que este trabalho pudesse ser realizado. Estou certa de que foi Sua mão que traçou este caminho e que enviou cada pessoa que dele fez parte, a quem passo a agradecer:

À minha orientadora Célia Magalhães, pela orientação paciente e por seu exemplo de dedicação e competência acadêmica.

À CAPES, pelo financiamento desta pesquisa.

Aos meus pais, pela demonstração de sabedoria e desprendimento, ao permitir que eu sáísse de perto de seu olhar protetor para trilhar caminhos desconhecidos, muitas vezes árduos e mais desafiadores sem a sua presença carinhosa e reconfortante. Foi sua voz, ao telefone, que diversas vezes me deu força quando isso era preciso.

À minha irmã, companheira e cúmplice, por acreditar em mim e me incentivar.

A Alisson, por estar ao meu lado, mesmo quando seus caminhos impuseram a distância. Obrigada por me incluir em seus planos e por se permitir fazer parte dos meus.

Aos muitos amigos que fizeram parte dessa trajetória: aos amigos do LETRA, com quem pude dividir dúvidas, pesares e contentamentos. Agradeço especialmente a Camila e Igor, companheiros de seleção e de “jornada”, e particularmente a Igor, pela paciência, pela ajuda, enfim, pelas grandes demonstrações de amizade; a Rob, pelos vários telefonemas para discutir e me aconselhar a respeito de questões teóricas; aos “irmãos acadêmicos” Letícia, Paulo Henrique, Roberto Carlos e Flaviane, pela presteza, pela audição atenta e pelas discussões e conselhos enriquecedores. A Sil, Tânia, Kelen, enfim, a todos do grupo de pesquisa: pude aprender muito com todos, com cada um à sua maneira.

Obrigada Cris, Mayrita, Val e Lidi pela amizade que se leva pela vida toda. Obrigada Claudinha, Moniquita, Arabela, pela força e disponibilidade.

E - “last but not least” - agradeço a todos os amigos “extra-acadêmicos”, por estarem sempre por perto – aqui não os nomeio, mas os levo no coração.

Tudo só é possível e faz sentido nesse contexto.



## RESUMO

No contexto brasileiro, tem havido um crescente interesse pelo uso do arcabouço descritivo da gramática do *design* visual (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996) como método de análise eficaz para uma abordagem semiótica social, especialmente quando se trata de sua conjugação com o instrumental da gramática sistêmico-funcional (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004) (BIAVATI e MAGALHÃES, 2003; HEBERLE, 2004; FELIPE, 2006; SANTANA, 2006; dentre outros). O presente trabalho busca contribuir para a interface entre essas gramáticas e para o desenvolvimento dessa abordagem no contexto brasileiro, a partir da análise da capa das edições de novembro de 1996, 1998, 2004 e 2006 da revista *Raça Brasil*, uma publicação direcionada ao público negro. Utilizando ferramentas analíticas das referidas gramáticas, o principal objetivo desta pesquisa é analisar os significados representacionais, interativos e composicionais construídos pelo componente visual, bem como os significados ideacionais da chamada mais saliente e daquela referente à imagem da capa e investigar a relação entre esses significados e a noção de consciência negra. Realiza-se uma comparação entre os significados construídos por meio dos modos semióticos visual e verbal nas capas do corpus e investiga-se a existência de mudanças discursivas nas edições e/ou nos períodos analisados. A análise aponta para ambivalência da publicação, a qual se manifesta em vários sentidos. Verifica-se um movimento por parte da revista no sentido de promover/fortalecer a consciência negra dos leitores, por meio, principalmente, do estímulo à sua auto-estima, ao mesmo tempo em que se observa que as representações construídas muitas vezes evocam discursos preconceituosos, que são assimilados e reproduzidos. Além disso, é possível notar que, paralelamente à postura politizada da revista, caminha o interesse mercadológico, que parece determinar a construção do *layout* da capa e mesmo o conteúdo de determinadas chamadas. Por fim, as mudanças semióticas observadas suscitam as hipóteses de que, por um lado, a revista pode ter se consolidado como uma publicação dirigida aos negros e, por outro, pode ter expandido seu público-alvo, renunciando à segmentação deste quanto à raça.

## ABSTRACT

In the Brazilian context, the descriptive framework provided by the Grammar of the Visual Design (KRESS & VAN LEEUWEN, 1996) alongside the Systemic-Functional Grammar (HALLIDAY & MATTHIESSEN, 2004) has been increasingly applied as an efficient methodology to a social semiotic approach (BIAVATI e MAGALHÃES, 2003; HEBERLE, 2004; FELIPE, 2006; SANTANA, 2006; among others). This thesis aims at contributing to an interface of these grammars and to the development of this approach in the Brazilian context, by means of analyzing the covers of the 1996, 1998, 2004 and 2006 November editions of the magazine *Raça Brasil*, a black-audience-oriented publication. Building on analytical tools of these grammars, this research aims mainly at analyzing the representational, interactive and compositional meanings constructed through the visual component, as well as the ideational meaning of the most significant headlines and the relation between these meanings and the concept black consciousness. The meanings constructed by means of the visual and verbal semiotic modes in the editions and/or periods surveyed are compared so as to identify discursive changes. The analysis points at an ambivalent orientation in the magazine *Raça Brasil*. In this study, this ambivalence arises in several ways. It is possible to observe a movement towards the promotion/strengthening of the readers' black consciousness, mainly by means of stimulating their self-esteem. At the same time, representations built in the magazine generally evoke biased discourses, which are assimilated and reproduced. Furthermore, it is possible to observe, alongside a politicized orientation, the existence of a marketing interest presumably determining both the cover layout and the content of some headlines. Finally, the semiotic changes in the covers under analysis lead to the hypothesis that, on the one hand, the magazine may have been consolidated as a black-audience-oriented publication and, on the other hand, its target public have changed throughout a 10-year temporal cline.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |         |
|---|---------|
| FIGURA 1 - Estruturas narrativas na comunicação visual .....  | 47      |
| FIGURA 2 - Estruturas conceituais nas imagens .....   | 50      |
| FIGURA 3 - Significados interativos nas imagens .....   | 54      |
| FIGURA 4 - As dimensões do espaço visual .....  | 60      |
| FIGURA 5 - O significado da composição .....  | 62      |
| FIGURA 6 - Capa da edição de 1996 da revista <i>Raça Brasil</i> .....   | 69      |
| FIGURA 7 - Significados representacionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 1996.....  | 71      |
| FIGURA 8 - Significados interativos na capa de <i>Raça Brasil</i> de 1996.....  | 73      |
| FIGURA 9 - Significados composicionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 1996 .....  | 82      |
| FIGURA 10 - Capa da edição de 1998 da revista <i>Raça Brasil</i> .....  | 83      |
| FIGURA 11 - Significados representacionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 1998.....   | 85      |
| FIGURA 12 - Significados interativos na capa de <i>Raça Brasil</i> de 1998.....   | 87      |
| FIGURA 13 - Significados composicionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 1998 .....   | 92      |
| FIGURA 14 - Capa da edição de 2004 da revista <i>Raça Brasil</i> .....  | 93      |
| FIGURA 15 - Significados representacionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 2004.....   | 94      |
| FIGURA 16 - Significados interativos na capa de <i>Raça Brasil</i> de 2004.....   | 96      |
| FIGURA 17 - Significados composicionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 2004 .....   | 103     |
| FIGURA 18 - Capa da edição de 2006 da revista <i>Raça Brasil</i> .....  | 104     |
| FIGURA 19 - Significados representacionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 2006.....   | 105     |
| FIGURA 20 - Significados interativos na capa de <i>Raça Brasil</i> de 2006.....   | 107     |
| FIGURA 21 - Significados composicionais na capa de <i>Raça Brasil</i> de 2006 .....   | 113     |
| <br>QUADRO 1 - Quadro comparativo dos significados das capas das edições de 1996, 1998,<br>2004 e 2006, de acordo com as categorias da gramática do <i>design</i> visual..... | <br>117 |

## SUMÁRIO

|   |     |
|---|-----|
| CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....  | 9   |
| • Objetivos Gerais .....  | 11  |
| • Objetivos Específicos .....   | 12  |
| CAPÍTULO 1 - A mídia e a questão racial .....   | 13  |
| 1.1 Introdução .....  | 13  |
| 1.2 Mídia e representação da questão racial: pesquisas sociais.....                     | 15  |
| 1.3 A revista ‘Raça Brasil’ .....   | 22  |
| 1.4 Mídia e representação da questão racial: perspectiva da Linguística Aplicada .....  | 25  |
| CAPÍTULO 2 - Semiótica Social e multimodalidade .....                                   | 28  |
| 2.1 A Semiótica Social .....  | 28  |
| 2.2 A abordagem Semiótica Social da gramática do ‘design’ visual: pressupostos teóricos | 30  |
| 2.3 Aplicações da gramática do ‘design’ visual .....                                    | 33  |
| 2.4 A abordagem Semiótica Social da gramática do ‘ design’ visual: arcabouço descritivo | 40  |
| 2.4.1 As estruturas representacionais .....   | 44  |
| 2.4.2 Os significados interativos.....  | 51  |
| 2.4.2.1 Modalidade .....  | 54  |
| 2.4.3 O significado da composição.....  | 57  |
| CAPÍTULO 3 - Corpus e Metodologia .....   | 63  |
| 3.1 Do corpus.....  | 63  |
| 3.2 Da metodologia .....  | 64  |
| CAPÍTULO 4 - Análise e discussão dos dados.....   | 68  |
| 4.1 Análise: A semiótica social de capas da revista ‘Raça Brasil’ .....                 | 68  |
| 4.1.1 Capa da edição de novembro de 1996 .....  | 68  |
| 4.1.2 Capa da edição de novembro de 1998 .....  | 82  |
| 4.1.3 Capa da edição de novembro de 2004 .....  | 92  |
| 4.1.4 Capa da edição de novembro de 2006 .....  | 103 |
| 4.1.5 A modalidade em capas da revista ‘Raça Brasil’ .....                              | 114 |
| 4.2 Discussão dos dados .....   | 116 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS .....  | 124 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....  | 130 |
| ANEXOS .....  | 135 |

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No âmbito internacional, é possível observar a existência de uma tradição consolidada de análise de recursos semióticos textuais de base sistêmica, em pesquisa da linguagem como semiótica social. Nas últimas décadas, como consequência da crescente exploração do modo semiótico visual na produção dos mais diversos tipos de texto, multiplicam-se os estudos com uma abordagem Semiótica Social da comunicação visual (HODGE e KRESS, 1988; KRESS e VAN LEEUWEN, 1996; KRESS, LEITE-GARCÍA e VAN LEEUWEN, 1997; KRESS e VAN LEEUWEN, 1998; VAN LEEUWEN, 2000; JEWITT e OYAMA, 2001; CALDAS-COULTHARD e VAN LEEUWEN, 2004; dentre outros). No contexto brasileiro, pesquisas aplicando a Semiótica Social à análise da comunicação visual, a partir da perspectiva dos Estudos Lingüísticos, foram desenvolvidas por Pimenta (2001), Biavati e Magalhães (2003), Heberle (2004), Felipe (2006), Santana (2006), dentre outros. O presente trabalho, desenvolvido no âmbito do Projeto CORDIAL (Corpus Discursivo para Análises Lingüísticas e Literárias) da Faculdade de Letras da UFMG, visa a contribuir para o desenvolvimento e para a consolidação dessa tradição de pesquisa no contexto brasileiro. Para tanto, adotam-se como corpus capas de edições da revista *Raça Brasil* publicadas em novembro – mês de celebração da consciência negra –, com os objetivos principais de analisar os significados construídos pelo componente visual e pela configuração verbal de chamadas das capas sob análise e de verificar como esses significados constroem/representam a noção de consciência negra. O referencial teórico-metodológico utilizado para a análise do visual é a gramática do *design* visual (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996), a qual tem como base a Lingüística Sistêmico-Funcional de Michael A. K. Halliday. Já para a análise da configuração verbal de chamadas

integrantes da capa adota-se o referencial da gramática sistêmico-funcional (HALLIDAY, 1985, 1994; HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004).

A escolha da referida revista foi motivada pelo interesse em se abordar, a partir da perspectiva da Lingüística Aplicada, a ambivalência de *Raça Brasil* no que diz respeito à sua orientação – ambivalência apontada ou sugerida por estudiosos como Sodré (1999), Araújo (2000) e Almada (2002). Segundo Almada (2002), a publicação, lançada em setembro de 1996 visando a um público de negros, contribuiu para o Movimento Negro, para o jornalismo e para a imprensa negra tanto em termos mercadológicos quanto em termos políticos. Uma contribuição política apontada é a colaboração de *Raça* para a construção e veiculação de uma imagem positiva dos negros, diferente dos estereótipos veiculados pela mídia em geral. Desse modo, de acordo com o referido texto, a revista constitui um movimento para a mudança dos estereótipos racistas por meio dos quais os negros são comumente representados.

Por outro lado, uma referência à *Raça Brasil* no livro *A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira*, de Joel Zito Araújo, ressalta o aspecto mercadológico da revista. Araújo (2000), ao falar sobre as idéias distorcidas predominantes a respeito da realidade dos negros no Brasil, menciona um comentário de Roberto Melo, vice-presidente editorial da Editora Símbolo, responsável pela publicação de *Raça*. Roberto Melo conta que, quando do lançamento da publicação, foi necessário, para estabelecer sua tiragem inicial, quantificar o público leitor negro. Cruzaram-se, então, dados de uma pesquisa realizada pelo Datafolha<sup>1</sup>, a qual investigou a existência e o auto-reconhecimento de preconceito por parte dos entrevistados, e constatou-se que há, no Brasil, uma classe média negra numerosa. Tal procedimento aponta para uma motivação não-política para a criação e manutenção da revista.

---

<sup>1</sup> Ver: FOLHA DE SÃO PAULO/DATAFOLHA. *Racismo Cordial: A mais completa análise sobre o preconceito de cor no Brasil*. São Paulo: Ática, 1995.

Nesse sentido, cabe mencionar também o trabalho de Sodré (1999), que, ao analisar questões identitárias no Brasil a partir da perspectiva da comunicação social, enfatiza o aspecto mercadológico da revista *Raça Brasil*. O autor critica a exploração por parte desta daquilo que os publicitários apontavam, na época, como um novo filão de mercado: a existência de um grande público consumidor negro. Desse modo, segundo Sodré (1999), o conteúdo de *Raça* pautou-se por questões de mercado, o que resultou em um forte apelo consumista. A esse respeito, ressalte-se que mesmo Almada (2002), ao discutir os motivos da redução da periodicidade da revista, menciona críticas de que esta estava estetizando e despolitizando a questão racial.

Em suma, a observação de textos que, confrontados, ressaltam a ambigüidade de propósitos da revista *Raça Brasil* instigou a realização deste estudo, que tem como perguntas de pesquisa: (1) Quais são os significados representacionais, interativos e composicionais construídos pelo componente visual da capa de edições de novembro da revista *Raça Brasil*? (2) Quais são os significados ideacionais construídos pela chamada mais saliente e por aquela relativa à imagem nas capas analisadas? (3) Tendo-se em vista que novembro é o mês em que se comemora o Dia da Consciência Negra, como se constrói/representa a noção de consciência negra em capas de edições deste mês? (4) A partir da análise textual, é possível verificar se o interesse da revista é, predominantemente, a promoção da conscientização e da auto-estima dos negros ou o estímulo ao consumo? (5) Qual é a relação entre os significados construídos verbal e visualmente nas capas sob análise?

No que toca aos objetivos, têm-se:

- *Objetivos Gerais*

1. Contribuir com as abordagens discursivas de base sistêmica, por meio da leitura do componente visual e da configuração verbal de chamadas de capas de edições da revista *Raça Brasil*;

2. Contribuir com as pesquisas realizadas no âmbito da FALE/UFMG pelos pesquisadores integrantes do CORDIALL, por meio da inclusão da leitura de imagens, que acarretará a ampliação do corpus e da metodologia de análise desse grupo.

• *Objetivos Específicos*

1. Investigar o componente visual das capas das edições de novembro de 1996, 1998, 2004 e 2006 da revista *Raça Brasil*, sob a perspectiva dos significados representacionais, interativos e composicionais;
2. Investigar a chamada mais saliente e a chamada relativa à imagem nas capas das edições em questão, sob a perspectiva da metafunção ideacional;
3. Analisar a relação entre os significados construídos nas capas que compõem o corpus e a noção de consciência negra;
4. Verificar se o interesse da revista é, predominantemente, a promoção da conscientização e da auto-estima dos negros ou o estímulo ao consumo;
5. Analisar a coesão entre os significados construídos por meio dos modos semióticos verbal e visual nas capas sob análise.

No que segue, são apresentados os capítulos desta dissertação. No capítulo 1, realiza-se uma breve revisão das práticas sociais da mídia brasileira com relação a representações raciais. No capítulo 2, apresentam-se os pressupostos teóricos básicos da Semiótica Social, estudos que aplicaram o método de análise da comunicação visual proposto por Kress e van Leeuwen (1996) e o arcabouço descritivo da gramática do *design* visual. No capítulo 3, expõem-se os procedimentos metodológicos adotados para a abordagem do corpus em questão. No capítulo 4, procede-se à análise do corpus e à discussão dos resultados. Por fim, são apresentadas as considerações finais.



## **CAPÍTULO 1**

### **A mídia e a questão racial**

#### *1.1 Introdução*

No Brasil, o mito da democracia racial por muito tempo mascarou uma realidade em que o racismo, mesmo que silenciosa e implicitamente, figura de forma sistemática, excluindo os negros de vários setores da sociedade (MUNANGA, 1996). Pelo fato de, na maioria das vezes, esse racismo não ser explícito, ele impede que se forme uma identidade coletiva por parte daqueles que o sofrem e que haja uma conseqüente conscientização e mobilização política. Ainda assim, os negros passaram por um longo processo de conscientização, o que fez com que o mito da democracia racial fosse questionado (MUNANGA, 1996).

Um dos aspectos dessa conscientização, segundo Munanga (1996), foi a criação da Imprensa Negra, às vésperas da revolução de 1930, em São Paulo, por um grupo de intelectuais negros que a conceberam como um veículo de denúncia de práticas discriminatórias. A partir dela, é criado, em 1931, aquele que é apontado por Azevedo<sup>2</sup> (*apud* MUNANGA, 1996: 84) como “o maior movimento racial de caráter explicitamente político”: a Frente Negra. Em 1936, a Frente Negra transformou-se em partido político, mas foi dissolvida, como todos os outros partidos, na época da ditadura Vargas.

Em 1945, com o fim da ditadura, surgem a Primeira Convenção Nacional do Negro Brasileiro e o Teatro Experimental do Negro, que retomam a luta anti-racista. Consoante Munanga (1996), vários foram os movimentos negros criados entre 1945 e 1970. Com o objetivo de modificar a imagem dos negros, esses movimentos acreditavam que a chave seria a educação: para serem aceitos socialmente, os negros deveriam se alinhar aos

---

<sup>2</sup> AZEVEDO, Thales de. *Democracia racial*. Petrópolis: Vozes, 1975.

moldes dos brancos. No entanto, de acordo com a referida obra, essa estratégia revelava certa ambigüidade por parte desses movimentos, uma vez que pressupunha a rejeição da cultura negra, de raízes africanas.

Influenciados pelos movimentos negros americanos e africanos, os movimentos negros brasileiros dos anos 1970, ao contrário dos anteriores, “investem no resgate e na construção de sua personalidade coletiva” (MUNANGA, 1996: 85). Investe-se, assim, na valorização da herança cultural africana, incentivada pelos movimentos culturais negros dos anos 1960 e 1970 nos Estados Unidos. Uma importante característica desses movimentos culturais incorporada pelo movimento negro brasileiro é a exaltação do “black is beautiful”, ideologia que ressaltava a beleza do padrão estético negro<sup>3</sup>. Segundo Munanga (1996: 85), a “busca de sua identidade étnico-racial configura uma estratégia cultural”, o que gerou o reconhecimento oficial de Zumbi dos Palmares como herói negro. No entanto, Munanga (1996) e Pereira (1996) concordam ao afirmar que, na prática, verifica-se um descompasso entre os negros e sua cultura: enquanto esta ganha prestígio, passando, aos poucos, a ser reconhecida como um dos pilares da identidade nacional, observa-se o desfalque dos negros em relação aos brancos nas estatísticas que comprovam que a maioria daqueles ocupa posições inferiores na hierarquia social, quando não são excluídos de determinados setores.

Para Pereira (1996), a contradição entre a visibilidade dos negros e a que se tem conferido à sua cultura é um dos aspectos que caracterizam a ambigüidade do modelo racial brasileiro, ambigüidade que se baseia também na oposição entre racismo verdadeiro e racismo falso; entre o discurso e a prática social; e entre raça e classe social. Se se considera como racismo verdadeiro aquele que emprega torturas físicas e prega o extermínio de grupos étnicos ou as práticas discriminatórias institucionalizadas, não se consideram como tal o preconceito e discriminação presentes no Brasil. Quanto à oposição entre discurso e prática social, Pereira

---

<sup>3</sup> BLACK IS BEAUTIFUL. In: WIKIPEDIA: The Free encyclopedia. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Black\\_is\\_beautiful#\\_note-0](http://en.wikipedia.org/wiki/Black_is_beautiful#_note-0)>. Acesso em: 11 abr. 2007.

(1996) afirma que, embora haja um pacto de cordialidade, o qual proíbe manifestações de preconceito e prega a igualdade, na prática, o que se observa é o desnível social entre brancos e negros. Um último aspecto é a crença de que as desigualdades no Brasil são de ordem econômica, e não racial, sendo a raça um componente irrelevante na avaliação da situação social.

As diversas estratégias adotadas pelos movimentos negros para o combate à exclusão da população negra não surtiram efeitos em níveis institucional e governamental justamente pelo fato de, no Brasil, não haver racismo institucionalizado, sendo o preconceito e a discriminação considerados fenômenos sócio-econômicos (MUNANGA, 1996). Munanga (1996) afirma que só recentemente partidos políticos e a imprensa livre reconheceram a existência do racismo, embora a sociedade como um todo ainda não o confesse. O fato é que ele existe, mesmo que de forma subliminar, e tem efeitos perversos, sendo um de seus principais fomentadores a mídia.

### *1.2 Mídia e representação da questão racial: pesquisas sociais*

Segundo Conceição (1996: 259), dentre os grilhões que ainda subjagam os negros, estão os “veículos de comunicação da indústria cultural capitalista”.

Vários estudiosos que se voltaram para a relação entre mídia e questões raciais no Brasil concordam em reconhecer a influência daquela na atual situação em que se encontram os negros. Medeiros (2002) destaca o papel crucial da mídia no que diz respeito ao preconceito e à discriminação racial, devido à influência da primeira sobre as políticas governamentais e ações das sociedades. Já Ajzenberg (2002) e Leitão (2002) afirmam que a mídia é racista, visto que reproduz o que é a sociedade. Leitão (2002), especificamente, enfatiza que a relação entre imprensa e sociedade é dialética, já que a primeira forma, ao

mesmo tempo em que reproduz o pensamento da sociedade – afirmação passível de ser estendida para a mídia de forma geral.

Para Moura (2002), a mídia tem grande responsabilidade na produção e manutenção da postura de rejeição dos valores dos negros pela sociedade brasileira. Nesse sentido, várias pessoas que se debruçaram sobre a questão racial brasileira apontam a invisibilidade dos negros, de suas necessidades e de sua cultura como um aspecto do racismo, para o qual contribuem os meios de comunicação (AJZENBERG, 2002; SILVA, 2002; OLIVEIRA, 2002; LEITÃO, 2002; CARONE e NOGUEIRA, 2003). Segundo Silva (2002), essa invisibilidade constitui uma das facetas perniciosas do racismo e, ao mesmo tempo, um dos instrumentos para a sua manutenção.

D'Adesky (2001) mostra como a mídia restringe o acesso dos negros em todos os seus setores, desde a televisão, passando pela imprensa escrita, até a publicidade. Em todas essas áreas, há problemas no que diz respeito à visibilidade daquele grupo: os negros, muitas das vezes, não são representados e, quando o são, isso é feito de forma estereotipada ou negativa. Segundo essa obra, nas novelas, séries televisivas e no cinema, as poucas personagens negras, na quase totalidade das vezes, existem em função dos brancos, o que, além de evidenciar a exclusão dos negros desse setor, reforça a primazia do grupo dominante. Além disso, a escolha quase que preponderante de atrizes negras cujos traços faciais e cabelos se aproximam do padrão ocidental hegemônico aponta para a negação da diversidade etnocultural brasileira. Nos telejornais, as populações negras e pobres, quando são representadas, geralmente são associadas à marginalidade. No caso da imprensa escrita, percebe-se uma orientação a partir da etnia dominante, visto que esse é o público consumidor a que ela se dirige. Assim, conforme D'Adesky (2001), observa-se uma postura de desprezo da mídia impressa em relação à diversidade cultural e ao pluralismo étnico brasileiro, numa tentativa de homogeneização.

Indo ao encontro do que aponta D'Adesky (2001), Pacheco (2001), a partir de um levantamento das formas como a imagem do negro é trabalhada nos meios de comunicação brasileiros ao longo do século XX, mostra que estes, de forma geral, atuaram, nesse período, no sentido de manter os estereótipos criados em torno daquela imagem. Na literatura, um dos estereótipos que se evidenciam é o da mulher negra como objeto de desejo sexual. No teatro, quando se observa a presença cênica do negro, a imagem deste é deformada, expressando-se, na maioria das vezes, por meio dos estereótipos do escravo fiel, do negro mau e/ou criminoso e da figura caricatural. Na imprensa, observam-se duas formas de representação do negro, de acordo com o tipo de jornal em questão. Nos “jornais dos negros”, como os denomina Pacheco (2001), com uma orientação mais política, é veiculada a opinião da classe média negra, e é abordado o universo da comunidade. Não havia nesses jornais um movimento no sentido de valorizar a imagem do negro ou de estimular sua auto-estima, como o uso de pessoas da raça negra nos anúncios publicitários. Notícias nacionais e internacionais eram veiculadas apenas pela imprensa branca, que, de forma geral, representava a convivência entre brancos e negros no Brasil como harmoniosa. Por outro lado, o trabalho afirma que havia jornais, como o Correio Paulistano, que postulavam, em seus discursos, a existência de diferenças e hierarquias entre as raças. O rádio, por sua vez, constituiu uma das áreas em que os negros conseguiram maior sucesso, o que, no entanto, parece estar relacionado à visão estereotipada de que estes possuem uma aptidão privilegiada para a música. Na televisão, Pacheco (2001) destaca a presença comum de negros atuando em papéis de serviçais, e, nos comerciais televisivos, observam-se também muitos casos em que se reproduzem os estereótipos do negro como empregado e da mulher negra como sensual e fogosa. De forma geral, na TV, a imagem que prevalece é a dos negros como jogadores de futebol, atletas, figuras de entretenimento, criminosos ou habitantes da favela.

O texto 'Faíscas elétricas na imprensa brasileira: a questão racial em foco' (CARONE e NOGUEIRA, 2003) analisa a forma de tratamento da questão racial em recortes de notícias, artigos e comentários veiculados, na década de 1990, pela imprensa brasileira. Segundo Carone e Nogueira (2003), a imprensa coloca a questão racial como um problema dos negros, o que demonstra a orientação elitista daquela, a partir do grupo dominante. O trabalho também chama a atenção para a contribuição da imprensa para o reforço do mito da democracia racial brasileira, na medida em que são enfatizados conflitos internacionais. Por fim, Carone e Nogueira (2003) ressalta<sup>4</sup> que a análise do conteúdo da imprensa é de extrema relevância, uma vez que este pode afirmar, reafirmar e confirmar representações sociais.

Quanto à literatura, D'Adesky (2001) afirma ser esta, de forma geral, inexpressiva no que diz respeito à abordagem de questões dos e para os negros, com exceção da poesia, que se mostra fecunda e de interesse entre os negros letrados. Mas é a canção popular que a obra mencionada aponta como sendo o canal privilegiado de expressão poética da cultura negra, embora esse canal seja comumente usado como meio de veiculação de zombarias, estereótipos e representações caricaturais dos negros (D'ADESKY, 2001). Na publicidade, o poder de consumo da população negra é geralmente desprezado pelos anunciantes, o que leva, muitas vezes, à sua exclusão ou minimização nesse setor, em todos os meios de comunicação. Outro fator que determina tal situação é resgatado por D'Adesky (2001) a partir de afirmação do ex-presidente da Associação Brasileira das Agências de Publicidade Armando Strozenberg<sup>5</sup>. Segundo este, há relutância por parte dos anunciantes quanto à associação de um produto à imagem de um negro. Com base nessa constatação, foi criada, em 15 de maio de 1995, a Lei nº 2.325, de autoria dos vereadores Jurema Batista e Antônio Pitanga, que obriga a inclusão de 40% de negros em comerciais e anúncios de agências de publicidade e produtores independentes contratados pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Nessa mesma linha,

---

<sup>4</sup> Neste trabalho, optou-se pelo uso da concordância ideológica como forma de conferir ênfase ao texto e não a seus autores.

<sup>5</sup> VEJA. mar., 1994, p. 95.

cabe destacar o projeto de lei nº 4370/98, do deputado Paulo Paim, que estabelece uma cota de 25% de negros em atrações de televisão, filmes e peças teatrais e de 40% em peças publicitárias. Aos poucos, tem-se observado, então, uma mudança discreta no mercado no que diz respeito à representação do negro, com sua inclusão em telenovelas e em anúncios publicitários de algumas empresas. No entanto, há de se levar em conta, como aponta Pacheco (2001), que investimentos na diversidade étnica parecem se orientar por interesses mercadológicos. Consoante D'Adesky (2001), de modo geral, quando os negros aparecem em anúncios televisivos, eles são representados de forma hilária, em segundo plano ou de modo sexualizado e atlético.

Desse modo, a postura da mídia em relação aos negros atualiza a distância entre o grupo dominante e o dominado e nega a identidade cultural deste último. Para explicar as representações distorcidas dos negros na mídia, D'Adesky (2001) evoca a análise de Denise Ferreira da Silva<sup>6</sup>. De acordo com essa análise, no que diz respeito à televisão, a minimização dos negros remete ao ideal do branqueamento visado no país, e o relacionamento harmonioso entre brancos e negros reforça a questão da democracia racial, ao passo que a representação destes em situações desiguais reafirma o seu lugar diferenciado na hierarquia social. Além disso, D'Adesky (2001) associa as representações desiguais de brancos e negros na mídia ao fator mercadológico: a posição central conferida aos primeiros deve-se, em grande parte, à idéia de que os negros constituem um grupo desfavorecido economicamente, sem poder de consumo para usufruir os produtos midiáticos ou anunciados pela mídia.

A falta de visibilidade dos negros no que diz respeito à mídia televisiva é uma questão que merece destaque, dado o papel central exercido pela TV em uma sociedade que tanto valoriza as aparências, as imagens. Como afirma Araújo (1996), no Brasil, os negros não têm acesso às TVs comerciais e públicas no que concerne à veiculação de programas que

---

<sup>6</sup> SILVA, Denise Ferreira da. O negro na televisão: as identidades possíveis. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 11., 1987, Águas de São Pedro. p. 24-25. Mimeografado.

contemplem suas necessidades, sua história e valores, bem como à sua incorporação em cargos executivos ou de direção. Tal problema pode ser associado à questão de quem detém o poder da informação nos dias de hoje: como aponta Conceição (1996), retomando o crítico americano Christopher Lasch<sup>7</sup>, se a elite, que, entre outras prerrogativas, controla o fluxo de dinheiro e informação, não tem compromisso com os menos favorecidos e excluídos, é mínima a chance de os grupos marginalizados serem contemplados quanto aos seus interesses e reivindicações. O mesmo aponta D'Adesky (2001), ao analisar diversos setores da mídia: o poder da informação é monopólio daqueles que pertencem à cultura dominante, de modo que esta tem primazia na mídia, numa tentativa de homogeneização cultural. Para o autor, “a mídia aparece como uma dinâmica das relações interétnicas, suscetível de orientar atitudes e de provocar mudanças de mentalidade no interior das sociedades” (D'ADESKY, 2001: 88), contribuindo para a formação das identidades.

Como ressalta D'Adesky (2001), os negros sempre tiveram sua presença garantida em novelas, telejornais e determinados programas, mas sempre representados de um ponto de vista eurocêntrico e conforme interesses dos que detêm o poder nas emissoras. Como consequência, tem-se uma representação por meio de estereótipos e clichês negativos e, não raro, os negros são apresentados “como elementos de diversão para uma audiência com um pretenso imaginário eurocêntrico” (ARAÚJO, 1996: 247), audiência que, aliás, é um fator de regulação do conteúdo midiático. Segundo Araújo (1996), outro alvo de crítica à mídia televisiva é o fato de esta não promover a visibilidade da ação positiva dos negros, ao deixar de incluir representantes de seu grupo em debates acerca de problemas comunitários e nacionais. Além disso, a cultura dos negros é comumente representada como folclórica, aspecto apontado por Selim Abou<sup>8</sup> (apud D'ADESKY, 2001) como uma estratégia dos grupos culturalmente dominantes para enfraquecer o sentimento de identidade e o poder de

---

<sup>7</sup> LASCH, Christopher. A revolta das elites. Tradução de Marilene Felinto. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 1995. Caderno Mais!

<sup>8</sup> ABOU, Selim. *L'identité culturelle*. Paris: Editions Anthropos, 1985.



contestação dos grupos dominados.

Conceição (1996), indo ao encontro do que diz de Araújo (1996), afirma que a mídia acostumou-se a representar o negro por meio de três 'l' (eles): como lúgubre – aspecto identificável, por exemplo, nas crônicas policiais, em certas ocasiões em que aqueles são posicionados como serviçais; como lúdico – quando de datas comemorativas, como no carnaval; e como luxurioso – a exemplo das diversas situações em que se define o negro em termos de sua sexualidade 'privilegiada'. Visto que tais representações são controladas por um determinado grupo, pela elite, elas não deixam de ser orientadas ideologicamente. Conceição (1996) acrescenta, ainda, que a exclusão ou representação estereotipada dos negros na mídia constituem formas de violência contra estes e aponta o fato de tal violência reforçar a falta de referenciais valorativos para esse grupo, o que leva à perda da auto-estima e à própria negação da negritude. A esse respeito, cabe retomar D'Adesky (2001), que evoca o filósofo Charles Taylor<sup>9</sup> para falar acerca da “importância da igual dignidade das identidades culturais” no interior do espaço público. D'Adesky (2001: 23) menciona a concepção do filósofo de que

[...] a identidade cultural deve fecundar todo o espaço público para permitir que as pessoas de uma etnia minoritária não se sintam depreciadas em um projeto que lhes seja estranho, uma vez que elas não se sentem verdadeiramente reconhecidas pela maioria com a qual compartilham a mesma entidade nacional.

Segundo D'Adesky (2001), Taylor dá outra dimensão à questão do reconhecimento, uma vez que o associa à identidade. Isso porque, para ele, esta é formada em diálogo aberto. Assim, quando se entra em contato com os outros, a identidade pode ser tanto formada quanto deformada, o que restaura a importância, nas sociedades democráticas, do

---

<sup>9</sup> TAYLOR, Charles. Quel principe d'identité collective? In: LENOBLE, J; DEWANDRE, N. (Orgs.). *L'Europeau soir du siècle*. Paris: Esprit, 1992.  
TAYLOR, Charles. *Multiculturalisme. Différence et démocratie*. Paris: Editions Aubier, 1994. Original inglês.

reconhecimento igualitário. De acordo com D'Adesky (2001: 24), Taylor condena “os princípios de alienação que impõem aos indivíduos ou grupos minoritários a interiorização de imagens depreciativas de si mesmos”, já que não reconhecer ou reconhecer de forma inadequada uma identidade pode danificar e oprimir.

D'Adesky (2001) afirma que a negação da identidade que subjaz ao racismo, negação que se baseia na depreciação da identidade cultural negra, lança luz sobre a origem da luta pelo reconhecimento de igualdade de cidadania e de valor das culturas no Brasil. Além disso, ainda segundo essa obra, tal negação fundamenta os argumentos anti-racistas do Movimento Negro, que defende “a valorização das tradições, os enraizamentos, a reinterpretação da história, e que incita à luta contra todos os fatores de alienação cultural” (D'ADESKY, 2001: 32), aspectos que deveriam constituir também a agenda de luta das revistas voltadas ao público negro.

### 1.3 A revista *'Raça Brasil'*

Nesse contexto de invisibilidade ou de depreciação preponderantes na mídia em relação aos negros, tem especial relevância o surgimento de publicações direcionadas a esse público, como é o caso da revista *Raça Brasil*, lançada em setembro de 1996. O lançamento da revista constituiu uma resposta ao desinteresse da mídia impressa pela população negra. Oliveira (2002) aponta seu surgimento como um marco importante para que se iniciasse uma mudança, mesmo que de forma lenta, na forma de se ver os negros. De acordo com esse texto, a publicação foi importante na medida em que contribuiu para a desconstrução dos estereótipos por meio dos quais os negros são comumente representados. Oliveira (2002) lembra também que, ao perceberem que uma revista destinada ao público negro podia vender

200 mil exemplares, os publicitários tiveram que rever a idéia de que o consumidor brasileiro não compraria um produto anunciado por um negro.

Almada (2002), colaboradora da revista *Raça Brasil*, comenta sobre a importância da contribuição trazida pela revista para o Movimento Negro, para o jornalismo e para a imprensa negra. Seu texto, já mencionado anteriormente, ressalta, indo ao encontro do que aponta Oliveira (2002), que tal contribuição não foi apenas mercadológica, uma vez que *Raça* rompe com a forma como os negros vinham sendo representados nos meios de comunicação. Assim, a publicação colabora para a construção e veiculação de uma imagem positiva daqueles, o que estaria relacionado ao projeto de identidade que a revista elabora para os negros brasileiros (ALMADA, 2002).

Pacheco (2001) também ressalta as contribuições trazidas pela revista *Raça Brasil*. De acordo com o referido trabalho, a revista não apenas aborda problemas vivenciados pelos negros, mas também apresenta soluções. Além disso, afirma-se que a publicação discute a identidade do negro, resgata sua herança cultural e estimula sua auto-estima por meio da valorização de sua imagem, seja visualmente ou por meio da veiculação de histórias de negros, famosos ou não, que ascenderam socialmente. Segundo Pacheco (2001), um aspecto importante em *Raça* é o incentivo para que o negro se sinta bonito, o que se dá por meio de dicas de beleza e moda, assim como pelas palavras de estímulo do editor-chefe no editorial da revista. Em suma, como menciona Pacheco (2001), remetendo-se às palavras de Aroldo Macedo, editor-chefe da revista quando de seu lançamento, o objetivo de *Raça* é fazer com que o negro sinta orgulho de sua negritude. Entretanto, a questão mercadológica também é apontada no referido trabalho, ao se afirmar que a revista *Raça* é a publicação da Editora Símbolo que mais fatura com publicidade.

Essa dupla contribuição mencionada por Almada (2002) e por Oliveira (2002) e sugerida por Pacheco (2001) aponta para certo conflito de interesses e instiga a pergunta: em

que medida a preocupação com a veiculação de uma imagem positiva dos negros, com sua conscientização e com o incentivo à sua auto-estima convive com a questão mercadológica? A esse respeito, vale lembrar o comentário de Joel Zito Araújo no livro *A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira* (ARAÚJO, 2000), já mencionado anteriormente, a respeito das estratégias da Editora Símbolo para a quantificação do público leitor negro quando do lançamento de *Raça*. Essa preocupação mercadológica foi também aludida por D'Adesky (2001), ao comentar que a revista ratifica a “potencialidade de um mercado segmentado do ponto de vista étnico” (D'ADESKY, 2001: 97) e ao afirmar que a revista se volta preferencialmente para negros das classes A e B. Nesse sentido, vale lembrar também a crítica que faz Sodré (1999) ao fato de a publicação ter se aproveitado da constatação de que havia um grande público consumidor negro, o que resultou em um grande apelo consumista. Um sintoma disso são as afirmações de que *Raça* estava estetizando e despolitizando a questão racial, o que é apontado por Almada (2002) ao discutir os motivos da redução da periodicidade da revista. Além disso, esse texto aponta também críticas de que a revista incentiva o individualismo, a ascensão individual e o voluntarismo, ignorando os inúmeros fatores que excluem e impedem os negros de ascender socialmente.

Almada (2002) argumenta que as possibilidades de se fazer política em uma revista comercial são limitadas e que, embora os jornalistas queiram defender suas posições ideológicas, isso nem sempre é possível. Em sua discussão, sugere-se que os profissionais do jornalismo ficam à mercê dos imperativos do mercado, que se apropria, neste caso, da questão racial. Almada (2002: 55) ressalta que “o que aparece como produto final, editorial, de uma publicação, mascara uma luta de forças, uma disputa política muito grande que acontece dentro da editora”. Sob outra perspectiva, afirma-se que, apesar das questões de mercado, *Raça* seguiu linhas editoriais relativamente politizadas. Contudo, o texto levanta uma série de questões a respeito da postura da revista: indaga-se se a questão negra foi demasiadamente

estetizada ou politizada, se a estética do negro foi valorizada ou se sua imagem foi embranquecida e se a ascensão social dos negros foi supervalorizada, quando, na realidade, sabe-se que, de forma geral, ela é extremamente difícil.

#### *1.4 Mídia e representação da questão racial: perspectiva da Lingüística Aplicada*

Dentre os estudos que abordam a questão racial em produtos midiáticos a partir da perspectiva da Lingüística Aplicada, mais especificamente no âmbito do grupo CORDIALL, cabe ressaltar Magalhães (2004, 2006) e Carmo e Magalhães (2005).

Magalhães (2004, 2006) analisa um corpus contemporâneo de reportagens da *Folha de São Paulo*, de modo a investigar mudanças discursivas no que diz respeito à questão racial. Partindo de teorias sociais sobre raça e tomando como base o referencial da Análise Crítica do Discurso e da Lingüística de Corpus, os trabalhos analisam relações lexicais em construção em torno de termos usados como forma de referência à raça, associando tais relações à interdiscursividade. A análise aponta para a existência de diferentes discursos sobre classificação racial em luta no jornal analisado. De um lado, há o discurso da democracia racial, outrora hegemônico, textualizado por meio dos itens lexicais do campo semântico ‘cor da pele’. Nesse sentido, um importante aspecto identificado é a vinculação de tais itens à chamada “esteticização das identidades raciais” (MAGALHÃES, 2004: 37), que enfatiza a beleza e a harmonia da mistura de raças no Brasil. De outro lado, verifica-se a emergência de discursos como os das ações afirmativas, que começam a lutar pelo poder, introduzindo e reciclando relações lexicais relativas à classificação racial.

Carmo e Magalhães (2005) parte de questões sobre possíveis padrões de ocorrência da palavra ‘sincretismo’, suas associações com outras palavras e sua prosódia semântica para, então, analisá-las em relação ao contexto de situação e de cultura. Para tanto,

utiliza-se um corpus composto por textos de dois jornais e duas revistas coletados entre 1998 e 2003, de modo a verificar sua relação com a questão racial brasileira. O referencial usado é o da Análise Crítica do Discurso, em sua interface com a Lingüística Sistêmico-Funcional e com a Lingüística de Corpus. Observa-se, em um nível mais específico, uma prototipicidade nas formas de ocorrência da palavra em questão e uma prosódia semântica preponderantemente positiva, associada às ideologias do branqueamento e da democracia racial. Em um nível mais amplo, nota-se que tensões discursivas mostram um mascaramento, relacionado ao desrespeito às diferenças e à intolerância, mas que pode ser interpretado também como uma tentativa de apaziguamento de conflitos por meio da supressão da diversidade étnica e cultural brasileira, o que indica a existência de um racismo subjacente.

Estudos como os de Magalhães (2004, 2006) e Carmo e Magalhães (2005) evidenciam a importância e a eficácia de uma abordagem de corpora compostos por textos midiáticos a partir da perspectiva da Lingüística, como forma de acesso às práticas discursivas da mídia no que diz respeito à questão racial.

É no contexto desses estudos, feitos a partir de diversas áreas, a respeito da relação entre a mídia e a representação da questão racial, bem como a partir da ambigüidade de propósitos atribuída à revista *Raça Brasil* que se insere a presente pesquisa. Levando em conta tais estudos e discussões, especialmente no que diz respeito à politização em face à mercantilização da publicação, este trabalho examina os significados construídos pelo componente visual e por chamadas da capa de edições de novembro da revista e investiga a relação entre esses significados e a noção de consciência negra. O estudo é feito a partir de dois instrumentais de análise elaborados a partir da concepção da linguagem, seja ela verbal ou visual, como semiótica social. O componente visual, como já mencionado, é abordado a partir da gramática do *design* visual (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996), a qual, dentre outras aplicações, já emprestou instrumentos à análise do racismo expresso visualmente,

empreendida no trabalho de van Leeuwen (2000), o qual será resenhado na seção 2.3 desta dissertação. Já o modo semiótico verbal das chamadas sob análise é abordado a partir do referencial da gramática sistêmico-funcional, mais especificamente no que concerne à teoria sobre a metafunção ideacional da linguagem (HALLIDAY, 1985, 1994; HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004). Há vasta literatura aplicando-a, incluindo trabalhos de pesquisadores do CORDIAL, como Mendes e Magalhães (2003) e Biavati e Magalhães (2003), para citar apenas alguns. Trabalhos feitos a partir da interface entre essas duas gramáticas também serão resenhados na referida seção.

No capítulo seguinte, apresentam-se os pressupostos da Semiótica Social, revisitam-se alguns estudos feitos a partir dessa abordagem e descreve-se o inventário das principais estruturas visuais e seus significados potenciais proposto na gramática do *design* visual.

## **CAPÍTULO 2**

### **Semiótica Social e multimodalidade**

#### *2.1 A Semiótica Social*

A semiótica é um campo de estudos que há muito tem sido explorado. Assim, antes de introduzir a Semiótica Social, retomam-se brevemente três escolas de semiótica que estenderam noções do campo da lingüística para outros modos comunicacionais para além da linguagem verbal, o que se faz a partir de Kress e van Leeuwen (1996).

Nos anos 1930 e início dos anos 1940, tem-se a Escola de Praga, que aplicou uma base lingüística ao trabalho dos Formalistas Russos. Nos anos 1960 e 1970, encontra-se a Escola de Paris, calcada nas idéias de teóricos como Saussure, Barthes e Metz, entre outros. A esta escola deve-se o desenvolvimento de conceitos até hoje ensinados dentro do que se chama ‘semiologia’, como os de ‘significante’ e ‘significado’, signos ‘arbitrários’ e ‘motivados’. Além dessas, tem-se a Semiótica Social, à qual os teóricos utilizados neste estudo – e conseqüentemente o próprio estudo – se afiliam. O início dessa escola de semiótica tem lugar na Austrália, a partir dos trabalhos de M. A. K. Halliday (1978, dentre outros), que concebem a linguagem como semiótica social, isto é, como um recurso com o qual se constroem significados orientados para desempenhar funções em contextos sociais.

Um estudo considerado seminal no campo da Semiótica Social é o realizado por Hodge e Kress (1988), que, ao levar em conta modos semióticos além da linguagem verbal, abre caminho a trabalhos como o de Kress e van Leeuwen (1996). Hodge e Kress (1988) propõe uma reconstrução da semiótica tradicional, a partir de críticas relacionadas ao fato de esta negligenciar as funções e usos sociais dos sistemas semióticos pelos produtores dos signos. Assim, uma das premissas da abordagem semiótica proposta é o reconhecimento de que, para se compreender os processos e estruturas da linguagem, é indispensável levar-se em



conta a dimensão social e considerá-la como ponto de partida para a análise dos sistemas de significado. Nesse sentido, o trabalho é, em grande medida, influenciado pela obra de Halliday, por seus ensinamentos a respeito das funções sociais da linguagem. A outra premissa que orienta a Semiótica Social é a de que não é possível fazer um estudo satisfatório e compreender completamente um código considerando-o em isolamento, o que conduz à abordagem de modos semióticos além da linguagem verbal. Desse modo, Hodge e Kress (1988: 261) define a semiótica como “o estudo geral da semiose, isto é, dos processos e efeitos da produção e reprodução, recepção e circulação de significado em todas as formas, usadas por todos os tipos de agentes de comunicação”<sup>10</sup>. A Semiótica Social, por sua vez, debruça-se sobre a semiose humana, realizada em qualquer sistema semiótico, “como um fenômeno inerentemente social em suas fontes, funções, contextos e efeitos”<sup>11</sup> (HODGE e KRESS, 1988: 261).

A partir dessa visão social da produção e da recepção dos significados e do reconhecimento da importância do modo semiótico visual na comunicação em sociedade – a qual vem, cada vez mais, produzindo textos multimodais, ou seja, textos que são produzidos a partir de mais de um modo representacional e comunicacional –, é desenvolvida a gramática do *design* visual (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996). Tal gramática, orientada para o estudo da comunicação visual nas culturas ocidentais, constitui uma resposta à necessidade de se desenvolver métodos de análise textual que contemplassem as imagens como modo semiótico, para que se pudesse descrever todos os significados veiculados textualmente. Desse modo, o método proposto faz jus à mudança ocorrida na ‘paisagem semiótica’ nas últimas décadas nos países ditos ‘desenvolvidos’, no sentido de priorizar o visual como modo de comunicação, o que abalou a hegemonia outrora conferida ao texto escrito, à linguagem verbal (KRESS, LEITE-GARCÍA e VAN LEEUWEN, 1997). Tem início, assim, a corrente

---

<sup>10</sup> Minha tradução de: “[...] the general study of semiosis, that is, the processes and effects of the production and reproduction, reception and circulation of meaning in all forms, used by all kinds of agent of communication.”

<sup>11</sup> Minha tradução de: “[...] as inherently social phenomenon in its sources, functions, contexts and effects.”

de estudos à qual Jewitt e Oyama (2001) se refere como “semiótica social da comunicação visual”, cujos trabalhos têm como obra norteadora a gramática do *design* visual.

## 2.2 A abordagem Semiótica Social da gramática do ‘design’ visual: pressupostos teóricos

O termo ‘gramática’, devido ao seu uso tradicional, suscita a idéia de um conjunto de regras (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996). No entanto, na gramática do *design* visual, tal termo adquire um significado distinto, indicando o propósito de se focar a forma como se dá a combinação de pessoas, lugares e coisas em um todo significativo. Nas palavras de Kress, Leite-García e van Leeuwen (1997: 259), a ênfase recai sobre a análise da “sintaxe visual”, e não no seu “léxico”, como o fazem outras abordagens da semiótica. O objetivo é compilar “as principais estruturas composicionais que têm se tornado convenções ao longo da história da semiótica visual e analisar como elas são usadas pelos produtores de imagem contemporâneos para produzir sentido”<sup>12</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 1). Desse modo, uma abordagem Semiótica Social da comunicação visual, segundo Jewitt e Oyama (2001: 134), abrange “a descrição dos recursos semióticos, o que pode ser dito e feito com imagens (e outros meios visuais de comunicação), além de como as coisas que as pessoas dizem e fazem com imagens podem ser interpretadas”<sup>13</sup>. De acordo com esse estudo, os semioticistas sociais podem ajudar também na expansão dos recursos semióticos, fornecendo novos recursos ou possibilitando novas formas de uso dos já existentes, gerando mais ferramentas para a produção e interpretação da comunicação visual.

---

<sup>12</sup>Minha tradução de: “[...] the major compositional structures which have become established as conventions in the course of the history of visual semiotics, and to analyse how they are used to produce meaning by contemporary image-makers.”

<sup>13</sup>Minha tradução de: “[...] involves the description of semiotic resources, what can be said and done with images (and other means of communication) and how the things people say and do with images can be interpreted.”

Outro diferencial da gramática do *design* visual em relação a outras gramáticas é a rejeição do estudo das formas gramaticais de maneira desvinculada do significado. Na gramática do *design* visual, tais formas são concebidas como “recursos para codificar interpretações da experiência e formas de (inter)ação social”<sup>14</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996:1). Essa concepção funcional baseia-se nas idéias de Halliday (1978, 1985, 1994), formuladas originalmente para a linguagem verbal.

O propósito da gramática do *design* visual é focalizar o processo de produção sógnica, compreendido como uma ação social com determinado uso e contexto, em que o interesse do produtor do signo determina a forma de representação. Este expressa o significado pretendido por meio do modo semiótico que disponibiliza a forma mais apropriada, o significante, e esse processo conduz a signos motivados. Assim, no processo de produção de um signo, os estratos significante e significado podem ser tratados como relativamente independentes um do outro (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996). Esse aspecto determina outra diferença entre a Semiótica Social e outras escolas da semiótica, como a de Paris, já que, ao contrário desta, aquela defende que a relação entre significante e significado não é arbitrária, mas socialmente motivada e, portanto, atravessada por questões ideológicas. A questão do social é central para aquela vertente da semiótica e é, por conseguinte, uma premissa da gramática do *design* visual. Estas consideram “todas as formas de produção de sentido como uma atividade social, situada no campo da política, em estruturas de poder, e, desse modo, sujeita a contestações oriundas de diferentes interesses dos produtores de textos”<sup>15</sup> (KRESS, LEITE-GARCÍA e VAN LEEUWEN, 1997: 259). Assim, conforme Kress e van Leeuwen (1996), parte-se de uma base social para a abordagem da comunicação, pois se considera que os significados, sejam eles construídos a partir de qualquer modo semiótico,

---

<sup>14</sup>Minha tradução de: “[...] resources for encoding interpretations of experience and forms of social (inter)action”.

<sup>15</sup>Minha tradução de: “[...] all forms of meaning making as a social activity, set in the field of politics; in structures of power; and subject therefore to the contestations arising out of the differing interests of the makers of texts.”

são sociais, ou seja, estão relacionados aos interesses de seus produtores e, portanto, a ideologias e a questões de poder. Conseqüentemente, “as mensagens produzidas pelos indivíduos refletirão as diferenças, incongruências e embates que caracterizam a vida social”<sup>16</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996:18).

A Semiótica Social também difere da semiótica estruturalista da escola de Paris quanto ao uso do termo ‘recurso’, que, nesta última, dava lugar à noção de ‘código’. Os sistemas semióticos eram considerados códigos, ou seja, “conjuntos de regras para conectar signos e significados”<sup>17</sup> (JEWITT e OYAMA, 2001: 134). Jewitt e Oyama (2001) argumenta que, atualmente, apenas algumas formas de comunicação visual, como o código de trânsito, funcionam à base de prescrições estritas; já outras, como desenhos infantis, por exemplo, baseiam-se na criatividade, em convenções e exemplos. Nesses desenhos, não operam tais códigos. De acordo com Jewitt e Oyama (2001), o mesmo ocorre com a interpretação das imagens: há quem siga regras de interpretação, e há quem crie suas próprias interpretações e conexões intertextuais. Desse modo, têm-se, em diferentes contextos, diferentes tipos de ‘regras’ para o uso dos recursos visuais na produção e na interpretação.

Os recursos semióticos, segundo Jewitt e Oyama (2001), possuem um significado potencial, um conjunto limitado de significados prováveis a serem ativados pelos produtores e observadores das imagens em determinado contexto social. Um aspecto central enfatizado pela abordagem Semiótica Social diz respeito à natureza dos recursos semióticos: eles são “produtos de histórias culturais e recursos cognitivos que usamos para criar significados na produção e interpretação de mensagens visuais e de outros tipos”<sup>18</sup> (JEWITT e OYAMA, 2001: 136). Na gramática do *design* visual, os significados potenciais desses recursos são mapeados em redes de sistemas (*system networks*) – forma de diagramação também derivada

---

<sup>16</sup> Minha tradução de: “[...] the messages produced by individuals will reflect the differences, incongruities and clashes which characterize social life”.

<sup>17</sup> Minha tradução de: “[...] sets of rules for connecting signs and meanings.”

<sup>18</sup> Minha tradução de: “[...] products of cultural histories and the cognitive resources we use to create meaning in the production and interpretation of visual and other messages.

do trabalho de Halliday. Tais redes, que fornecem as ferramentas para a descrição das práticas de produção de signos, serão devidamente apresentadas na seção 2.4 deste capítulo. Jewitt e Oyama (2001) enfatiza ainda a natureza simbólica das representações e relações promovidas pelos recursos semióticos: elas não são reais, e é justamente o fato de o significado criado por determinado recurso poder falsear a realidade que faz deste um recurso semiótico.

A descrição e explicação de como, em domínios particulares, os recursos semióticos são usados é, como já foi mencionado, uma das tarefas semióticas apontadas em Jewitt e Oyama (2001). Todavia, o referido trabalho esclarece que a abordagem Semiótica Social da comunicação visual, no que concerne ao método de análise proposto na gramática do *design* visual, deve ser vista como uma ferramenta na pesquisa crítica e que seus recursos devem ser usados na formulação de questões, aspecto apontado também por Kress e van Leeuwen (1996). Jewitt e Oyama (2001) acrescenta ainda que, na prática, a Semiótica Social visual deve ser aliada a outras teorias, como a teorias sociais, por exemplo, de forma a explicar os resultados das análises descritivas – exigência que igualmente é observada no presente trabalho. Feita essa advertência, Jewitt e Oyama (2001) defende a efetividade do método no desvelamento de significados.

Na seção seguinte, apresentam-se estudos que utilizaram o método de análise proposto por Kress e van Leeuwen (1996).

### *2.3 Aplicações da gramática do 'design' visual*

Em 1997, o já mencionado capítulo de Kress, Leite-García e van Leeuwen na coletânea *Discourse as Structure and Process*, editada por van Dijk, retoma os pressupostos do método proposto por Kress e van Leeuwen em 1996 para desenvolver modos de compreensão das características dos textos multimodais. O trabalho enfatiza sua afiliação à

Semiótica Social, sua concepção da semiose humana, de toda e qualquer forma de construção de significados, como uma atividade social, que produz signos socialmente motivados. O foco do estudo são os modos semióticos verbal e visual, e, no caso deste último, focaliza-se a sintaxe visual. Após uma breve revisão de trabalhos que abordaram o visual a partir de diversas áreas, Kress, Leite-García e van Leeuwen (1997) procede a uma explicação sucinta das categorias de análise da “semiótica social do estado de coisas no mundo representado”, da “semiótica social das relações sociais entre observador e imagem” e da “semiótica social do espaço visual”, as quais correspondem, respectivamente, às estruturas representacionais, aos significados interativos e à composição, que serão apresentados na seção 2.4. Tais categorias são, em seguida, aplicadas à análise de uma página dupla da revista *Veja*, de modo a exemplificar e comprovar a sua aplicabilidade.

O capítulo de Kress e van Leeuwen na coletânea *Approaches to Media Discourse*, de 1998, editada por Bell e Garret, é outro exemplo de trabalhos feitos a partir de Kress e van Leeuwen (1996). Tal capítulo parte de categorias propostas na gramática do *design* visual para apresentar um modelo de descrição a ser usado na análise do *layout*, o qual, segundo Kress e van Leeuwen (1998), vem se tornando o modo de estruturação de textos. O trabalho afirma que os modos semióticos podem se inter-relacionar de várias formas em um texto: os significados expressos por meio de imagens e aqueles expressos verbalmente, por exemplo, podem se equivaler, se complementar ou mesmo se contradizer. Seria preciso, então, “desenvolver modos de análise que possam descrever adequadamente a relação entre o verbal e o visual e possam analisar de forma adequada significados expressos visualmente”<sup>19</sup> (KRESS e VAN LEEUVEN, 1998: 187). Embora tais demandas venham sendo atendidas por trabalhos anteriores desenvolvidos pelos autores, o referido capítulo busca estendê-los e refiná-los, focalizando especificamente a análise do *layout*. Kress e van Leeuwen (1998),

---

<sup>19</sup> Minha tradução de: “[...] develop modes of text analysis which can adequately describe the interplay between the verbal and the visual, and adequately analyse visually expressed meanings”.

portanto, retoma os três sistemas de significação relacionados a este: o valor informacional, a saliência e a moldura. Para fins de exemplificação e na análise proposta no final do texto, utiliza-se a primeira página de diferentes jornais, de modo a demonstrar a relevância da abordagem “para os estudos críticos da mídia impressa e sua função na sociedade contemporânea”<sup>20</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1998: 186). Os resultados apontam, em termos gerais, que as primeiras páginas de diferentes jornais “orientam seus leitores para o mundo”<sup>21</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1998: 216) e relacionam e conferem valores diferentes a gêneros e eventos distintos, o que é feito de forma particular por cada jornal. Além disso, a análise indica ser a mudança um aspecto característico do *layout* da primeira página.

O estudo de van Leeuwen (2000) é realizado a partir da interface entre as abordagens de Kress e van Leeuwen (1996) e de van Leeuwen (1996). Afirmado serem estas “métodos complementares para a análise de como pessoas são representadas”<sup>22</sup>, o trabalho aplica algumas de suas categorias à análise de imagens, de modo a identificar estratégias de racismo visual. Van Leeuwen (2000) discute a concepção de Barthes<sup>23</sup>, segundo a qual as imagens, por um lado, simplesmente reproduzem a realidade, estando, portanto, assim como esta, sujeitas à interpretação, e, por outro lado, reproduzem muitos objetos que trazem associações com sua origem e com valores e idéias a ela relacionados. Para van Leeuwen (2000), essa concepção vincula o significado ao objeto e o desassocia do ato de significação, no qual tem papel crucial o produtor da imagem, bem como facilita, por exemplo, a negação do racismo comunicado visualmente, uma vez que o atrela “aos olhos do observador”. Van Leeuwen (2000) afirma, então, que é preciso mostrar que nem sempre as imagens mostram “o que é”, e, se elas fazem apenas alusões às coisas, é preciso explicitar o

---

<sup>20</sup> Minha tradução de: “[...] for critical studies of the press and its function in contemporary society”.

<sup>21</sup> Minha tradução de: “[...] orient their readers to the world.”

<sup>22</sup> Minha tradução de: “[...] complementary methods for analyzing how people are represented”.

<sup>23</sup> BARTHES, R. *Mythologies*. St. Albans: Paladin, 1973.

BARTHES, R. *Image, music, text*. London: Fontanan, 1977.

que é dito implicitamente. O autor parte de duas questões para analisar como as imagens representam pessoas: (1) como as pessoas são representadas? e (2) como as pessoas representadas relacionam-se ao observador?

Para responder à segunda questão, van Leeuwen (2000) se baseia no trabalho de Kress e van Leeuwen (1996), propondo a análise da distância social, da relação social e da interação social entre o observador e as pessoas representadas. A primeira questão é abordada à luz de categorias propostas para a análise dos modos de representação de atores sociais na linguagem verbal (VAN LEEUWEN, 1996), adaptadas para a análise de imagens. Assim sendo, van Leeuwen (2000) afirma que, no modo semiótico visual, pessoas podem ser incluídas ou excluídas da representação; se incluídas, podem ser representadas como envolvidas ou não em ações e, no primeiro caso, podem figurar como agentes ou pacientes. Há também a possibilidade de as pessoas serem referidas de forma específica ou genérica, caso em que pode haver categorização cultural ou biológica. Além disso, as pessoas podem ser representadas individualmente ou em grupos e, nesse caso, pode haver homogeneização ou diferenciação. Com base no que foi dito, o trabalho propõe um inventário de oito estratégias por meio das quais se realiza o racismo visual: exclusão, distanciação simbólica, desempoderamento simbólico, objetificação simbólica, representação como agentes de ações consideradas negativas, homogeneização, conotação cultural negativa e estereotipação racial.

O já mencionado capítulo de Jewitt e Oyama (2001) na coletânea *Handbook of Visual Analysis*, editada por van Leeuwen e Jewitt, expõe as possíveis contribuições da Semiótica Social da comunicação visual e sumariza o arcabouço descritivo proposto por Kress e van Leeuwen (1996). Para exemplificar como esse arcabouço pode ser usado como uma ferramenta na pesquisa crítica, o trabalho retoma estudos que o fizeram, como os de Jewitt<sup>24</sup> e Kress *et al.* (2001).<sup>25</sup> O primeiro analisa materiais de promoção da saúde sexual

---

<sup>24</sup> JEWITT, C. Images of the man. *Sociological Research Online*, [S.l.], v. 2, n. 2, 1997.



destinados a jovens ingleses, de modo a verificar a representação visual da heterossexualidade masculina. Dentre os resultados, destaca-se a constatação de que o material tem uma orientação fortemente heterossexual; simplifica a sexualidade masculina, representando o sexo para o homem como uma atividade física e como uma habilidade ou técnica a ser adquirida; e polariza os papéis de homens e mulheres, o que enfraquece a idéia de compartilhamento, inclusive no que se refere à responsabilidade pela saúde sexual. Kress *et al.* (2001)<sup>25</sup> analisa os significados composicionais e a modalidade em uma espécie de ‘relatório científico’ produzido por dois estudantes de onze anos, após terem feito uma observação ao microscópio. A instrução da professora era a de que, na parte inferior da página, os alunos representassem visualmente o que viram e, na parte superior, relatassem verbalmente o que fizeram. A análise dos textos aponta para o uso de recursos do gênero com interesses distintos por cada criança e para expressões de cientificidade emergindo de forma diferente. Para cada uma, a imagem e a linguagem verbal mediaram a experiência de forma distinta e realizaram aspectos distintos do significado.

Caldas-Coulthard e van Leeuwen (2004) utiliza o aparato da Semiótica Social para analisar os significados de gênero social construídos por brinquedos que representam seres humanos. O trabalho afirma serem brinquedos artefatos multimodais, podendo ser interpretados como textos e como objetos destinados ao uso. Como textos, eles situam-se em discursos diversos e codificam ideologias. O significado dos brinquedos emerge, então, do sentido que lhes é atribuído pelos seus produtores e da forma como são usados pelas crianças. Argumenta-se que, sendo um sistema semiótico, os brinquedos possuem o potencial de produzir significados ideacionais, interpessoais e textuais. Caldas-Coulthard e van Leeuwen (2004) analisa, então, o *design* de brinquedos para meninos e para meninas, as cores usadas

---

JEWITT, C. A social semiotic analysis of male heterosexuality in sexual health resources: the case of images. *International Journal of Social Research Methodology: Theory & Practice*, [S.l.], v. 1, n. 4, p. 263-280, 1999.

<sup>25</sup> KRESS, G. *et al.* *Multimodal teaching and learning: the rhetorics of the science classroom*. London: Continuum, 2001.

em catálogos, além dos significados ideacionais produzidos por meio de textos relacionados àqueles. Os resultados apontam a existência de significados sexistas nas representações de homens e mulheres em brinquedos destinados a meninos e a meninas.

No âmbito brasileiro, tem havido um crescente interesse na utilização da Semiótica Social visual como teoria e método de análise produtivos para a investigação de questões sociais. Da perspectiva da Lingüística, cabe destacar Pimenta (2001), Biavati e Magalhães (2003), Heberle (2004), Felipe (2006) e Santana (2006) como trabalhos com uma abordagem Semiótica Social da comunicação visual.

Pimenta (2001) utiliza o referencial da Semiótica Social e da Semiótica do Discurso (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996; KRESS, LEITE-GARCÍA e VAN LEEUWEN, 1997) para analisar a produção de signos pela escola, por professores e alunos, a partir do modo semiótico ‘arranjo espacial’ em uma sala de aula de língua estrangeira. O trabalho atribui diferentes graus de modalidade e, conseqüentemente, diferentes significados às escolhas feitas pelos alunos quanto ao posicionamento das carteiras. Identifica-se, assim, a existência de um estilo feminino e de um estilo masculino na sala de aula. O primeiro, relacionado a um menor grau de modalização, comunica significados de conformidade, obediência, envolvimento, apoio e consenso; já o segundo, relacionado a um alto grau de modalização, comunica significados apostos àqueles do estilo feminino.

No âmbito do grupo CORDIAL, Biavati e Magalhães (2003) analisa a representação da identidade do trabalhador e das relações de trabalho em peças publicitárias de empresas publicadas na revista *Veja* no biênio 1988-1989 e em 1999. Para tanto, o trabalho utiliza o referencial teórico da Análise Crítica do Discurso, as ferramentas da gramática sistêmico-funcional, bem como as categorias propostas por Kress e van Leeuwen (1996,

1999<sup>26</sup>) para a análise dos significados interativos nas imagens. A pesquisa aponta, entre outras coisas, para a transformação nas representações acima mencionadas ao longo do período em que se situa o corpus.

O artigo ‘Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias’ (HEBERLE, 2004) analisa revistas femininas, de modo a identificar possíveis contradições e examinar as representações e identidades construídas. Para tanto, parte-se de estudos sobre revistas femininas e utiliza-se o suporte teórico da Análise Crítica do Discurso, da Lingüística Sistêmico-Funcional, além de se fazer uso do método de análise visual de Kress e van Leeuwen (1996). O trabalho aborda a questão da interatividade com as leitoras, discute a presença de aspectos globais e locais na representação das mulheres e retoma vários estudos sobre esse tipo de publicação em diversos países. Finalmente, Heberle (2004) faz uma análise textual e multimodal de dois artigos sobre a modelo brasileira Gisele Bündchen veiculados em publicações de diferentes países. O estudo aponta para uma representação semiótica desta modelo como símbolo de feminilidade em ambas as publicações.

Felipe (2006) analisa a representação e a negociação discursivas da identidade social masculina em um grupo focal do qual participam jovens de uma comunidade de Belo Horizonte desfavorecida economicamente. No nível textual, o trabalho analisa (1) as escolhas lexicais dos participantes para a representação da identidade masculina, o que é feito a partir do referencial da Lingüística Sistêmico-Funcional; (2) os significados de gênero social construídos pelo olhar e pelos gestos dos participantes, o que é feito a partir da Semiótica Social visual; e (3) o arranjo dos participantes no discurso. Os resultados dessa análise, por sua vez, são interpretados à luz de estudos sobre identidade e gênero social, de modo mostrar como se constroem identidades de gênero, inscritas em sistemas ideológicos e relações de

---

<sup>26</sup> Kress e van Leeuwen (1999) é um capítulo da coletânea *The discourse reader*, editada por Jaworski e Coupland, em que se divulga o arcabouço descritivo da gramática do *design* visual no que diz respeito aos significados interativos.

poder – o que, conseqüentemente, insere o trabalho no campo da Análise Crítica do Discurso. Dentre outros resultados, a pesquisa aponta para novas configurações de masculinidade(s), embora o padrão hegemônico ainda seja fortemente buscado.

Santana (2006) investiga representações do gênero social feminino em peças publicitárias veiculadas pela revista *Veja* que tenham mulheres como participantes representados. Para a análise do visual, utiliza-se a teoria da multimodalidade; o modo semiótico verbal é abordado a partir do referencial da Lingüística Sistêmico-Funcional; e tais análises são interpretadas à luz de teorias que versam sobre a questão do gênero social. Dentre os resultados dessa pesquisa, destaca-se a constatação de que as propagandas analisadas associam a imagem da mulher a estereótipos relacionados ao seu poder de sedução, proporcionados pela beleza e pela feminilidade. Constata-se, assim, que as peças publicitárias têm a capacidade de reafirmar percepções do senso comum, ao mesmo tempo em que vendem o produto anunciado.

Essa breve revisão de trabalhos que aplicam o método de análise do visual de Kress e van Leeuwen (1996) confirma a eficácia desse método como ferramenta na pesquisa crítica, aspecto apontado não somente na introdução da gramática do *design* visual, como também em Jewitt e Oyama (2001). A seguir, procede-se, então, à apresentação do arcabouço descritivo proposto nesta gramática e utilizado na presente pesquisa.

#### *2.4 A abordagem Semiótica Social da gramática do ‘ design’ visual: arcabouço descritivo*

Conforme exposto anteriormente, a abordagem Semiótica Social da comunicação visual proposta por Kress e van Leeuwen (1996) é funcional, na medida em que assume que o visual serve para determinados propósitos, realiza trabalhos semióticos específicos, assim como todos os outros modos semióticos. Kress e van Leeuwen (1996), portanto, adapta as

metafunções de Halliday para a análise de imagens e composições visuais, baseando-se no modelo inicial de Semiótica Social de Hodge e Kress (1988). Entende-se que o visual representa “aspectos do mundo experiencial fora de seu sistema de signos particular”<sup>27</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 40) e estabelece uma relação social entre os produtores das imagens, os observadores e os itens representados. Concomitantemente à realização das funções já citadas, ao modo semiótico visual é atribuída a capacidade de compor textos coerentes e relevantes para a situação. Tais ‘tarefas’ são desempenhadas por todos os modos semióticos e dizem respeito, respectivamente, às três metafunções da linguagem: a ideacional, a interpessoal e a textual (HALLIDAY, 1985, 1994; HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004).

A metafunção ideacional, em relação à qual se analisam a chamada mais saliente e a chamada relativa à imagem das capas que compõem o corpus desta pesquisa, subdivide-se nos componentes experiencial e lógico, os quais passa-se a apresentar resumidamente<sup>28</sup>.

O componente experiencial diz respeito à representação da experiência por meio do sistema da transitividade, que organiza fluxos de eventos em termos de processos, aos quais se relacionam determinados tipos de participantes e que podem envolver circunstâncias. Halliday e Matthiessen (2004) define três tipos de processos principais: os processos materiais, os mentais e os relacionais.

Os processos materiais representam ações e eventos no mundo externo e envolvem sempre um Ator<sup>29</sup>, o participante que realiza a ação, e comumente uma Meta, o participante a quem a ação se dirige. Outros participantes nos processos materiais são, por exemplo, os Recebedores – aqueles para quem se dá algo – e os Clientes – aqueles para quem se faz algo. Os processos mentais representam a experiência interna. Nesse caso, os

---

<sup>27</sup> Minha tradução de: “[...] aspects of the experiential world outside its particular system of signs”.

<sup>28</sup> Para uma exploração detalhada da metafunção ideacional, ver Halliday (1985, 1994) e Halliday e Matthiessen (2004). Há vasta literatura aplicando tal teoria, incluindo trabalhos de pesquisadores do CORDIALL dentre vários outros.

<sup>29</sup> Seguindo o padrão adotado em Halliday (1985, dentre outros), no presente trabalho, utiliza-se a inicial maiúscula para a terminologia usada para definir os participantes em diferentes processos.

participantes são o Experienciador, aquele que “sente, pensa, deseja ou percebe”<sup>30</sup> (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004: 201), e o Fenômeno, “aquilo que é sentido, pensado, desejado ou percebido”<sup>31</sup> (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004: 203). Uma importante característica da maioria dos processos mentais é a sua capacidade de projetar orações. Os processos relacionais podem ser identificativos, caso em que determinado participante – o Valor – é identificado por meio de outro – a Característica; ou atributivos, caso em que classifica-se um participante x – o Portador – em relação a um Atributo. Tanto os processos relacionais identificativos quanto os atributivos podem ser intensivos, possessivos ou circunstanciais, sendo que, nos dois últimos casos, a relação de posse e a circunstância podem ser expressas por meio do processo ou por meio do participante.

No limite entre os processos materiais e mentais, identificam-se os processos comportamentais, que representam “as manifestações externas de trabalhos internos”<sup>32</sup> (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004: 171). Geralmente, esse tipo de processo envolve apenas um participante, o Comportante, mas pode haver também uma Extensão do processo ou um segundo participante que não estende o processo, denominado Fenômeno, assim como um dos participantes nos processos mentais. Entre os processos mentais e relacionais, identificam-se os processos verbais, que representam a realização de eventos internos na forma de linguagem. Tais processos geralmente envolvem um Dizente, o participante que os realiza; um Receptor, o participante a quem a ação verbal se dirige; e uma Verbiagem, a representação do tipo de comportamento verbal realizado. Outro participante presente em determinados processos verbais é o Alvo, aquele sobre o qual a ação verbal recai. Assim como a maior parte dos processos mentais, os processos verbais têm a habilidade de projetar. Por fim, entre os processos relacionais e materiais, encontram-se os processos existenciais,

---

<sup>30</sup> Minha tradução de: “[...] feels, thinks, wants or perceives [...]”

<sup>31</sup> Minha tradução de: “[...] that which is felt, thought, wanted or perceived [...]”

<sup>32</sup> Minha tradução de: “[...] the outer manifestations of inner workings [...]”

que indicam ‘existência’. O único participante envolvido nesse tipo de processo é chamado de Existente.

Por sua vez, o componente lógico da metafunção ideacional relaciona-se à expressão de relações entre grupos ou orações, formando unidades complexas (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004).

De acordo com a gramática sistêmico-funcional, um grupo pode ser considerado um “complexo de palavras” (*word complex*), ou seja, “uma combinação de palavras construída com base em uma relação lógica particular”<sup>33</sup> (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004: 310). As principais classes de grupo, segundo Halliday e Matthiessen (2004), são os grupos nominais, os grupos verbais e os grupos adverbiais, que correspondem, respectivamente, aos complexos de nominais (que podem ser compostos, por exemplo, por substantivos, artigos, pronomes, numerais e adjetivos, para usar a terminologia da Gramática Tradicional), de verbos e de advérbios.<sup>34</sup>

Já os complexos oracionais são conjuntos de orações conectadas por meio de determinado tipo de relação lógico-semântica (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004). Segundo Halliday e Matthiessen (2004), há dois sistemas básicos determinando a forma de interconexão de orações: (i) a taxis ou grau de interdependência e (ii) a relação lógico-semântica. Os graus de interdependência são a parataxe, relação em que os elementos têm o mesmo *status*; e a hipotaxe, relação em que um elemento é dominante, e o outro, dependente. Consoante a gramática sistêmico-funcional, chamam-se de orações primárias a oração iniciante na relação paratática e a oração dominante na relação hipotática. No que diz respeito à relação lógico-semântica, os tipos básicos desta são (i) a expansão e (ii) a projeção. No caso da primeira, a oração primária é expandida por meio de elaboração, extensão ou

---

<sup>33</sup> Minha tradução de: “[...]a combination of words built up on the basis of a particular logical relation.”

<sup>34</sup> Ver Halliday e Matthiessen (2004: 486-523) para a exposição das relações nos complexos grupais e sintagmáticos.

intensificação. Já em caso de projeção, a oração primária projeta a oração secundária como uma locução ou como uma idéia.<sup>35</sup>

Ao adaptar as metafunções ideacional, interpessoal e textual para a descrição do modo semiótico visual, Kress e van Leeuwen (1996) passa a falar de estruturas representacionais, de significados interativos e da composição, os quais são apresentados nas seções que seguem.

#### 2.4.1 As estruturas representacionais

Segundo Kress e van Leeuwen (1996), a sintaxe do visual cria significados. Isso quer dizer que, dentro do código semiótico das imagens, é possível representar o mesmo aspecto do mundo de forma diferente, de acordo com a escolha de determinada configuração, de certa estrutura visual. De acordo com Jewitt e Oyama (2001), essa escolha é sintomática dos discursos que regulam as representações construídas. Entendem-se ‘discursos’ na perspectiva de van Leeuwen (2005), que, com base no trabalho de Foucault, os define como “conhecimentos socialmente construídos de algum aspecto da realidade”<sup>36</sup> (VAN LEEUWEN, 2005:94). Desse modo, como aponta Kress e van Leeuwen (1996), tais representações não são acidentais, mas estão vinculadas aos interesses das instituições que produzem e veiculam as imagens, ou seja, envolvem questões ideológicas.

Para a análise das imagens, a gramática do *design* visual introduz o termo ‘participantes representados’. Isso porque este, além de incluir a questão do engajamento, ressalta o fato de existirem dois tipos de participantes em todo ato semiótico: os participantes interativos e os participantes representados. Os primeiros são aqueles que se comunicam por

---

<sup>35</sup> Para uma explanação detalhada dos complexos oracionais, ver Halliday e Matthiessen (2004: 363-485).

<sup>36</sup> Minha tradução de: “[...] socially constructed knowledges of some aspect of reality.”



meio dos textos – o produtor da imagem ou do texto verbal e o observador ou leitor –; enquanto os segundos são aqueles que são retratados na imagem ou no texto verbal, quer sejam coisas, lugares ou pessoas.

As estruturas representacionais, de acordo com Kress e van Leeuwen (1996), subdividem-se em estruturas narrativas e conceituais. As primeiras apresentam ações e eventos, enquanto as segundas representam participantes em termos de sua essência: de sua classe, estrutura ou significado. O que caracteriza uma proposição narrativa visual é a presença de um vetor, de um traço que indique direcionalidade. De acordo com o tipo de vetor e com o número de participantes envolvidos no evento, é possível distinguir seis tipos de processos narrativos: os processos de ação, os processos reacionais, os processos de fala e mentais, os processos de conversão e o simbolismo geométrico.

Nos processos de ação, o Ator é o participante de quem parte o vetor ou, em certos casos, ele próprio é o vetor. Ele geralmente é o participante mais proeminente nas figuras, seja pelo seu tamanho, posicionamento, contraste com o segundo plano, cor, foco e/ou ‘saliência psicológica’. Esta se refere ao fato de determinados participantes atraírem a atenção do observador, como é o caso da figura humana ou, mais precisamente, de seu rosto (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996).

Nas proposições narrativas visuais em que há apenas um participante envolvido, de modo que a ação não é dirigida a nenhum outro participante, a estrutura é chamada de não-transacional. Já no caso de haver dois participantes, aquele a quem se dirige o vetor será a Meta, e a estrutura é chamada de transacional. Segundo Kress e van Leeuwen (1996), as estruturas transacionais podem ser bidirecionais; nestas, cada um dos participantes desempenha ora o papel de Ator, ora o papel de Meta. Neste último caso, os participantes são chamados de Inter-atores (*Interactors*).

Quando a direção do olhar de participantes representados forma um vetor, tem-se um processo reacional, e, nesse caso, esse participante é chamado de Reator (*Reacter*) e deve ser humano ou humanizado. Assim como no caso das ações, as reações podem ser transacionais ou não-transacionais. As reações transacionais se dão quando é possível observar o alvo do olhar, o que configura a existência de um segundo participante, o Fenômeno, que pode ser tanto outro participante quanto uma outra proposição visual.

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

Quando se tem uma cadeia de processos transacionais, surge um outro tipo de participante, o Transmissor (*Relay*). Este desempenha o papel de Ator em relação a um participante e de Meta em relação a outro. O Transmissor não apenas retransmite, mas também modifica a mensagem que recebe. Nos casos em que se tem uma representação cíclica, todos os participantes são Transmissores. Tais processos são chamados, em Kress e van Leeuwen (1996), de processos de conversão.

Além dos tipos de processos mencionados, Kress e van Leeuwen (1996) conceitua ainda um último tipo de representação, o simbolismo geométrico, realizado, por exemplo, por meio de vetores em forma de hélices.

O trabalho citado menciona também o fato de as estruturas narrativas poderem incluir participantes secundários, os quais não se relacionam aos participantes principais por meio de vetores: são as Circunstâncias. Estas podem ser de três tipos: Locativas, as quais situam participantes em relação a um cenário; de Meios, indicando ferramentas usadas para a realização de processos de ação; ou de Acompanhamento, que ocorrem quando um

participante simplesmente acompanha outro, de forma que não se identifica um vetor que os relacione.

A FIG. 1 resume as distinções possíveis no que diz respeito às estruturas narrativas.

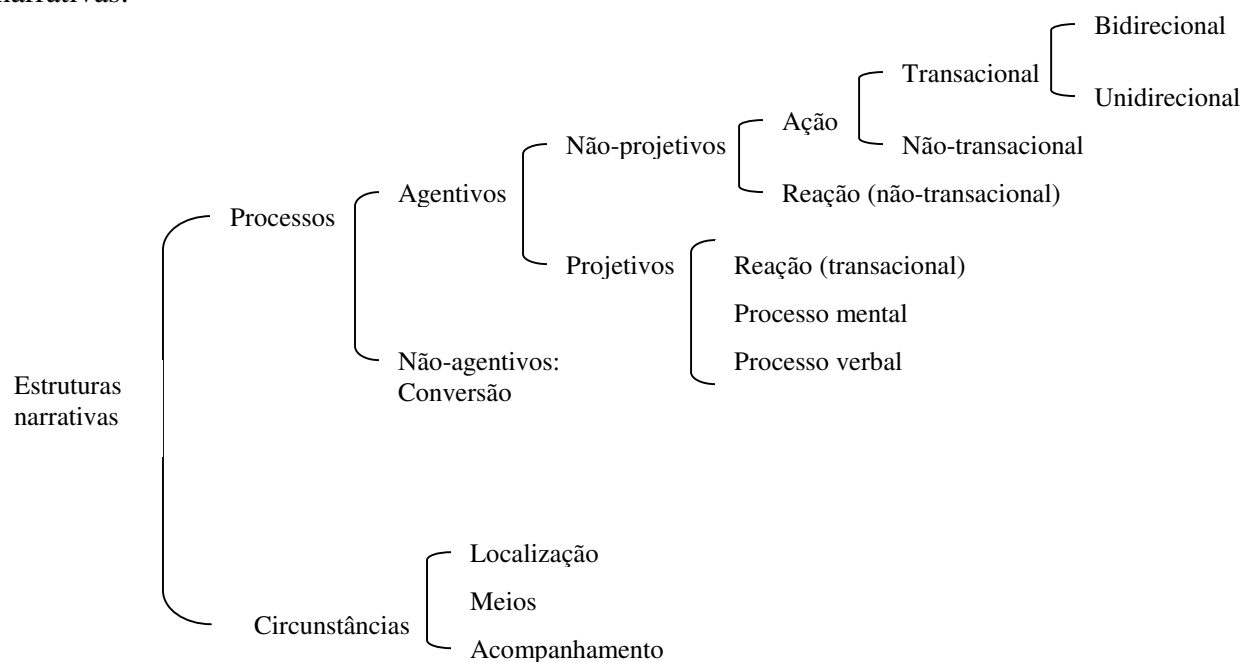


FIGURA 1 - Estruturas narrativas na comunicação visual  
Fonte: KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 73<sup>37</sup>

As estruturas conceituais, que representam os participantes em termos de sua ‘essência’, podem ser construídas por meio de três tipos de processos: os processos classificacionais, os processos analíticos e os processos simbólicos. Os primeiros relacionam os participantes em termos de uma taxonomia. Nesse caso, deve haver pelo menos um participante Superordenado (*Superordinate*) em relação a outros, que serão os Subordinados (*Subordinates*). Cabe enfatizar que, embora nos estudos verbais seja consagrada a tradução desses termos como ‘hiperônimo’ e ‘hipônimo’, neste trabalho, decidiu-se por não adotá-la, dada a existência, no caso em questão, de um terceiro elemento, o ‘Interordinate’, que não encontraria correspondente em tal tradução e que é explicado a seguir.

<sup>37</sup> A tradução das redes de sistemas é de minha responsabilidade.

As taxonomias podem ser fechadas ou abertas. Tem-se uma taxonomia fechada quando é possível identificar o Superordenado somente por meio do texto que acompanha a imagem ou por meio de inferência, a partir das similaridades dos Subordinados. Além disso, um traço distintivo das taxonomias fechadas é o fato de a equivalência entre os Subordinados se realizar na imagem por meio de uma composição simétrica; e, para conferir um caráter estável à classificação, os participantes são apresentados de forma objetiva e descontextualizada. Já no caso das taxonomias abertas, os Superordenados são explicitamente indicados. Elas ocorrem, por exemplo, em diagramas ‘de árvore’ e, geralmente, são multiniveladas, de modo que um participante intermediário, o Interordenado (*Interordinate*), é Subordinado em relação a determinados participantes e Superordenado em relação a outros, e os participantes no mesmo nível são apresentados como pertencentes à mesma classe. Kress e van Leeuwen (1996) menciona também os diagramas classificacionais, que representam a relação entre os participantes representados em termos de um sistema.

O estudo ressalta que tais classificações não precisam necessariamente corresponder à realidade: o fato de o produtor da imagem agrupar participantes de modo a classificá-los significa que ele os considera como tal e pretende que os observadores façam a mesma ‘leitura’. Além disso, o trabalho aponta a possibilidade de a representação visual obscurecer os limites entre o dinâmico e o estático, o que pode ser visto, por exemplo, no caso das estruturas classificacionais, que representam os participantes de forma estática, quando a linguagem verbal que as acompanha pode suscitar uma representação ativa.

No caso dos processos analíticos, a relação entre participantes é representada segundo uma estrutura de parte e todo, sendo um deles o Portador (o todo) e o(s) outro(s) o(s) Atributo(s) Possessivo(s) (as partes). Kress e van Leeuwen (1996) ressalta que, pelo fato de uma análise sempre implicar seleção, de acordo com os interesses do analista, há a possibilidade de o mesmo Portador ser analisado em termos de Atributos distintos.

Nesse tipo de processo, apresentam-se somente os traços essenciais dos Atributos Possessivos, que geralmente são nomeados. Desse modo, em tais representações, a profundidade, as cores e o segundo plano, por exemplo, são minimamente explorados ou mesmo nulos. Conforme aponta Kress e van Leeuwen (1996), as representações analíticas são definidas em termos negativos: caracterizam-se pela ausência dos traços característicos das outras formas de representação. Os processos analíticos são, assim, a opção de representação não-marcada: segundo a teoria, realizam um ‘isso é’ visual. Kress e van Leeuwen (1996) afirma que mesmo certas fotografias de pessoas podem ser analíticas, especialmente quando essas pessoas posam para a foto. Outras representações que podem ser consideradas desse tipo são mapas e diagramas, fotografias aéreas e científicas e trabalhos de arte abstrata.

Os processos analíticos se dividem em alguns tipos que, por sua vez, são detalhados em subtipos. Para os fins do trabalho ora proposto, não serão apresentadas as subcategorias desse tipo de processo. Desse modo, os processos analíticos serão classificados de acordo com os tipos principais nas imagens em que estes se aplicarem (cf. KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 89-108, para uma visualização completa das estruturas analíticas).

Kress e van Leeuwen (1996) categoriza ainda um terceiro tipo de processo conceitual: os processos simbólicos. Nestes, participantes são representados em termos do que significam ou são, e, neste ponto, a gramática do *design* visual baseia-se na iconografia (JEWITT e OYAMA, 2001: 144). Tais processos se subdividem em atributivos ou sugestivos. Nos primeiros, há dois participantes: o Portador, “o participante cujo significado ou identidade é estabelecido na relação”, e o Atributo Simbólico, “o participante que representa o próprio significado ou identidade”<sup>38</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 108). Como características dos Atributos Simbólicos, a gramática do *design* visual define a saliência, que pode ser realizada de formas diversas, como por meio de um tamanho exagerado ou de um

---

<sup>38</sup> Minha tradução de: “[...] the participant whose meaning or identity is established in the relation [...] the participant which represents the meaning or identity itself [...]”

posicionamento em primeiro plano; a presença de um gesto cuja função é tão-somente a de apontá-los para o observador; o seu aparente não-pertencimento ao conjunto da imagem e/ou sua associação a valores simbólicos. Participantes humanos envolvidos nesse tipo de processo, segundo a teoria, geralmente posam para o observador, de modo que sua postura não constitui uma estrutura narrativa.

Já no caso dos processos sugestivos, há apenas um participante, o Portador, sendo que o significado simbólico deste é estabelecido por meio da mistura de cores, da suavidade do foco ou da acentuação da luminosidade, o que faz com que apenas o contorno ou a silhueta dos participantes seja apresentada. O valor simbólico aferido ao Portador é determinado pelo modo como se dá o obscurecimento dos detalhes. Desse modo, enquanto nos processos atributivos a identidade ou o significado do Portador é a ele atribuído, no caso dos processos sugestivos, tal identidade ou significado é apresentado como um traço intrínseco ao Portador, como sua essência.

Na FIG. 2, resumem-se os principais tipos de estruturas conceituais.

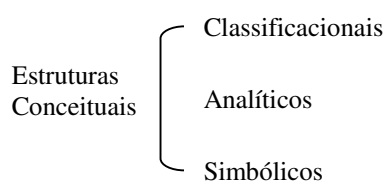


FIGURA 2 - Estruturas conceituais nas imagens

Fonte: Adaptada de KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 56

Concluindo a categorização dos significados representacionais, Kress e van Leeuwen (1996) ressalta que as imagens podem apresentar uma estrutura complexa, envolvendo mais de um processo e, portanto, mais de um nível estrutural.

Jewitt e Oyama (2001) aponta outros dois aspectos não abordados por Kress e van Leeuwen (1996) e que, segundo aquele trabalho, situam-se no âmbito dos significados representacionais, quais sejam, o cenário das imagens e a aparência visual dos participantes

representados naquelas. Entende-se, no entanto, que a questão do cenário é contemplada, ao menos no que diz respeito às estruturas narrativas, quando se definem as Circunstâncias Locativas.

#### 2.4.2 Os significados interativos

Para se compreender os significados interativos, faz-se necessário conhecer o modo como eles se realizam nas imagens. A gramática do *design* visual aponta três recursos usados para estabelecer tais significados: o sistema do olhar, o enquadramento e a perspectiva.

Consoante Kress e van Leeuwen (1996), se os participantes representados nas imagens olham diretamente para o observador, forma-se um vetor que liga o olhar daqueles a este. Assim, dá-se o contato: os participantes representados dirigem-se ao observador, convidando-o à interação, e, ao mesmo tempo, efetua-se uma demanda por parte do produtor, que busca agir sobre o observador da imagem. Como resultado desse tipo de configuração, uma relação imaginária é estabelecida entre os participantes representados e interativos, e a identificação do tipo de relação pretendida pode ser feita a partir da expressão facial e dos gestos dos primeiros. Alternativamente, é possível representar os participantes nas imagens como não olhando diretamente o observador, caso em que aqueles deixam de ser os atores do ato de olhar para se tornarem objeto do olhar daqueles que os observam. Aqui não há demanda, mas oferta: os participantes representados são apresentados como “itens de informação, objetos de contemplação”<sup>39</sup> para os observadores (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 124).

A distância entre os participantes interativos e os participantes representados pode codificar uma relação imaginária de maior ou menor distância social entre esses. Kress e van

---

<sup>39</sup> Minha tradução de: “[...] items of information, objects of contemplation [...]”

Leeuwen (1996) distingue, assim, vários tipos de enquadramento, dos quais, para fins da análise aqui proposta, são utilizados apenas três: plano fechado (*close shot*), plano médio (*medium shot*) e plano aberto (*long shot*). O primeiro inclui, aproximadamente, a cabeça e os ombros do participante representado; o segundo inclui sua imagem até o joelho; e o terceiro corresponde a uma representação ainda mais ampla que esta, incluindo, por exemplo, todo o corpo do participante. Tais enquadramentos realizam um contínuo e, conforme a escolha mais próxima de um ou de outro extremo deste, representam-se os participantes como mais íntimos, amigos de quem os observa, ou como mais distantes e estranhos.

Além dos dois recursos mencionados acima, a perspectiva, o ângulo ou ponto de vista a partir do qual os participantes representados são retratados, indica uma atitude mais ou menos subjetiva por parte do produtor da imagem em relação àqueles, segundo Kress e van Leeuwen (1996). Ressalte-se que subjetivo, aqui, não quer dizer individual, já que tais atitudes são determinadas socialmente. As imagens subjetivas são aquelas que são retratadas a partir de um ponto de vista escolhido pelo produtor e imposto tanto aos participantes representados quanto aos observadores. Já as imagens objetivas são produzidas a partir de ângulos de visão privilegiados, que neutralizam a perspectiva, as distorções resultantes de sua exploração e a atitude subjetiva que ela envolve, quais sejam, o ângulo frontal e o ângulo perpendicular superior. Esses ângulos, segundo a gramática do *design* visual, apresentam diferenças quanto à objetividade que codificam: enquanto o ângulo frontal relaciona-se à ação, o ângulo superior relaciona-se ao conhecimento. Kress e van Leeuwen (1996) acrescenta o corte transversal e a visão de raio X, usados geralmente em diagramas, como recursos que produzem representações objetivas. Tem-se, assim, que as imagens objetivas mostram o participante representado da forma como ele é, ao passo que as imagens subjetivas mostram-no como ele é visto a partir de determinado ponto de vista. Estas últimas, por sua



vez, também codificam diferentes significados conforme a utilização de um ângulo mais ou menos frontal ou mais ou menos superior.

As imagens podem ser representadas a partir de um ângulo frontal, em que o plano frontal do fotógrafo é o mesmo dos participantes representados, ou a partir de um ângulo oblíquo, em que os planos frontais não coincidem. A obliquidade é, entretanto, uma questão de gradação, e a escolha por um ângulo mais ou menos oblíquo determina uma relação de afastamento ou envolvimento dos produtores da imagem – e conseqüentemente dos observadores – em relação aos participantes representados. No caso do ângulo frontal, estes são retratados como fazendo parte do ‘nosso mundo’; enquanto, no caso do ângulo oblíquo, isso não ocorre.

Concluindo a categorização dos recursos visuais que realizam significados interativos, Kress e van Leeuwen (1996) define a escolha do ângulo vertical, que codifica relações de poder entre os participantes representados e interativos. Se aqueles são representados a partir de um ângulo elevado, o produtor da imagem e o observador exercem poder sobre eles. Se, ao contrário, os participantes representados são retratados a partir de um ângulo baixo, são eles que detêm o poder. E, finalmente, se a imagem está no nível do olhar, a relação de poder é representada como igualitária. Nesse caso, também é possível falar de graus de ‘elevação’.

A FIG. 3 resume os recursos que realizam os significados interativos nas imagens.

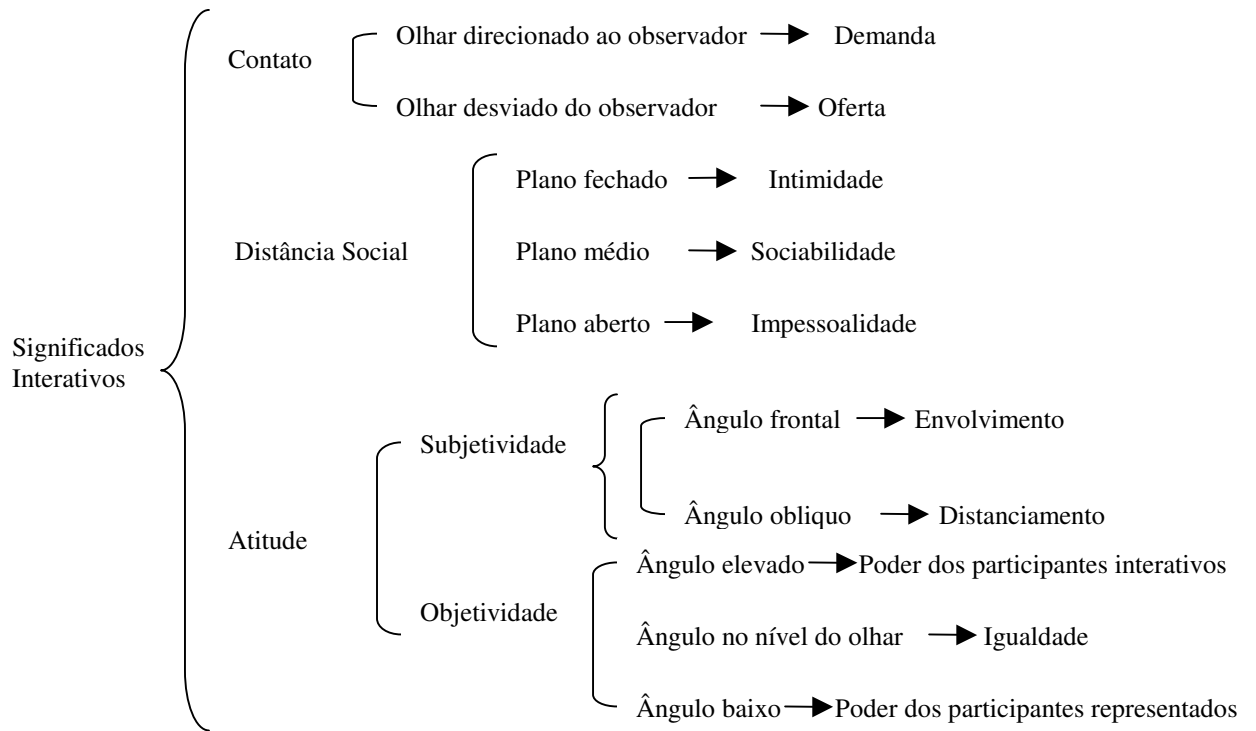


FIGURA 3 - Significados interativos nas imagens

Fonte: Adaptada de KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 154

#### 2.4.2.1 Modalidade

Segundo Kress e van Leeuwen (1996), um outro aspecto importante da comunicação é a modalidade, que diz respeito ao grau de veracidade de determinada mensagem. O termo ‘modalidade’ advém dos estudos lingüísticos, área em que é empregado para a análise de proposições realizadas verbalmente. Esse conceito, no entanto, é passível de ser aplicado à análise do visual, uma vez que uma imagem pode ser vista como reproduzindo ou não a realidade.

Para a Semiótica Social, a verdade e a realidade são “um construto da semiose”<sup>40</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 159) e, portanto, estão atreladas a contextos específicos e a determinados grupos sociais, aos seus valores e crenças. Além disso, a concepção de

<sup>40</sup> Minha tradução de: “[...] a construct of semiosis [...]”

realidade depende das tecnologias de representação e reprodução. O relativismo inerente à noção de realidade determina a existência de diferentes padrões de modalidade para diferentes contextos e grupos sociais. Kress e van Leeuwen (1996) distingue quatro desses padrões, de acordo com os diferentes princípios de realidade existentes. Para a modalidade naturalística, o padrão dominante, o 'grau de realidade' é função da correspondência entre a visualização de determinado objeto a olho nu e sua representação visual. Quando da produção da gramática do *design* visual, o parâmetro para se julgar o realismo visual e a modalidade naturalística eram as fotografias modernas de 35mm (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996). Cabe ressaltar que as imagens do corpus deste trabalho serão analisadas com base nesse padrão. No caso da modalidade sensorial, representações consideradas hiper-reais para o naturalismo 'fotográfico' são a opção que apresenta uma modalidade alta. Aqui, uma imagem terá um maior valor de realidade quanto maior for sua capacidade de representar as qualidades sensoriais do objeto em questão. Já para a modalidade tecnológica ou científica, o real é definido com base naquilo que métodos científicos, como a contagem, o peso e a medida, podem indicar a respeito de um objeto. Nesse caso, o princípio dominante é a eficácia da representação visual. Finalmente, tem-se a modalidade abstrata, para a qual o 'grau de realidade' é tanto maior quanto maior for a abstração do individual para o geral e do concreto para a 'essência' do objeto.

De acordo com Kress e van Leeuwen (1996), a modalidade é um conceito 'interpessoal': atua no sentido de alinhar ou distanciar os receptores de certas representações e, dessa forma, realiza e produz afinidade social. Ela pertence, portanto, aos significados interativos. A modalidade é codificada na própria mensagem, por meio de marcadores cujo estabelecimento e cuja escolha são determinados pelo interesse de grupos sociais, o que os caracteriza como signos motivados.

Kress e van Leeuwen (1996) define seis marcadores de modalidade, que, analisados em conjunto, permitem a avaliação da modalidade das representações visuais. Tais marcadores são (i) a cor, a contextualização, (ii) a representação, (iii) a profundidade, (iv) a iluminação e (v) o brilho. A cor é analisada em relação a três escalas: a escala da saturação define um contínuo entre a saturação plena e a ausência de cor; a escala da diferenciação representa um contínuo entre uma paleta variada de cores e a monocromia; e a escala da modulação corresponde ao contínuo entre a exploração de cores amplamente moduladas (várias matizes de vermelho, por exemplo) e o uso de um único tom de cor. A cada ponto nessas escalas é atribuído um valor de modalidade, e o ponto de modalidade naturalística mais alta não se encontra em nenhum dos extremos do contínuo, mas em um ponto intermediário. A contextualização diz respeito a um contínuo entre a ausência e a exploração maximamente articulada e detalhada do segundo plano. De acordo com Kress e van Leeuwen (1996), a modalidade é diminuída pela ausência de segundo plano, e a descontextualização faz com que os participantes sejam representados como genéricos, como exemplos típicos. Mas a modalidade naturalística mais alta não corresponde ao uso de um segundo plano maximamente articulado: nesse tipo de modalidade, o primeiro plano é mais articulado que o segundo. No caso da representação, tem-se um contínuo entre a abstração e a representação máximas de detalhes pictóricos. Kress e van Leeuwen (1996) ressalta que, da perspectiva do naturalismo ‘fotográfico’, a exploração exagerada de detalhes torna-se ‘hiper-real’, diminuindo a modalidade. Quanto à profundidade, trata-se de um contínuo entre a ausência e a exploração máxima da profundidade. A gramática do *design* visual define a perspectiva central como possuindo a modalidade mais alta do ponto de vista do naturalismo padrão. A iluminação diz respeito a um contínuo entre a ausência e “a representação mais ampla do jogo de luz e sombra”<sup>41</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 167). Nas imagens naturalísticas, uma

---

<sup>41</sup> Minha tradução de: “[...] the fullest representation of the play of light and shade [...]”

fonte de iluminação particular parece incidir sobre os participantes representados. Por fim, Kress e van Leeuwen (1996) define o brilho como um contínuo entre o uso de apenas dois graus de brilho e a exploração máxima de diferentes graus deste. A exploração de uma variedade de contrastes e de valores de brilho para além da capacidade da fotografia pode resultar em uma representação surreal e, portanto, com uma baixa modalidade.

### *2.4.3 O significado da composição*

Segundo Kress e van Leeuwen (1996), além dos significados representacionais e interativos, é preciso observar também um terceiro elemento imagético: o modo como os elementos que realizam tais significados se unem para formar um todo significativo. Os três sistemas por meio dos quais as composições integram os significados representacionais e interativos são, de acordo com a teoria, o valor informacional, a saliência e a moldura, e o emprego desses princípios da composição pode ser observado não somente em imagens isoladas, mas também em textos compostos ou multimodais. Nesse caso, a integração entre diferentes códigos semióticos é realizada por um código maior, o qual, por meio de suas regras e significados, confere unidade semiótica e coerência ao texto multimodal. Quando se está lidando com textos cujos elementos estão espacialmente presentes, como é o caso dos textos que serão abordados neste trabalho, o código integracional em atuação é o código da composição espacial. Além deste, há também o ritmo, o código da composição temporal, que atua em textos que exploram a dimensão temporal, como a fala, a música e dança, por exemplo, e que não serão aqui explorados.

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

esquerda e outros à direita. Quando tal disposição ocorre, os elementos posicionados à esquerda são apresentados como Dados, como ponto de partida da mensagem, algo que os leitores presumivelmente já conhecem ou sabem, que é parte de sua cultura ou da cultura do veículo que porta tais informações. Dessa forma, segundo Kress e van Leeuwen (1996), o sintagma Dado pode revelar fatos sociais: pode dizer “o que é visto como estabilizado e Dado, qual é o sistema classificacional cultural em relação a determinado traço e se esse sistema é progressista ou reacionário”<sup>42</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 197).

Já os elementos posicionados à direita são apresentados como Novos, como algo ainda desconhecido ou ‘problemático’ e que, portanto, merece atenção especial do observador. Em certos casos, o Novo é o lugar onde se reproduz um paradigma, certas classificações culturais, onde valores da cultura são instanciados, reafirmados e naturalizados. No entanto, o caráter desse espaço é conflituoso, pois esse é o lugar onde pode se dar também a contestação desses valores e a produção de (novos) significados sociais (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 196). Kress e van Leeuwen (1996) ressalta também que a simples necessidade de se reafirmar um paradigma aponta para a sua fragilidade.

A estrutura Dado-Novo pode ser considerada ideológica, uma vez que o valor informacional conferido aos elementos nos textos pode não corresponder à concepção que os observadores têm destes. Em outras palavras, o que é “dado” para um determinado grupo social pode não o ser para outro, e isso pode determinar configurações diferentes para *layouts* de diferentes revistas, por exemplo, de acordo com o público-alvo de cada uma. Tal estrutura se aplica não somente a uma página como unidade convencional, mas também a duas páginas adjacentes – por exemplo, um anúncio e um texto verbal em duas páginas contíguas de revistas –, que, juntas, passam a constituir uma unidade de significação (cf. KRESS, LEITE-GARCÍA e VAN LEEUWEN, 1997).

---

<sup>42</sup> Minha tradução de: “[...] what is regarded as established and Given; what the cultural classification system is with respect to a certain feature; and whether the system is progressive or reactionary.”

As imagens e composições visuais podem também se orientar ao longo de um eixo vertical, de modo que alguns elementos são posicionados na parte superior e outros na parte inferior do espaço textual. Os elementos colocados na parte superior são apresentados como o Ideal – “o que pode ser”, como a essência da informação; ao passo que aqueles posicionados na parte inferior são apresentados como o Real – “o que é”, trazendo informações mais específicas e práticas. A parte superior é a mais saliente, de modo que os elementos ali posicionados se sobrepõem àqueles pertencentes à parte inferior. Desse modo, explica Kress e van Leeuwen (1996), a relação entre essas duas partes é mais de contraste do que de conexão, ao contrário do que ocorre na relação entre Dado e Novo. Essa estrutura, como no caso da anterior, é geralmente orientada ideologicamente, e, em muitas imagens e composições visuais, ambas são usadas concomitantemente. Kress e van Leeuwen (1996) enfatiza que, apesar de a disposição dos elementos visuais ser provavelmente inconsciente, ela apresenta regularidade, a qual codifica significados.

As composições visuais podem se orientar ao longo do centro e margens do espaço textual, embora esse tipo de configuração seja relativamente incomum. Quando isso ocorre e há o posicionamento de um elemento no centro e de outros em seu entorno, o elemento central é chamado de Centro e representa o núcleo da informação. Os elementos posicionados nas margens, apresentados como dependentes, subordinados ao Centro, são denominados Margens. Em alguns casos, pode haver também várias camadas de Margens, sendo as mais externas consideradas mais marginais em relação às mais internas. A dimensão e saliência do Centro também são fatores que determinam tal marginalidade, e Kress e van Leeuwen (1996) ressalta que, mesmo nos casos em que o Centro é vazio, ele existe e governa seu entorno.

Margens idênticas ou similares, posicionadas simetricamente, resultam em uma configuração em que não se distinguem Dado e Novo, Ideal e Real. Em outros casos, porém, é possível ter-se uma combinação entre Centro e Margem, Dado e Novo e/ou Ideal e Real.

Quando essas três dimensões são combinadas, tem-se a configuração de cruz, ilustrada na FIG. 4, a qual, segundo Kress e van Leeuwen (1996), representa um símbolo espacial essencial na cultura ocidental.

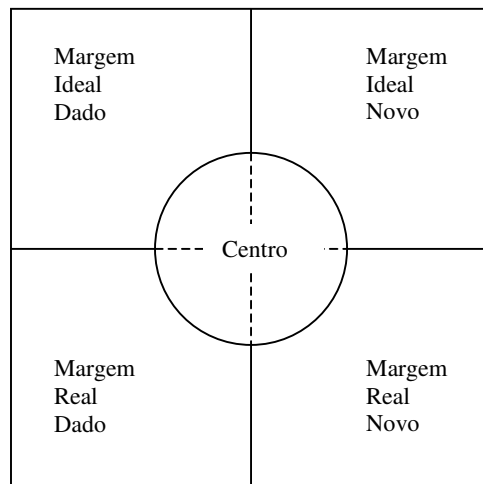


FIGURA 4 - As dimensões do espaço visual  
Fonte: KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 208

O tríptico horizontal é uma forma comum de se combinar Centro e Margem com Dado e Novo. Nesse caso, a composição precisa ser polarizada: há uma esquerda Dada, uma direita Nova, e o elemento central age como um Mediador, ligando os outros dois elementos. Da mesma forma, é possível encontrar trípticos verticais, em que há um elemento central Mediador entre o Ideal e o Real. No entanto, pode haver também trípticos simétricos, com uma estrutura Margem-Centro-Margem. Os trípticos, segundo a teoria, podem ser usados também em diagramas e em trabalhos artísticos.

Segundo a gramática do *design* visual, os códigos integracionais têm uma função fundamentalmente textual: eles organizam os elementos que compõem o texto em um todo coerente. No entanto, além de determinar o posicionamento dos elementos e seus respectivos valores informacionais, a composição também confere diferentes graus de saliência a esses



elementos. Esta pode atribuir maior importância a determinado elemento, independentemente do posicionamento deste.

No caso de textos espacialmente integrados, são regras visuais que determinam a saliência. Esta é resultado de vários fatores inter-relacionados, como tamanho, foco, contraste de tom e de cor, posicionamento no campo visual, perspectiva e fatores culturais, como “o aparecimento de uma figura humana ou de um símbolo cultural forte”<sup>43</sup> (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 212). Ao se determinar o peso dos elementos de uma composição, é possível encontrar seu ponto de equilíbrio, o lugar onde se encontra a mensagem central – independente se este é, de fato, o espaço central do texto.

Quanto à moldura, elementos ou grupos de elementos podem ser conectados ou separados uns dos outros. Esta é, também, uma questão de gradação, uma vez que a moldura pode ser mais ou menos acentuada, o que determinará a representação dos elementos como unidades de informação mais ou menos individuais e diferenciadas. Quando não se exploram os recursos que realizam a moldura, Kress e van Leeuwen (1996) identifica ênfase na conexão, no agrupamento dos elementos da composição em sua representação. De acordo com a gramática do *design* visual, há várias formas de se realizar a moldura, sendo a presença de linhas, de contorno, de descontinuidades de cor e de espaços vazios entre os elementos algumas delas. Por outro lado, a presença de vetores pode reforçar a conexão, e estes podem ser realizados por elementos da composição ou por elementos gráficos abstratos. Além disso, é possível estabelecer conexão entre elementos por meio do uso das mesmas cores e formas em mais de um deles.

A FIG. 5 sintetiza os recursos que realizam os significados composicionais.

---

<sup>43</sup> Minha tradução de: “[...] the appearance of a human figure or a potent cultural symbol.”

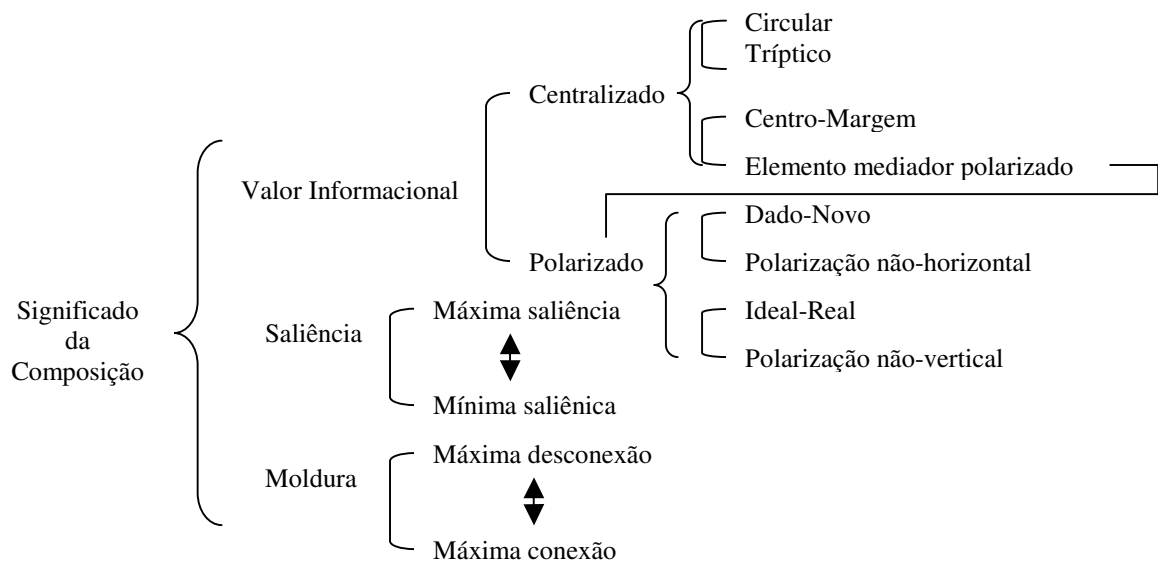


FIGURA 5 - O significado da composição  
 Fonte: KRESS e VAN LEEUWEN, 1996: 223

Apresentado o referencial teórico-metodológico que norteará o presente estudo, passa-se, então, à descrição do corpus e à exposição dos procedimentos metodológicos adotados na realização da pesquisa.

## CAPÍTULO 3

### Corpus e Metodologia

#### 3.1 Do corpus

O corpus deste estudo é composto pelas capas das edições de novembro da revista *Raça Brasil* publicadas nos anos de 1996, 1998, 2004 e 2006. A escolha de uma revista se deu em virtude do interesse em se trabalhar com textos midiáticos, dada a riqueza desse material e as diversas possibilidades de abordagem que ele permite. Além disso, assumindo a idéia já defendida neste trabalho de que a mídia forma, ao mesmo tempo em que reproduz o pensamento da sociedade, verifica-se a pertinência de se investigar os significados construídos por um de seus produtos. Neste caso, o produto midiático escolhido foi a revista *Raça Brasil*, direcionada ao público negro e publicada pela Editora Símbolo, a qual é responsável também pela publicação de títulos como *Corpo a Corpo*, *Atrevida*, *UM - Universo Masculino*, *Estilo Natural* dentre outros. Atualmente, a revista tem periodicidade mensal e tiragem de 38.000 exemplares. Quanto ao seu público-alvo, o site da editora<sup>44</sup> informa que *Raça* se dirige a “homens e mulheres de classe A/B/C, dos 20 aos 49 anos”.

A escolha da revista *Raça Brasil* em específico foi determinada pelo interesse em se abordar, a partir da perspectiva da Linguística Aplicada, a ambivalência de interesses atribuída à revista, conforme exposto na seção 1.3 e na introdução desta dissertação. A razão da escolha da capa está no interesse em se investigar os significados construídos por esta, que, segundo McCracken<sup>45</sup> (apud Heberle, 2004: 102), atua como uma espécie de “lente interpretativa da edição” (e, argumenta-se, da postura da própria publicação), posicionando o público a quem se dirige favoravelmente quanto ao seu conteúdo. Entende-se que a análise do

---

<sup>44</sup> Editora Símbolo. Disponível em: <<http://www.simbolo.com.br/institucional/Conteudo/0/artigo5342-1.asp>>. Acesso em: 20 abr. 2007.

<sup>45</sup> MCCRACKEN, E. *Decoding women's magazines – from mademoiselle to ms*. Basingstoke: Macmillan, 1993.

componente visual das capas faz-se indispensável, visto que o modo semiótico visual, assim como o verbal e concomitantemente a este, veicula significados, os quais são socialmente motivados e, portanto, atravessados por ideologias e relações de poder (KRESS, LEITE-GARCÍA e VAN LEEUWEN, 1997). Além disso, ressalte-se o fato de que é crucial o papel das imagens na sociedade contemporânea, visto que estas entram na constituição da maioria dos textos que circulam na mídia – que são, cada vez mais, multimodais.

Para que se pudesse analisar e comparar as representações construídas pela revista ao longo de 10 anos, desde o seu lançamento em 1996, decidiu-se por investigar uma edição desse ano e uma edição de 1998, representativas de uma fase inicial da publicação, e uma edição dos anos de 2004 e 2006, representativas de um período mais recente. Além de se tratar do ano de lançamento da publicação, o ano de 1996 é significativo por ser aquele que sucedeu ao ano em que se comemorou o tricentenário da morte de Zumbi dos Palmares e em que se instaurou o dia 20 de novembro, dia de sua morte, como o dia da consciência negra. A seleção das edições do mês de novembro se deu justamente por ser este o mês de celebração da consciência negra, de modo que seria pertinente investigar como se constrói/representa essa noção nesse contexto.

A seguir, apresenta-se a metodologia adotada no desenvolvimento do presente trabalho. Nessa seção, explicita-se como foi feita a análise das capas das edições de *Raça* que constituem o corpus.

### *3.2 Da metodologia*

Antes da descrição da metodologia de análise, cumpre ressaltar que a presente pesquisa é informada por uma leitura crítica da questão racial no contexto discursivo brasileiro mais amplo, em que se discutem noções como a ideologia do branqueamento, da

democracia racial e de racismo cordial, discursos hegemônicos no país em conflito com discursos mais recentes de ações afirmativas e de valorização da herança cultural africana para os negros brasileiros (cf. MAGALHÃES, 2004, 2006). Tal discussão será referida neste trabalho, quando necessário.

O primeiro passo para a realização deste trabalho foi a seleção do corpus, que se deu segundo os critérios já apontados na seção 3.1 deste capítulo. Concluída essa seleção, o passo seguinte foi a digitalização do corpus: as capas das edições de novembro da revista *Raça Brasil* nos anos de 1996, 1998, 2004 e 2006 foram, então, escaneadas. Tais capas encontram-se reproduzidas no capítulo 4, quando de suas respectivas análises, e nos anexos.

Em seguida, deu-se início à etapa descritiva da pesquisa, aplicando-se o instrumental de análise proposto por Kress e van Leeuwen (1996) e exposto na seção 2.4 ao componente visual das capas das edições do corpus.

Primeiramente, analisaram-se apenas as imagens, de modo a investigar os recursos que realizam os significados representacionais. Para tanto, identificou-se o tipo de estrutura representacional: se narrativa, indicada pela presença de vetores, e/ou conceitual, indicada pela classificação de participantes representados como pertencentes a determinado grupo, pela ênfase de Atributos desses participantes ou pela atribuição de valores simbólicos a elementos na imagem. No caso de identificação de uma estrutura narrativa, verificou-se o(s) tipo(s) de processo(s) realizado(s) imagetivamente, por meio da observação do tipo de vetor e dos participantes. Já no caso de identificação de uma estrutura conceitual, rotularam-se o(s) processo(s) como classificacionais, analíticos ou simbólicos, respectivamente, conforme a observação de uma das formas de representação conceitual listadas acima.

Procedeu-se, então, à análise dos recursos que realizam os significados interativos na imagem. Analisando o contato, observou-se se o olhar do participante representado direcionava-se ou não ao observador, o que configuraria uma demanda ou uma oferta,

respectivamente. Observou-se também a distância em que o participante foi representado e o ângulo a partir do qual se o representou: a primeira codifica a distância social entre participantes interativos e representados, e o segundo, o envolvimento e a relação de poder entre estes. Além disso, foi analisada também a modalidade das imagens, outro aspecto situado no campo dos significados interativos.

O próximo passo consistiu da investigação dos recursos que realizam os significados composicionais. Para tanto, analisaram-se os três princípios por meio dos quais o código da composição espacial organiza os elementos no *layout* da capa, sejam eles verbais ou não-verbais: o valor informacional, a saliência e a moldura. Neste ponto, foram levadas em consideração não somente as imagens, mas também as chamadas que compõem o *layout* das capas sob análise. Quando da análise do valor informacional, observou-se o posicionamento dos elementos à esquerda ou à direita, como informações Dadas ou Novas; no centro ou nas margens, como elementos centrais ou marginais; ou na parte superior ou inferior das capas, como itens de informação Ideais ou Reais. Observaram-se também quais elementos eram mais salientes e, conseqüentemente, mais importantes nas imagens e a presença ou não de recursos que realizassem sua desconexão.

Para complementar a análise do componente visual, decidiu-se por analisar também a chamada mais saliente e aquela relativa à imagem da capa sob a perspectiva da metafunção ideacional (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004), mais especificamente, de seus componentes experiencial e lógico. Investigaram-se, assim, a representação da experiência por meio do sistema da transitividade, identificando-se os processos, participantes e circunstâncias, e o estabelecimento de relações lógicas na formação dos grupos e complexos oracionais. Justifica-se a análise da chamada mais saliente pela pertinência de se verificar os significados ideacionais construídos verbalmente por meio desse elemento que, nas capas sob análise, sempre parece se relacionar à questão da consciência negra e de se os comparar aos

significados construídos pelo componente visual das capas. Da mesma forma, argumenta-se pela pertinência da comparação da representação visual e verbal dos atores sociais escolhidos para figurar nas capas das edições de *Raça* analisadas.

Após essa etapa descritiva do trabalho, passou-se à fase de interpretação dos significados representacionais, interativos e composicionais construídos pelo componente visual das capas e à discussão dos significados ideacionais construídos pelas chamadas analisadas. Para tanto, levaram-se em consideração, quando pertinente, informações fornecidas no interior da edição investigada, principalmente aquelas que diziam respeito às participantes representadas, contidas em reportagens sobre tais participantes. Em um nível mais amplo, procurou-se identificar discursos evocados pelos significados textuais das capas e relacioná-los ao que pesquisas sociais apontam como características do modelo de relações raciais brasileiro. Os resultados desse processo encontram-se esquematizados em relação a cada significado e para cada uma das capas investigadas no capítulo que segue, ao longo da análise.

Uma última etapa do trabalho consistiu da construção de um quadro comparativo (QUADRO 1) dos significados das capas das edições de 1996, 1998, 2004 e 2006, de acordo com as categorias da gramática do *design* visual. Tal quadro, que se encontra reproduzido na seção 4.2 do capítulo seguinte, facilitou a visualização das semelhanças e diferenças entre as capas analisadas, no que diz respeito aos significados construídos visualmente, e contribuiu para a análise das representações promovidas pela revista *Raça Brasil* ao longo de um período de dez anos.

No capítulo seguinte, são apresentadas a análise e a discussão dos dados.

## **CAPÍTULO 4**

### **Análise e discussão dos dados**

O presente capítulo subdivide-se em duas seções. Na seção 4.1, a imagem e o *layout* de cada uma das capas que compõem o corpus do trabalho são analisados segundo as redes de sistemas que mapeiam o potencial de significados representacionais, interativos e composicionais na comunicação visual. Ao longo dessa análise, apresenta-se também a investigação dos significados ideacionais construídos pela chamada mais saliente e pela chamada relativa à imagem nas capas sob análise. Na seção 4.2, discutem-se os resultados da análise de cada uma das capas do corpus.

#### *4.1 Análise: A semiótica social de capas da revista 'Raça Brasil'*

##### *4.1.1 Capa da edição de novembro de 1996*

As capas que compõem o corpus deste estudo encontram-se reproduzidas a seguir e ao longo de sua análise, em tamanho reduzido. Nos anexos, elas são novamente reproduzidas, desta vez em tamanho mais próximo do original. A capa da edição de novembro de 1996, a partir da qual se inicia a análise, apresenta os atores sociais<sup>46</sup> Taís Araújo e Zezé Motta como participantes representados (FIG. 6). Em 1996, Taís Araújo tinha 17 anos e havia sido escalada para representar Xica da Silva, em novela homônima. De acordo com reportagem da revista, ela foi a primeira protagonista negra na história da televisão brasileira.

---

<sup>46</sup> Neste trabalho, optou-se pelo uso do termo 'ator social' como tradução de 'social actor', independentemente do sexo do participante representado. Tal decisão foi motivada pela constatação de que o termo 'atriz', no português do Brasil, está fortemente vinculado à profissão.



Esse foi seu segundo trabalho na TV, mas Taís Araújo já havia atuado no teatro. Além disso, ela integrava, na época, o *casting* de duas conceituadas agências de modelo. Zezé Motta, ao contrário de Taís Araújo, já era uma atriz experiente em 1996: começou sua carreira no final da década de 60 e atuou no cinema, no teatro e na televisão. Naquele momento, ela representava a mãe de Xica da Silva na novela estrelada por Taís Araújo, depois de ter representado a própria protagonista no cinema. Além de atriz reconhecida, Zezé Motta também é cantora e militante da causa negra.



FIGURA 6 - Capa da edição de 1996 da revista *Raça Brasil*

Quanto aos significados representacionais, a análise da imagem que compõe a capa da edição de 1996 indica que sua estrutura é conceitual. A imagem apresenta um processo classificacional, caso em que é possível identificar Superordenados, em relação ao qual são posicionados os participantes Subordinados. No caso em questão, as participantes representadas, Zezé Motta e Taís Araújo, podem ser consideradas como Subordinadas a mais de uma classe simultaneamente: em relação à nacionalidade (brasileiras), ao grupo racial

(negras), ao gênero social (mulheres) e à profissão (atrizes). Tem-se, então, quatro Superordenados. A ênfase, no caso de uma revista direcionada aos negros brasileiros, parece estar no fato de as duas pertencerem ao mesmo grupo racial. Além dos aspectos em comum entre as duas participantes representadas apontados anteriormente, é possível também pensar no fato de que ambas interpretaram o mesmo papel, isto é, representaram a mesma personagem na ficção, Zezé no cinema e Taís na TV. Eis um traço em comum que pode ser identificado na chamada “Taís Araújo e Zezé Motta: A força de Xica da Silva”. Como tais Superordenados são indicados apenas pelo contexto/co-texto e inferidos a partir da similaridade entre das participantes representadas, tem-se uma taxonomia fechada. Uma característica que indica se tratar desse tipo de classificação é a composição praticamente simétrica da imagem, que indica a equivalência entre as participantes. Além disso, outros elementos que reforçam esse esquema classificatório são o fundo plano e neutro, a reduzida exploração da profundidade e o ângulo frontal.

Paralela a essa estrutura classificacional, é possível distinguir um outro tipo de estrutura conceitual na imagem em questão, por meio da observação da cor das roupas usadas pelas participantes representadas. Nesse caso, identifica-se um processo simbólico atributivo, uma vez que o valor simbólico atribuído às cores verde e amarelo, os Atributos simbólicos, representa um aspecto da identidade de Taís Araújo e de Zezé Motta, as Portadoras, a saber, sua brasilidade.

Elementos conflitantes na imagem da capa de 1996, no que diz respeito aos significados representacionais, são a subordinação de Taís Araújo e de Zezé Motta à brasilidade e a um grupo racial comum, o dos negros, embora a primeira apresente tom de pele e traços que poderiam afastá-la da classificação como negra<sup>47</sup>. Em um contexto de

---

<sup>47</sup> O conceito de negro é complexo e instável no Brasil, de modo que sua definição foge ao escopo do presente trabalho.

classificação racial complexa, como é o do Brasil<sup>48</sup>, pode-se especular se seria por essa razão que Taís foi modelo e Zezé não, ou por que a ênfase na brasilidade das participantes representadas. No contexto discursivo mais amplo de relações raciais, tal ênfase parece equivalente ao apagamento da herança cultural africana. Nesse sentido, cabe notar também que Taís Araújo, na capa sob análise, traz os cabelos alisados, o que pode ser interpretado como uma atitude de desvalorização do padrão estético dos negros.

Na FIG. 7, apresentam-se sinteticamente os principais significados representacionais construídos pela imagem da capa de 1996:



FIGURA 7 - Significados representacionais na capa de *Raça Brasil* de 1996

Quanto aos significados interativos, na imagem em questão, ambas as participantes representadas direcionam o olhar ao observador e, com isso, realizam, por meio da revista, uma demanda sobre ele: convidam o observador a se identificar com elas e, por conseguinte, com a própria publicação, ou seja, a estabelecer com estas uma relação de afinidade social. Isso pode ser depreendido pelo sorriso amistoso das participantes representadas, por sua expressão simpática, mesmo que o sorriso de Taís Araújo possa parecer, para alguns

<sup>48</sup> Para maiores detalhes, cf. Magalhães (2004, 2006).

observadores, um tanto quanto artificial. Tal artificialidade, que não é identificada na expressão de Zezé Motta, pode estar relacionada ao fato de Taís, por ter sido modelo, dominar certas ‘regras’ de como posar para os flashes. Quanto à questão da demanda, é possível pensar também que Zezé, reconhecida pelo público em diversos trabalhos como atriz, cúmplice de Taís e, além disso, amiga desta, demanda a aceitação do público de *Raça* para a jovem. Como é uma atriz experiente, inclusive com conhecimento de causa no que diz respeito à personagem interpretada por Taís Araújo naquele momento, Zezé Motta não só legitima como pede o reconhecimento de sua sucessora aos leitores da revista. Além disso, é possível pensar que Zezé, reconhecidamente negra, pede também que o público de *Raça* reconheça Taís, cujo tom de pele e traços faciais poderiam comprometer sua identificação como negra, como integrante e representante deste grupo.

No que diz respeito ao enquadramento, tanto Taís Araújo quanto Zezé Motta são retratadas em plano fechado, um enquadramento que mostra aproximadamente a cabeça e os ombros dos participantes representados e que, na escala, é considerado como próximo ao observador. Tal proximidade espacial reduz a distância social entre este e as participantes representadas, representando esses atores sociais como íntimos uns dos outros. Quanto à perspectiva, o posicionamento das participantes indica que foram retratadas a partir de um ângulo selecionado pelo produtor da imagem, e, desse modo, a imagem em questão pressupõe uma atitude subjetiva. Zezé Motta e Taís Araújo são representadas a partir de um ângulo horizontal predominantemente frontal, que codifica envolvimento por parte do produtor da imagem e, conseqüentemente, resulta em envolvimento por parte do observador. Elas são retratadas como pertencentes ao mundo dos observadores, no caso, os leitores da revista *Raça*. Conjugada ao sistema do olhar, a escolha do ângulo frontal reforça a questão da demanda, da interação/envolvimento por parte das participantes representadas e dos participantes interativos. No que diz respeito ao ângulo vertical, observa-se que tanto Taís quanto Zezé são

representadas no nível do olhar, escolha que as coloca em relação de igualdade com os participantes interativos. Assim, nota-se um movimento em direção a uma identificação mútua entre os participantes deste ato semiótico: se o público leitor da revista *Raça* – que constitui, juntamente com os produtores da imagem, os participantes interativos – são os negros brasileiros, como o próprio *slogan* da publicação indica, *Zezé Motta e Taís Araújo*, ao alinharem-se àqueles, incluem-se em seu grupo. Em contrapartida, os leitores que, assim como Taís Araújo, pudessem ser dissociados do grupo dos negros por terem um tom de pele ‘mais claro’ ou traços mais próximos do padrão ocidental hegemônico, poderiam identificar-se com a participante e, conseqüentemente, alinhar-se ao grupo dos negros.

Em suma, a partir da observação dos significados construídos pelo uso dos recursos analisados, é possível dizer que estes contribuem para o estabelecimento de uma relação de afinidade e de identificação entre as participantes representadas e os participantes interativos, ao mesmo tempo em que colaboram para a realização da classificação racial verificada por meio da análise dos significados representacionais.

A FIG. 8 sintetiza os significados interativos da capa de 1996:



FIGURA 8 - Significados interativos na capa de *Raça Brasil* de 1996

Passando à análise da configuração da capa da edição de 1996 quanto aos princípios da composição, observa-se que esta orienta a imagem predominantemente ao longo do eixo horizontal, privilegiando a representação das participantes representadas como elementos Dados ou Novos. Desse modo, será privilegiada aqui a análise dessa configuração, no caso das imagens. Já as chamadas da capa orientam-se tanto ao longo do eixo horizontal, quanto do vertical, em relação aos quais serão analisadas.

Do lado esquerdo da capa e, portanto, posicionadas como informações Dadas, encontram-se a maior parte do corpo de Taís Araújo, praticamente a metade de seu rosto e quatro chamadas – “Taís Araújo e Zezé Motta: A força de Xica da Silva”; “Beleza: Ainda dá tempo de ficar em forma para o verão”; “Cabelos: 30 dicas para resolver todas suas dúvidas, novos cortes para homens e mulheres”; e “Executivos negros contam como lutaram para chegar ao topo da profissão”. Localizadas do lado esquerdo e na parte superior da capa de *Raça*, o que as representa como informações Dadas e Ideais, estão as duas primeiras chamadas acima mencionadas: “Taís Araújo e Zezé Motta: A força de Xica da Silva” e “Beleza: Ainda dá tempo de ficar em forma para o verão”.

A chamada “Taís Araújo e Zezé Motta: A força de Xica da Silva” corresponde à imagem veiculada na capa e é composta por dois grupos nominais, sendo o primeiro complexo. Tais grupos podem ser considerados absolutos<sup>49</sup>, mas é possível também analisá-los como participantes em uma oração com o processo elíptico. Um exercício interessante, então, é tentar conectá-los em termos da transitividade, inserindo entre eles um processo: o resultado será, provavelmente, uma oração relacional do tipo “Taís Araújo e Zezé Motta representam/encarnam a força de Xica da Silva”. Desse modo, estabelece-se uma relação de identificação entre as duas primeiras participantes e a última. O uso do grupo nominal complexo por extensão “Taís Araújo e Zezé Motta” realiza o que van Leeuwen (1996) define

---

<sup>49</sup> Absolutos são grupos nominais que poderiam ter a função tanto de Sujeito quanto de Complemento em uma oração (HALLIDAY e MATTHIESSEN, 2004).

como ‘associação’, uma forma de representação que apresenta atores sociais como grupos sem, no entanto, rotular o grupo constituído. No caso em questão, parece haver um movimento no sentido de se representar Taís Araújo e Zezé Motta como integrantes e, acima de tudo, como representantes do grupo dos negros, o que condiz com o que foi observado quando da análise dos significados representacionais construídos pela imagem da capa sob análise. Desse modo, a representação construída por meio da linguagem verbal também parece visar ao estabelecimento de uma relação de identificação entre os atores sociais representados e os integrantes do grupo dos negros, o público-alvo da revista.

Visualmente, o posicionamento da chamada no domínio do Ideal indica que o reconhecimento de Taís Araújo e Zezé Motta como representando a força de Xica da Silva é colocado como “o que deve ser”. Uma explicação para isso pode ser o fato de Taís, por estar ainda no início de sua carreira de atriz em 1996, ainda não ser reconhecida no meio artístico. Porém, explicação mais plausível (e que pode estar conjugada à primeira) diz respeito à sua cor e traços faciais: talvez, por ter a pele mais clara e traços mais próximos do padrão ocidental hegemônico, a revista tenha colocado como algo incerto a identificação desta com Xica da Silva e com a raça negra. No entanto, ao mesmo tempo, a revista parece estabelecer tal identificação, colocando a chamada que a indica e a própria Taís Araújo no âmbito do Dado, como itens de informação consensuais, o que pode ser interpretado como uma tentativa de naturalização da imagem dessa participante como integrante e representante do grupo dos negros.

A chamada em questão tem especial destaque pelo fato de estar posicionada ao lado do rosto de Zezé Motta e de Taís Araújo, mais ou menos na linha do olhar dessas. Assim, ao se entrar em contato com as participantes representadas, por meio do sistema do olhar, automaticamente se faz um movimento no sentido horizontal em direção à chamada. Desse modo, parece estabelecer-se uma relação de contigüidade, complementaridade entre a imagem

e a chamada a ela relacionada, relação esta que se depreende também por meio da análise dos significados por elas construídos.

Passa-se, então, a outra chamada que se encontra no âmbito do Dado e do Ideal – “Beleza: Ainda dá tempo de ficar em forma para o verão”. É possível pensar que a representação de tal informação como idealizada pode estar relacionada ao fato de esta conter a ‘promessa’ da revista para aqueles que seguirem o seu programa de emagrecimento. Ao mesmo tempo, a mensagem, que trata de uma questão referente à estética, uma preocupação comum nos dias de hoje, é colocada como algo já conhecido, dado como certo pelos leitores. Não é de se estranhar, então, que a chamada cujo assunto é “Cabelos” também esteja posicionada no domínio do Dado. Isso porque o padrão de cabelos dos negros é diferente daquele dos brancos e, como afirma D’Adesky (2001), o que vigora no Brasil é o cânone estético helênico, que resulta da hegemonia da cultura européia. Desse modo, os cabelos são um item que parece merecer especial atenção dos negros (o que pode ser percebido, inclusive, pela grande quantidade de anúncios publicitários na revista anunciando produtos para cabelos crespos).

Do lado esquerdo e na parte inferior da capa em questão e, portanto, no âmbito do Dado e do Real, observa-se a chamada já mencionada acima cujo tópico é “Cabelos” e que se subdivide em dois itens: “30 dicas para resolver todas suas dúvidas” e “novos cortes para homens e mulheres”. A representação desse item no âmbito do Dado já foi comentada anteriormente, quando se disse que ela pode estar relacionada à grande importância conferida aos cabelos por muitos negros, pelo fato de os cabelos crespos não representarem o padrão hegemônico na sociedade. Isso faz com que essa questão seja representada como Dado, como algo que faz parte das preocupações, no que diz respeito à estética, de muitos integrantes desse grupo. E o posicionamento da chamada no âmbito do Real parece indicar que, na prática, esse ‘problema’ pode ser solucionado. Outra chamada localizada no domínio do Dado



e do Real é “Executivos negros contam como lutaram para chegar ao topo da profissão”. Por um lado, tal localização pode ser explicada pelo fato de a dificuldade enfrentada pelos negros no mercado de trabalho já ser conhecida e ser real, podendo ser verificada na prática. Por outro lado, configura-se também como conhecido e real o fato de existirem executivos negros bem sucedidos.

Os elementos posicionados do lado direito da capa, no âmbito do Novo, são a imagem de Zezé Motta, metade do rosto e uma pequena parte do corpo de Taís Araújo e duas chamadas – “Jovens decretam: A nova onda é ser *black*” e “Moda: Vista-se com até R\$ 35”.

Quanto à imagem, é a figura de Zezé Motta que prevalece deste lado, visto que uma pequena parte da imagem de Taís Araújo está aí disposta. Tal localização pode, novamente, ser explicada pela questão da cor da pele das participantes representadas, ou seja, o tom de pele ‘mais claro’ de Taís faz com que seu pertencimento ao grupo dos negros seja representado como um paradigma, o qual, no entanto, ainda é novo e pretende ser estabelecido. E a disposição de Zezé Motta no domínio do Novo, lugar onde se dá a instanciação do paradigma, serve para legitimar a identificação de Taís Araújo ao grupo dos negros.

Localizadas do lado direito da capa, ambas na parte inferior, no âmbito do Real, encontram-se as chamadas: “Jovens decretam: A nova onda é ser *black*” e “Moda: Vista-se com até R\$ 35”. No caso da primeira, têm-se duas orações, sendo a última projetada parataticamente por outra contendo um processo verbal: “Jovens decretam”. Os atores sociais que agem verbalmente são os jovens: a revista dá voz a eles para que se pronunciem quanto à questão da negritude. Ressalte-se a carga semântica do processo verbal ‘decretar’, que enfatiza a posição assertiva desses jovens ao estabelecer, determinar, por assim dizer, que ‘ser negro está na moda’. Além disso, atente-se para presença do epíteto ‘nova’, que sugere que, antes, não existia essa moda, nem tampouco esse posicionamento de se exaltar a negritude.

Chama a atenção aqui o fato de se ter colocado os jovens em geral como participantes do processo em questão – o que se depreende pelo uso do plural e sem dêitico, tipo de representação que van Leeuwen (1996) chama de genericização. Desse modo, dá-se a entender que a asserção sobre a existência de uma nova moda ‘black’ é consensual, pelo menos entre os jovens pertencentes ao grupo dos negros, ao qual a revista se alinha e se dirige.

O posicionamento da chamada sob análise no domínio do Novo pode indicar que a mensagem que ela veicula é vista como algo problemático e, portanto, passível de contestação. Ao mesmo tempo, ela se situa no âmbito do Real, o que a coloca como representando “o que é”, aquilo que, na prática, vem ocorrendo. Cabe destacar que o conteúdo da chamada parece evocar a “contra-ideologia emblemática” criada pelo Movimento Negro contemporâneo, a qual, entre outras coisas, exaltava o “black is beautiful” (D’ADESKY, 2001:51). Ressalte-se também que esta é a chamada mais saliente da capa e que remete à reportagem da revista sobre a questão da consciência negra. Sua saliência provém do fato de ela ter sido produzida em tamanho maior em relação às outras chamadas, o que, inclusive, acentua o contraste entre o seu segundo plano, composto pela imagem de Taís Araújo e Zezé Motta, e a cor usada nas letras (as quais são brancas, à exceção das letras da palavra ‘black’, que são pretas). Tal saliência dota tal chamada de maior importância em relação às outras, o que é reforçado pelo seu posicionamento no âmbito do Novo, que a representa como um item ao qual o observador deve prestar mais atenção.

No caso da outra chamada localizada no domínio do Novo e do Real (“Moda: Vista-se com até R\$ 35”), tem-se uma referência a dicas da revista de como andar na moda gastando pouco dinheiro. Tais dicas, por meio de sua disposição, são representadas como uma novidade que realmente pode ser colocada em prática pelos observadores. A presença de uma chamada dessa natureza na capa da revista *Raça* pode sugerir que ela objetiva atingir leitores

de diversas classes sociais, inclusive aqueles que se incluem em uma classe social desprivilegiada e que precisam de dicas de economia. Por outro lado, pode-se pensar que tal chamada vem problematizar a idéia naturalizada de que a moda seja um domínio caro e inacessível, o que justificaria sua presença no domínio do Novo.

Ao analisarmos a configuração da capa quanto à saliência, observamos que o elemento mais proeminente é a imagem de Taís Araújo, o que a representa como o item informacional mais importante da capa. Sua saliência advém de sua apresentação em primeiro plano e da predominância de seu corpo em relação ao de Zezé Motta. Chama a atenção aqui o fato de a maior parte do corpo desta participante estar posicionada atrás de Taís Araújo, de modo que aquela se projeta em direção ao primeiro plano, para que seu rosto se alinhe ao desta. Assim, o posicionamento das participantes representadas parece constituir um movimento no sentido de construir uma configuração em que as participantes representadas possam ser visualizadas numa relação de contigüidade, cumplicidade.

Porém, observa-se que tal alinhamento não ocorre totalmente. Tal posicionamento, novamente, pode estar relacionado à nuance de cor e aos traços das participantes e à tentativa, por parte da revista, de proporcionar o reconhecimento de Taís Araújo como pertencente ao grupo dos negros e, conseqüentemente, de possibilitar a identificação dos negros com um padrão estético similar ao dela a esse grupo. Desse modo, Taís Araújo, que apresenta um tom de pele 'mais claro', podendo, em alguns casos, até não ser considerada negra no contexto brasileiro, está posicionada à frente, em primeiro plano, o que, como já dito, confere-lhe mais saliência e a posiciona como informação mais importante. Já Zezé Motta, classificada como negra no contexto brasileiro, é representada em segundo plano, com menor proeminência. A saliência de Taís Araújo também pode estar relacionada ao fato de que esta estava, naquele momento, desempenhando o papel de Xica da Silva na novela de mesmo nome e, portanto, tinha maior destaque na mídia. Zezé Motta, que representara a personagem no cinema,

representa a mãe de Xica na trama televisiva. Assim, tal relação na novela (e mesmo na vida real, já que, em entrevista mencionada na revista, Taís afirma ser Zezé uma “mãezona” – forma de representação estereotipada comumente associada às negras mais velhas) e o fato de ter sido a veterana antecessora de Taís Araújo no papel podem ter determinado a escolha da forma de representação das atrizes. Além disso, a posição de Zezé Motta um pouco acima e atrás de Taís Araújo pode ser explicada pelo fato de ser necessário que se faça uma dupla apresentação desta: atriz iniciante, com o tom de pele ‘mais claro’ e traços faciais mais próximos do padrão ocidental hegemônico, Taís parece precisar de Zezé, atriz renomada e negra, para apresentá-la como atriz e negra, legitimando seu pertencimento a um grupo profissional e a outro racial.

Como visto anteriormente, o posicionamento de Taís Araújo majoritariamente no domínio do Dado, no entanto, parece já legitimar tal pertencimento: ela é modelo, atriz e negra, ainda que seu tom de pele ‘mais claro’ e traços faciais possam ser usados, no Brasil, para classificá-la como membro de um grupo racial distinto do de Zezé Motta. Esta participante, que se localiza no domínio do Novo, lugar de instanciação do Dado, parece corroborar o pertencimento de Taís Araújo ao seu grupo racial.

Vale enfatizar o conflito discursivo que parece ser gerado: é novo o fato de que Zezé Motta, negra, brasileira e atriz que, entretanto, não se classifica como modelo, acolha Taís Araújo, antes provavelmente não incluída no grupo dos negros, brasileira, atriz e modelo (pode-se perguntar se há, no país, uma relação entre a presumível classificação como ‘não-negra’ e uma possível classificação como ‘modelo’). Assim, a representação das duas atrizes como pertencentes à mesma classe, mesmo apresentando nuances de cor diferentes, como se observou quando da análise dos significados representacionais, pode indicar uma tentativa por parte da revista de reunir todas as categorias usadas como referência aos negros em um único

grupo, independentemente de seu uso para a representação de negros ‘mais claros’ ou ‘mais escuros’.

Quanto às chamadas, além do que já foi dito, cabe mencionar que, à exceção de “Jovens decretam: A nova onda é ser *black*”, chamada mais saliente, as outras seguem um padrão em que se tem um item topicalizado mais proeminente, reproduzido em caixa alta e com cores chamativas, e uma espécie de desenvolvimento desse tópico. O tópico, geralmente, é constituído pelo título de uma seção da revista (“Beleza”, “Moda” etc). Mencione-se também a presença de uma pequena tarja vermelha na parte inferior da capa em questão, indicando outras reportagens da revista. As chamadas aí inclusas, pelo fato de não seguirem o padrão das demais chamadas, não foram contempladas nesta análise. Chama a atenção, no entanto, o fato de se incluir na referida tarja a chamada que remete a uma reportagem sobre Zumbi dos Palmares. A baixa saliência conferida a essa chamada sugere que se lhe confere pouca importância, ao contrário do que ocorre com outras chamadas que remetem a tópicos como “Beleza”, “Moda” e “Cabelos”, por exemplo. Desse modo, subestima-se uma chamada com conteúdo político, que diz respeito a um ícone da história de luta dos negros brasileiros, o que soa incoerente, principalmente ao se levar em conta que se trata de uma edição publicada no mês em que se comemora o Dia da Consciência Negra.

Percebe-se que, à exceção da tarja mencionada anteriormente, localizada na parte inferior da capa da edição de 1996, os elementos acima analisados não são enquadrados, ou seja, não há nenhum recurso que os separe. Reforça a conexão entre os elementos que constituem tal capa a repetição de cores na formatação destes. Por conseguinte, tanto as imagens e as chamadas quanto estas entre si apresentam-se como um todo conexo, como itens de informação que se reforçam e se complementam.

A FIG. 9 representa esquematicamente os significados composicionais da capa da edição de novembro de 1996:



FIGURA 9 - Significados composicionais na capa de *Raça Brasil* de 1996

#### 4.1.2 Capa da edição de novembro de 1998

No que segue, apresenta-se a análise da capa da edição da revista *Raça Brasil* de novembro de 1998. Tal capa traz Keli Cristina e Sacramento como participantes representados (FIG. 10). Trata-se de modelos das agências Mega e Elite, respectivamente.

No que diz respeito aos significados representacionais, observa-se que a imagem que compõe a capa em questão apresenta uma estrutura complexa, uma vez que nela se identificam uma estrutura narrativa e uma conceitual. Quanto à primeira, é possível distingui-la a partir do vetor que é formado pela posição dos braços de Keli Cristina, o Ator, ao abraçar, por assim dizer, Sacramento, a Meta. Nesse caso, tem-se um processo de ação transacional unidirecional, que representa a figura feminina como ativa e com uma atitude direcionada à

figura masculina. Apesar de este não ser o foco deste trabalho, vale comentar que tal representação parece remeter a um discurso sexista que postula que a mulher deve agir para e



FIGURA 10 - Capa da edição de 1998 da revista *Raça Brasil*

em função do homem, ao mesmo tempo em que parece corroborar a imagem daquela como protetora. Quanto à estrutura conceitual, observa-se aqui um processo classificacional, em que os participantes representados encontram-se subordinados a três Superordenados: um relacionado a seu grupo racial, já que ambos são negros; outro relacionado à sua profissão, uma vez que ambos são modelos; e um terceiro, relacionado à nacionalidade, pois ambos são brasileiros. Como tais Superordenados podem ser recuperados apenas por inferência, a partir das similaridades entre os participantes Subordinados e pelo contexto/co-texto da revista, tem-se uma taxonomia fechada. Elementos que contribuem para a realização desse esquema classificatório são a composição praticamente simétrica, a forma descontextualizada como os

participantes são apresentados, o segundo plano neutro e a reduzida exploração da profundidade.

Algo que chama a atenção na imagem em questão é a apresentação dos participantes representados com o corpo quase nu. E, nesse caso, o que ficou mais à mostra, mais saliente, foi o corpo de Keli Cristina, que, ao abraçar Sacramento, esconde uma parte do corpo deste, evidenciando o seu – configuração que parece indicar uma maior exploração da sensualidade feminina. Tal exposição parece enfatizar a cor da pele dos participantes representados, ênfase que parece ir ao encontro da chamada mais saliente da capa de 1998, que traz como oração mais proeminente a que afirma “nossa cor é linda!”, a qual parece associar-se, assim como a chamada mais saliente da capa da edição de 1996, à ideologia do “black is beautiful”. Tais observações conduzem à identificação de um outro tipo de processo conceitual na imagem dessa capa para além do processo classificacional mencionado anteriormente. É possível distinguir nesta um processo analítico, em que Keli Cristina e Sacramento são os Portadores e em que é realçada a cor de sua pele como um Atributo Possessivo. Traços já apontados anteriormente, como a reduzida exploração da profundidade e das cores, o segundo plano neutro e a forte ênfase na pele dos participantes representados contribuem para a realização desse processo, o qual, inclusive, corrobora sua classificação como integrantes do grupo dos negros.

Outro ponto interessante no que diz respeito à configuração da imagem sob análise merece ser ressaltado: nota-se que, tanto no que diz respeito à simulação de nudez quanto no que concerne à pose dos participantes, a composição da imagem parece reforçar os discursos que representam o negro por meio de uma sensualidade exacerbada, especialmente no que diz respeito à mulher negra, nesse caso em destaque. Além disso, a forma de representação escolhida parece legitimar a imagem do Brasil como um lugar onde a sexualidade aflora livre e naturalmente.



A FIG. 11 sintetiza os significados representacionais construídos pela imagem da capa de 1998:



FIGURA 11 - Significados representacionais na capa de *Raça Brasil* de 1998

Passando aos significados interativos, observa-se que tanto Keli Cristina quanto Sacramento olham diretamente para o observador, realizando, assim, uma demanda a este. Desse modo, é possível pensar que os participantes representados convidam o observador a se identificar com eles e com a revista, a estabelecerem consigo uma relação de afinidade social, o que pode ser depreendido pelo sorriso amistoso e pela expressão simpática de Keli Cristina e Sacramento. Ao identificar-se com os modelos, o observador da imagem pode identificar-se também com a beleza de sua cor, ressaltada visualmente e exaltada verbalmente, e também com a sensualidade a esta associada. No caso das mulheres, sua identificação com a representação de Keli Cristina pode reforçar os discursos de subserviência das mulheres aos homens e, simultaneamente, de proteção dos homens pelas mulheres. A identificação dos homens com a representação de Sacramento pode fortalecer sua convicção nesses discursos naturalizados. No que tange ao enquadramento, pode-se dizer que os participantes representados são apresentados em plano médio, uma vez que são retratados

aproximadamente até a altura dos joelhos, o que resulta no estabelecimento de uma relação social entre estes e os participantes interativos. O significado que parece emergir aqui é o de que estes últimos podem interagir com os primeiros, mas não de forma íntima; nesse caso, a intimidade é permitida somente aos participantes representados entre si.

Keli Cristina e Sacramento são retratados a partir de um ponto de vista escolhido pelo produtor da imagem, em perspectiva, o que codifica uma atitude subjetiva deste último e, conseqüentemente, dos observadores, em relação aos primeiros. Como os participantes representados foram fotografados de lado, a partir de um ângulo oblíquo, eles são representados como não envolvidos com o observador. No entanto, apesar de seu corpo ter sido retratado lateralmente, seu rosto se volta para o observador para estabelecer contato com este. Nesse caso, segundo Kress e van Leeuwen (1996: 144), há uma dupla mensagem: “embora eu não seja parte do seu mundo, eu entro em contato com você, a partir do meu mundo”<sup>50</sup>. Conjugando a análise do ângulo horizontal à análise do enquadramento, é possível pensar que a distância dos participantes representados em relação aos participantes interativos representa o impedimento destes últimos de entrarem no mundo privado, íntimo dos primeiros. Mas pode-se pensar também que tal distanciamento sugere uma diferença entre o posicionamento adotado pelos participantes representados e aquele adotado pelo observador: os primeiros, se associados à chamada mais saliente da capa, podem ser vistos como assumindo e defendendo a beleza de sua cor, de sua negritude; ao passo que o observador, um leitor presumivelmente negro, talvez ainda não faça o mesmo e precise ser convencido. Desse modo, justifica-se a demanda, o convite para que este se identifique com o posicionamento daqueles e passe a valorizar e proclamar a beleza de sua cor. Quanto à escolha do ângulo vertical, observa-se que Keli Cristina e Sacramento foram retratados no mesmo nível do olhar do observador, o que coloca os participantes representados e os participantes interativos em

---

<sup>50</sup> Minha tradução de: “[...] ‘although I am not part of your world, I nevertheless make contact with you, from my own, different world’”.

uma relação de igualdade, forma de representação que contribui para o estabelecimento da identificação acima mencionada.

A FIG. 12 esquematiza os significados interativos construídos pela imagem da capa da edição de novembro de 1998:



FIGURA 12 - Significados interativos na capa de *Raça Brasil* de 1998

No que diz respeito aos significados da composição, observa-se que a imagem da capa da edição de 1998 orienta-se principalmente ao longo do eixo horizontal da página. Já as chamadas se orientam tanto ao longo do eixo vertical quanto ao longo do eixo do horizontal. Tal configuração espacial determinará as categorias utilizadas na análise da imagem e das chamadas.

No que se refere à imagem, do lado esquerdo da capa e, portanto, apresentados como Dado, encontram-se o rosto e corpo de Keli Cristina aproximadamente até a cintura, ou seja, exibe-se a maior parte da participante. Assim, a figura feminina negra e a representação que dela se constrói no texto multimodal, isto é, a ênfase na beleza e na sensualidade de sua cor e sua imagem como servil, sensual e protetora são aqui apresentadas como algo já conhecido, familiar para os observadores. Tais discursos são novamente naturalizados e

legitimados. Por seu turno, a pequena parte do corpo de Keli que se encontra do lado direito da capa, no domínio do Novo, pode estar relacionada ao posicionamento de valorização da negritude associado à participante representada, posicionamento este que parece não ser comum entre a maioria dos negros brasileiros. O mesmo pode ser dito a respeito de Sacramento, cuja figura se encontra do lado direito da capa, o que também parece sugerir que é Novo o fato de que os negros brasileiros, principalmente no que diz respeito aos homens, assumam sua negritude de forma positiva como o participante parece fazer. Por outro lado, a disposição desse participante no domínio do Novo contribui para a legitimação dos significados veiculados pelo sintagma Dado, ou seja, a configuração instancia e naturaliza a (auto)valorização da negritude, ao mesmo tempo em que contribui para a legitimação dos discursos veiculados pela representação construída no âmbito daquele sintagma. Desse modo, a partir da configuração visual dos participantes representados, parece haver um movimento por parte do produtor do texto no sentido de estabelecer a (auto)valorização do negro como um paradigma, que, no entanto, é novo e precisa ser legitimado. No que diz respeito aos discursos evocados por tal configuração, o efeito desta última parece ser o fortalecimento e a solidificação desses discursos.

Passando à análise das chamadas, observa-se que a mais saliente é justamente aquela que parece se relacionar à imagem que compõe a capa, a qual se encontra no domínio do Dado e do Real: “No Dia da Consciência Negra, grite bem alto: nossa cor é linda!”. A chamada é composta por um complexo oracional, constituído por duas orações. A primeira constrói-se em torno do processo verbal ‘grite’, cujo Dizente, elíptico, é o pronome ‘você’, ou seja, o leitor da revista. Nessa oração, verificam-se também dois elementos circunstanciais: um indicando tempo (‘No Dia da Consciência Negra’) e outro indicando modo (‘bem alto’). Tal oração projeta, por parataxe, uma oração relacional atributiva intensiva, cujo Portador é ‘nossa cor’ e cujo Atributo é ‘linda’. Chama atenção, neste caso, o processo verbal utilizado

para convocar os negros a proclamarem a beleza de sua cor: enquanto na chamada mais saliente da capa de 1996, os jovens decretavam que ser negro estava na moda; em 1998, convoca-se o leitor a, no Dia da Consciência Negra, gritar – e “bem alto” – que sua cor é linda. Associa-se, dessa forma, a consciência negra à auto-estima, que se manifesta, neste caso, por meio do orgulho pela cor – o que, como já mencionado, parece ecoar, assim como ocorre com a chamada mais saliente da edição de 1996, a ideologia do “black is beautiful”. É interessante notar a congruência entre o significado construído por essa chamada e aquele construído pela imagem que compõe a capa, em que a forma de representação dos participantes sugere uma atitude positiva em relação à sua cor.

A localização de tal chamada no domínio do Dado parece veicular o mesmo significado apreendido por meio da análise da parte da imagem que se encontra neste âmbito: a exaltação da beleza da cor negra por parte dos negros é representada como um paradigma, como algo que faz parte da cultura; se não da cultura como um todo, pelo menos da cultura da revista. E o fato de tal chamada estar no domínio do Real indica e, ao mesmo tempo, estabelece que seu conteúdo representa “o que é”, ou seja, que tal postura ocorre (ou deve ocorrer) na prática. Dentro da chamada, saliência especial é conferida à palavra ‘cor’, que é formatada em tamanho maior e em laranja, o que ressalta esse item, enfatizando sua conexão à imagem, especialmente no que diz respeito à pele dos participantes representados, que também se encontra em destaque. Além disso, o laranja da palavra ‘cor’ estabelece a conexão desta com a palavra ‘raça’ que compõe o título da publicação, o que pode indicar que a revista associa ou mesmo equipara esses dois termos. Essa aparente associação entre a identidade racial e a cor da pele remete à já mencionada tendência que Magalhães (2004: 37), com base em Fairclough (2003)<sup>51</sup> e Chouliaraki e Fairclough (1999)<sup>52</sup>, propõe chamar de “‘esteticização’ das identidades raciais”.

---

<sup>51</sup> FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London; New York: Routledge, 2003.

Continuando a análise das chamadas que também se encontram no âmbito do Dado, observa-se, logo acima da anteriormente analisada, também no domínio do Real, a chamada “Serviço público: Onde os negros concorrem em igualdade de condições”. A localização de tal chamada representa como consensual e real a idéia de que o serviço público é uma opção no mercado de trabalho para os negros, sem discriminação.

Ainda no domínio do Dado, mas no âmbito do Ideal, encontra-se a chamada: “A gíria desce o morro e vem brincar no asfalto”. Aqui, afirma-se que a linguagem criada na periferia tem se estendido para além desse lugar, ganhando espaço e tornando-se popular entre pessoas de classes sociais favorecidas economicamente. Tal informação é colocada como já conhecida do público da revista e, ao mesmo tempo, como idealizada, isto é, a valorização e o reconhecimento da cultura dos grupos minoritários por parte da sociedade como um todo é apresentada como “o que deve ser”.

A última chamada localizada no domínio do Dado e do Ideal é “40 novos maiôs e biquínis perfeitos para você”. Nesse caso, tal chamada relacionada à moda, à beleza, aparece como informação dada, que faz parte das preocupações, no caso, das mulheres de forma geral. Ao mesmo tempo, a apresentação dessa informação no âmbito do Ideal sugere que ela é idealizada, constituindo a promessa, por assim dizer, da revista às leitoras que aderirem aos modelos anunciados: eles ficarão “perfeitos”.

Continuando no âmbito do Ideal, mas passando ao domínio do Novo, encontra-se a chamada: “A cara do verão: Penteados bonitos e fáceis de fazer para depois da praia ou piscina”. Aqui, a apresentação de tal chamada no domínio do Ideal pode reforçar a promessa da revista para as leitoras da chamada analisada anteriormente, neste caso, de ter seus cabelos bonitos depois da praia ou da piscina e de o conseguirem de forma prática, fácil. Ademais, a localização da chamada no domínio do Novo parece sugerir que suas informações não eram

---

<sup>52</sup>CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. *Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis*. Edimburgo: Edinburgh U.P., 1999.

conhecidas pelas leitoras, de modo que tal beleza e praticidade no contexto em questão constituem uma novidade para elas.

A última chamada da capa da edição de 1998 a ser analisada se encontra no domínio do Novo e do Real e traz os dizeres: “Claudinho & Buchecha: Os irreverentes reis do funk-melody afirmam: ‘Fazemos sucesso, mas não esquecemos os velhos amigos’”. Nesse caso, o que parece ser o ponto central da chamada é a afirmação dos artistas de que, apesar da fama, eles preservam e ajudam “os velhos amigos”. A apresentação da chamada no domínio do Novo parece indicar que nem todos os artistas que, antes pobres, atingem o sucesso conservam os laços de amizade anteriores à fama como Claudinho e Buchecha dizem fazer. E a localização no âmbito do Real representa essas informações como verídicas, como se a humildade dos cantores fosse verdadeiramente algo que se verifica na prática.

No que diz respeito à saliência, nota-se que a imagem de Keli Cristina e de Sacramento é o elemento mais proeminente e, portanto, mais importante na capa da edição de 1998, o que resulta na ênfase da cor de sua pele e da demanda realizada pelos participantes representados sobre os observadores. Elementos seguintes na hierarquia da saliência parecem ser, respectivamente, o título da publicação e a chamada mais saliente da capa, os quais, inclusive, como já apontado, parecem conectar-se. O restante dos elementos parece possuir o mesmo *status*, cabendo, no entanto, notar que, dentro das chamadas, normalmente há itens mais salientes indicando o tópico destas. Assim, parece haver coesão entre os três elementos mais salientes da capa em questão – a imagem, o título da publicação e a chamada mais saliente: especifica-se a questão da raça ao se conectar esse termo aos participantes representados, representantes desta, e associam-se esses dois elementos à questão da cor.

De modo geral, observa-se que os elementos que constituem a capa da edição de 1998 encontram-se maximamente conectados, pelo fato de não haver entre eles recursos que

realizem sua separação e pela repetição e harmonia entre as cores usadas. Desse modo, a capa como um todo constitui uma unidade de informação.

Na FIG. 13, sintetizam-se os significados composicionais da capa da edição de 1998 analisada:



FIGURA 13 - Significados composicionais na capa de *Raça Brasil* de 1998

#### 4.1.3 Capa da edição de novembro de 2004

A seguir, é feita a análise dos significados construídos pela capa da edição de 2004 da revista *Raça Brasil*, que traz Isabel Fillardis como participante representada (FIG. 14). A reportagem da revista que traz o perfil dessa participante afirma que esta iniciou sua carreira como modelo, mas que, após passar em um teste para a oficina de atores da Rede Globo, teve sucesso como atriz e provou “que tinha mais predicados do que um mero rosto bonito”. Além de ressaltar a determinação e otimismo de Isabel Fillardis, a reportagem enfatiza seu engajamento social e menciona atitudes cidadãs por ela adotadas.





FIGURA 14 - Capa da edição de 2004 da revista *Raça Brasil*

Quanto aos significados representacionais, a imagem da capa sob análise apresenta uma estrutura complexa, em que se distinguem uma estrutura conceitual e uma estrutura narrativa. No que diz respeito à primeira, observa-se um processo analítico, em que Isabel é o Portador, e são realçados seus Atributos Possessivos – a pele, o cabelo, os traços realçados pela maquiagem, seus acessórios. Nesse caso, ao contrário do que se verifica nas imagens das capas analisadas anteriormente, não há um processo que classifique Isabel Fillardis como integrante do grupo dos negros. Mas seus Atributos parecem realizar a classificação acima mencionada e podem ser lidos, simultaneamente, como valorização de traços negros, como, por exemplo, os cabelos, por parte da revista e da participante representada e como ênfase na apresentação de Isabel Fillardis também como modelo. A participante posa para a foto como se para um catálogo de moda. Mas, nesse caso, é a própria Isabel e alguns de seus

‘predicados’ que se dão à vista. Percebe-se, aqui, uma forte exploração do sistema do olhar, o qual será analisado adiante.

Além do processo já mencionado, é possível falar em um segundo, narrativo, insinuado por um aparente vetor que se forma pela posição dos braços de Isabel, o Ator. Nesse caso, trata-se de um processo de ação não-transacional, uma vez que a ação realizada pela participante representada não é direcionada a outro participante. Desse modo, mesmo que em um grau menor, representa-se a participante de forma ativa – como modelo que desfila e como ator na sociedade – representação que é corroborada pela chamada relativa à sua imagem: “Isabel Fillardis fundou uma ONG que recicla lixo e emprega moradores de rua”.

A FIG. 15 apresenta esquematicamente os significados representacionais construídos pela imagem da capa de 2004:



FIGURA 15 - Significados representacionais na capa de *Raça Brasil* de 2004

Quanto aos significados interativos, observa-se que Isabel Fillardis realiza uma demanda ao observador por meio do olhar, o que pode ser interpretado como um convite para que este se identifique tanto com sua representação, construída visual e verbalmente, como

uma pessoa socialmente engajada, quanto com sua identidade negra. E a identificação do observador, leitor de *Raça*, com uma pessoa negra cuja beleza é enfatizada pode contribuir para o desenvolvimento da auto-estima desse leitor, presumivelmente negro. Observa-se, no entanto, que, diferentemente dos participantes representados nas capas das edições analisadas anteriormente, o sorriso de Isabel Fillardis é mais contido, seu semblante, mais ameno, e sua expressão mais afirma que demanda. Tal postura pode estar relacionada ao fato de Isabel já ser uma atriz “consagrada em cinema, teatro e televisão”, como afirma a reportagem da revista sobre esta participante, ao contrário, por exemplo, de Taís Araújo, em 1996. Além disso, é possível interpretar sua pose tanto como uma atitude de auto-identificação, de afirmação da negritude, como já mencionado, quanto como uma afirmação de ativismo, engajamento.

Quanto ao enquadramento, observa-se que a participante representada apresenta-se em plano fechado, uma vez que ela é retratada até a altura dos ombros aproximadamente. Desse modo, a atriz é representada como próxima dos observadores, numa relação de intimidade e afinidade com o público leitor de *Raça*. Isabel Fillardis foi retratada a partir de um ponto de vista escolhido pelo produtor da imagem, ou seja, em perspectiva, o que configura uma atitude subjetiva deste e, conseqüentemente, do leitor em relação à participante representada. Isabel Fillardis é apresentada a partir de um ângulo predominantemente oblíquo, o que indica uma atitude de distanciamento em relação aos observadores. Porém, embora seu corpo tenha sido retratado lateralmente, sua cabeça se movimenta em direção ao leitor, assim como ocorre com os participantes representados na capa da edição de 1998. É nesse momento que se estabelece o contato, por meio do sistema do olhar: a atriz, que seria um objeto de contemplação se permanecesse de perfil, se volta para o observador e realiza a demanda. Como já mencionado, Kress e van Leeuwen (1996:144) aponta para a existência de uma dupla mensagem nesse caso: “embora eu não seja parte do seu mundo, eu entro em contato com

você, a partir do meu mundo”<sup>53</sup>. Esse tipo de representação pode ser lido, por um lado, como indicativo de que nem todos os negros e negras brasileiras como Isabel Fillardis, com traços que os podem afastar da identificação com o grupo dos negros, assumem-se como negros como ela parece fazer. Por outro lado, a forma de representação usada pode sugerir que a postura cidadã que ela adota não é comum entre a maioria das pessoas, inclusive entre os observadores, pessoas presumivelmente negras. Daí a pertinência da demanda, do convite acima mencionado. Os significados construídos pelo ângulo vertical parecem reforçar aqueles apresentados anteriormente. Isabel Fillardis é representada no nível do olhar, o que estabelece uma relação de igualdade entre esta e o observador. A participante representada se coloca no mesmo nível deste, facilitando a questão da identificação, que parece orientar todos os recursos que realizam os significados interativos, os quais são sintetizados na FIG. 16:



FIGURA 16 - Significados interativos na capa de *Raça Brasil* de 2004

Quanto aos significados composicionais, observa-se que a imagem em questão orienta-se primordialmente segundo um eixo horizontal. Assim, será privilegiada, no que diz

<sup>53</sup> Minha tradução de: “[...] ‘although I am not part of your world, I nevertheless make contact with you, from my own, different world’”.

respeito ao valor informacional de seus elementos, a análise das categorias que se relacionam a tal configuração. Já as chamadas, que apresentam polarização horizontal e vertical, serão analisadas segundo sua orientação nesses dois eixos.

A imagem de Isabel Fillardis apresenta-se de forma que uma pequena parte do seu rosto e corpo é localizada do lado esquerdo, como informação Dada, e o restante, do lado direito, como informação Nova, configuração que apresenta a participante como informação predominantemente Nova. Pode-se pensar que o lado menor e Dado de Isabel é aquele que todos conhecem: sua profissão, sua carreira. Já o seu lado ‘cidadão’, sua postura responsável e consciente, nesse caso em destaque, não são tão divulgados e conhecidos assim. Desse modo, valoriza-se e divulga-se esse lado, ao mesmo tempo em que se convida o leitor a se identificar com ele e a aceitar o convite para a ação. Aliás, não é por acaso que a chamada relativa à imagem de Isabel e que a representa como uma pessoa ativa, engajada está localizada também do lado do Novo.

A análise das chamadas que compõem a capa em questão quanto aos princípios da composição se inicia por aquela mais saliente: “Consciência Negra vem do berço e depende de você! Saiba como orientar seu filho para ele crescer com auto-estima”. Tal saliência deve-se ao tamanho maior em que foi configurado o grupo nominal ‘Consciência Negra’ em relação ao restante dessa chamada e às outras que compõem tal capa. Além disso, chama atenção o fato de, mesmo dentro deste grupo nominal, o epíteto ‘negra’ vir em tamanho ainda maior em relação ao termo ‘consciência’ e na cor preta, assim como o restante da chamada, contrastando com a cor branca deste termo.

A chamada sob análise é composta por dois complexos oracionais. No primeiro, observa-se uma relação de parataxe entre duas orações. A primeira – “Consciência negra vem de berço” – apresenta um processo material (‘vem’), cujo Ator é o grupo nominal ‘consciência negra’. Neste grupo nominal, o epíteto ‘negra’ parece ser formado a partir do

sintagma preposicionado ‘dos negros’, indicador de posse, já que o significado que emerge de uma leitura mais atenta do grupo nominal é ‘consciência dos negros’. Esse processo de transformação já foi apontado por Magalhães (2006), trabalho que identificou sua ocorrência em grupos nominais como ‘pobreza negra’, ‘história negra’, ‘cidade negra’ e ‘beleza negra’. O uso do elemento circunstancial ‘de berço’ remete ao papel crucial dos pais no processo de desenvolvimento da auto-estima da criança negra, na formação de sua consciência. A segunda oração desse complexo oracional “e depende de você” é constituída por um processo relacional circunstancial atributivo (‘depende’), cujo Portador, no caso elíptico, é o mesmo grupo nominal configurado como participante na oração anterior (‘consciência negra’). Dessa forma, a revista relaciona essa consciência ao leitor, o Atributo do referido processo, que é representado por meio do pronome “você”. Assim, depreende-se o tipo de leitor ao qual a informação se dirige: pais de crianças negras. Tal endereçamento é confirmado e reforçado no complexo oracional “Saiba como orientar seu filho para ele crescer com auto-estima”, constituído por orações relacionadas por hipotaxe. Na primeira, o leitor, representado por meio do pronome elíptico ‘você’, é Experienciador do processo mental ‘saiba’, que projeta o complexo oracional “como orientar seu filho para ele crescer com auto-estima”. A oração “como orientar seu filho”, por sua vez, parece ser a redução de ‘como você deve orientar seu filho’, o que indica que o leitor, que, nesse caso, estaria novamente representado por meio do pronome ‘você’, é o Ator do processo material não-finito ‘orientar’, que tem como Meta o grupo nominal ‘seu filho’. A última oração desse complexo oracional (“para ele crescer com auto-estima”), relacionada à anterior por hipotaxe, indica o resultado do processo presente na primeira. Nessa oração, o pronome ‘ele’, que faz referência a ‘filho’, é o Ator do processo material não-finito ‘crescer’, que é modificado por um elemento circunstancial indicador de modo (‘com auto-estima’). Ressalte-se que a configuração desse último complexo oracional que compõe a chamada em questão, especialmente no que diz respeito à escolha do processo

‘saiba’ e das orações por ele projetadas, sugere a dificuldade da tarefa de educar/orientar um filho negro para que ele cresça com auto-estima.

A chamada em questão está localizada na parte inferior da página e, dessa forma, suas informações são representadas como fazendo parte do Real: a construção da consciência negra, inclusive na educação dos filhos, é colocada como sendo de ordem prática, como fazendo parte do dia-a-dia dos leitores de *Raça*. No que diz respeito à sua disposição no eixo horizontal, observa-se que a maior parte da chamada localiza-se no lado esquerdo, portanto, no domínio do Dado. Assim, a questão da consciência negra é representada como algo já conhecido e considerado um valor para a revista e para os seus leitores. A extensão dessa questão para o domínio do Novo, no entanto, a coloca como algo que, na prática, ainda pode ser problemático, o que inclusive é sugerido pelo conteúdo da chamada como um todo.

Continuando a análise das chamadas que se encontram do lado esquerdo da capa, no âmbito do Dado, logo acima daquela anteriormente analisada, encontra-se a seguinte chamada: “23 *looks* de verão: cabelos presos de arrasar, biquínis descolados”. A configuração desta chamada, que se relaciona à estética, no âmbito do Dado e do Real (é mínima a parte dela que se encontra na parte superior da página) pode estar relacionada à grande importância dada a essa questão (no caso dos negros, especialmente no que se refere aos cabelos), o que já foi comentado quando da análise da capa da edição de 1996. Desse modo, informações acerca desse assunto são representadas como reais e de especial importância para os leitores da revista, e tal *status* conferido a essa questão é representado como consensual entre os leitores.

Logo acima dessa chamada, já no domínio do Ideal, encontra-se a seguinte: “Nossa classe média existe! (Somos 5 milhões de brasileiros)”. A disposição desta no domínio do Dado e do Ideal pode indicar que, embora a existência dessa classe média negra seja colocada como uma possível aspiração, um desejo desse grupo, existe uma tentativa por parte da revista de atestar tal existência e de estabelecê-la como um novo paradigma.

Ainda no domínio do Dado e do Ideal, observa-se a chamada: “A mais bela negra do Brasil: Acompanhe as primeiras eliminatórias do concurso”. A localização dessa chamada no plano do Dado pode estar relacionada ao fato de os leitores da revista já conhecerem o concurso, por meio da divulgação em edições anteriores. Além disso, pode indicar uma tentativa da revista de estabelecer a beleza negra como um valor, tanto para muitos negros que não se mostram contentes com sua imagem, como para a sociedade como um todo. Já a representação dessa questão no plano do Ideal pode estar relacionada ao fato de tal valorização ainda não ocorrer na prática, configurando-se ainda como um desejo, um projeto.

No lado direito da capa da revista, encontram-se três chamadas: uma cujo assunto é saúde, outra relacionada a cinema e uma terceira, relacionada à imagem veiculada na capa, que se refere à atriz Isabel Fillardis. Além dessas chamadas, observa-se também, no plano do Real e do Novo, uma pequena chamada para a continuação de uma série de reportagens sobre quilombos. Sua localização no âmbito do Real pode estar relacionada ao fato de a reportagem trazer informações reais e atuais sobre os quilombos, e sua apresentação no domínio do Novo representa esse assunto como desconhecido pelos leitores, ao mesmo tempo em que o situa como uma questão que merece atenção especial. Tal chamada possui uma estrutura reduzida em relação às demais, mas sua localização e a saliência que lhe é conferida por meio do seu posicionamento sobre um segundo plano verde a dotam de especial importância. Assim, destaca-se uma chamada que, ao remeter a uma reportagem sobre uma comunidade remanescente quilombola, evoca também a história de luta e resistência dos negros contra a escravidão – o que lhe reveste de um caráter político.

A chamada “Coração saudável: Os benefícios de caminhar diariamente” encontra-se no âmbito do Ideal e do Novo, o que pode estar associado ao fato de suas informações, relacionadas às medidas para se ter um coração saudável, serem consideradas como algo que o leitor ainda não conhece, mas que ele idealmente deve adotar. Além disso, a apresentação



da informação no plano do Ideal pode estar relacionada ao *status* desta como “o que pode vir a ser” se o leitor adotar os conselhos do especialista divulgados pela revista.

A chamada que vem logo abaixo, ainda no âmbito do Ideal e do Novo, traz os seguintes dizeres: “Exclusivo: Como Denzel Washington cria os personagens”. Nesse caso, a revista chama a atenção para a natureza inédita das informações relacionadas a tal chamada: o processo de criação de personagens pelo ator social em questão, o que pode explicar sua apresentação no domínio do Novo. A localização da chamada no domínio do Ideal pode estar relacionada ao seu conteúdo: tal processo de criação não faz parte da realidade e, na maioria das vezes, nem do conhecimento dos expectadores dos filmes e, dentre estes, dos leitores de *Raça*.

Já no domínio do Novo e Real, encontramos a chamada, já mencionada anteriormente, relacionada à participante representada visualmente na capa da edição sob análise: “Isabel Fillardis fundou uma ONG que recicla lixo e emprega moradores de rua”. Tal chamada é composta por um complexo oracional, que contém uma oração primária (“Isabel Fillardis fundou uma ONG”) e uma oração encaixada (“que recicla lixo e emprega moradores de rua”). A primeira organiza-se em torno de um processo material (‘fundou’), cujo participante é Isabel Fillardis e cuja Meta é ‘uma ONG’. Esta, por sua vez, é colocada como Ator de dois processos materiais na oração encaixada: ‘recicla’ e ‘emprega’, cujas Metas são, respectivamente, ‘lixo’ e ‘moradores de rua’. Como já mencionado, a configuração de Isabel Fillardis como Ator em um processo material a representa como uma pessoa ativa, o que condiz com a representação visual da participante. Além disso, a chamada demonstra o engajamento e a responsabilidade social de Isabel Fillardis, na medida em que sua ação é criar uma organização que contribui não somente para a inclusão social, como também para a preservação do meio ambiente.

A presença desta chamada no domínio do Real sugere que seu conteúdo é de ordem prática: ela mostra “o que é”. Por outro lado, o fato de ela estar no âmbito do Novo a representa como algo ainda não conhecido pelos leitores, o que, inclusive, já foi apontado quando da análise da imagem. Além disso, tal disposição pode estar relacionada a um propósito, também já aludido, de se representar as atitudes da participante representada como algo que não faz parte do paradigma, ocorrendo somente em casos isolados.

A imagem de Isabel Fillardis, especialmente seu rosto, é o elemento mais saliente da capa da edição de *Raça* de 2004. Os elementos seguintes na hierarquia da saliência são o título da publicação e a chamada mais saliente da capa. No caso das chamadas, além do que já foi mencionado, cabe apontar que, como observado na análise das outras edições, parece haver um padrão em que se configura o tópico destas em caixa alta e cores chamativas, de modo a conferir-lhe saliência. Exceção, em 2004, é a chamada mais saliente da capa, em que é o desenvolvimento do tópico que se configura em caixa alta.

Quanto à moldura, observa-se que, na capa de 2004, não há recursos realizando a separação dos elementos, sejam eles visuais ou verbais, de modo que estes se apresentam maximamente conectados, complementando-se e reforçando-se mutuamente. Contribui para essa unidade entre os elementos a repetição de cores nas chamadas e na imagem. Ressalte-se a conexão que se parece estabelecer entre o título da revista, a imagem de Isabel Fillardis e a chamada a ela relativa por meio do uso da cor verde nesses três elementos. Assim, realiza-se novamente a associação da participante representada com a raça negra e, ao mesmo tempo, especifica-se de que raça se trata – já que, em 2004, não há mais o *slogan* em que se define a publicação como “A revista dos negros brasileiros” –, ao se colocar na capa da publicação uma mulher negra. A ausência do *slogan* será discutida adiante.

Na FIG. 17, apresentam-se sinteticamente os significados composicionais da capa da edição de *Raça* de 2004:



FIGURA 17 - Significados composicionais na capa de *Raça Brasil* de 2004

#### 4.1.4 Capa da edição de novembro de 2006

A última análise deste capítulo tem como foco a capa da edição de *Raça* de 2006, que traz como participante representada Liliane de Carvalho, popularmente conhecida como Negra Li (FIG. 18). Há anos na carreira de cantora, Negra Li estreou como atriz no final de 2006, interpretando uma das componentes de uma banda de rap na série *Antônia*, exibida pela Rede Globo, e no longa-metragem de mesmo nome.

No que diz respeito aos significados representacionais, a imagem que compõe a capa da edição de *Raça* de 2006 apresenta uma estrutura complexa, composta por uma estrutura narrativa e por uma estrutura conceitual. Quanto à primeira, nota-se, nesse caso, a existência de apenas uma participante, Negra Li, o Ator, de quem parte um vetor formado pela posição



FIGURA 18 - Capa da edição de 2006 da revista *Raça Brasil*

de seus braços e mãos. O gesto da participante representada pode ter uma dupla interpretação. É possível pensar que ela esteja realizando um passo de hip hop, o que configuraria um processo de ação não-transacional, passível de ser textualizado na linguagem verbal como ‘Negra Li dança’, por exemplo. Alternativamente, é possível entender tal gesto como uma espécie de processo de ação transacional bidirecional, em que a mesma participante seria ora o Ator, ora a Meta, estrutura que equivaleria, por exemplo, a uma oração como ‘Negra Li se mostra’ ou ‘Negra Li se apresenta’. Nesse caso, ter-se-ia uma ação da participante representada voltada para ela mesma, uma espécie de ‘voz reflexiva’ visual. Cabe lembrar que Kress e van Leeuwen (1996) não conceitua esse tipo de representação. Além desta, é possível observar outra estrutura narrativa na imagem em questão: nota-se que Negra Li entreabre os lábios, mas não sorri, configuração visual que pode ser vista como um processo de fala e que poderia ser textualizada verbalmente como uma oração do tipo ‘Negra Li canta’ ou ‘Negra Li

conta sua história'. Nesse caso, Negra Li seria o Dizente, e, como não se reproduz o conteúdo da fala da participante, o processo não estaria projetando um Enunciado, situação que também não é contemplada por Kress e van Leeuwen (1996).

No que diz respeito à estrutura conceitual da imagem em questão, é possível distinguir nesta um processo analítico, em que Negra Li é o Portador e são realçados Atributos Possessivos, como seus acessórios; seus traços faciais ressaltados pela maquiagem; suas unhas 'bem feitas' e, embora em menor grau, por estarem relativamente escondidos pelo título da publicação, os cabelos crespos da participante. Este último processo parece contribuir para a classificação de Negra Li como pertencente ao grupo dos negros, ao destacar seu cabelo e seus acessórios, que parecem remeter ao estilo das negras africanas.

Os significados representacionais construídos pela imagem da capa da edição de 2006 de *Raça Brasil* encontram-se sumarizados na FIG. 19:



FIGURA 19 - Significados representacionais na capa de *Raça Brasil* de 2006

Quanto aos significados interativos, observa-se que Negra Li olha diretamente para o observador, interagindo com este e realizando uma demanda. Ressalte-se a peculiaridade do

olhar da participante representada: ela não somente olha para o observador, mas o encara, como se para hipnotizá-lo. Sua expressão é séria e contida. A partir dessa configuração, é possível pensar que Negra Li demanda a atenção do observador. Ela pede que ele a veja, a conheça (o que a chamada relativa à imagem também faz, como se verá adiante) e se identifique com ela, com sua história e com a própria publicação. É possível pensar que, por meio de seu gesto, Negra Li se mostra como uma mulher negra da classe baixa que, com trabalho e esforço, tornou-se a “musa do hip hop nacional” (como relata a reportagem da revista sobre a participante), e, por meio do olhar, ela demanda que o observador, também (presumivelmente) negro, se identifique com sua história. Nesse sentido, parece haver uma conexão entre a imagem, a chamada a ela relativa – “Negra Li: Conheça a história da musa do hip hop nacional” – e a chamada mais saliente da capa – “Acorde! Vire a mesa agora. Atitudes positivas para você conquistar seu espaço, ter o sucesso que merece e 100 palavras para se sentir capaz, digno, majestoso e vencedor” –, as quais serão analisadas a seguir. Os outros recursos que realizam os significados interativos parecem contribuir para que se estabeleça essa relação de identificação entre a participante representada e o observador. No que diz respeito ao enquadramento, observa-se que a imagem apresenta Negra Li aproximadamente até a altura dos ombros, ou seja, em plano fechado, o que a representa como próxima, íntima do observador. A participante representada é retratada em perspectiva, a partir do ponto de vista do produtor da imagem, o que configura uma atitude subjetiva deste e, conseqüentemente, do observador em relação àquela. O ângulo horizontal escolhido para a produção da imagem foi o ângulo frontal, isto é, o plano frontal da participante representada coincide com o plano frontal do produtor da imagem. Assim, representa-se Negra Li como envolvida com o observador, o qual, de acordo com o significado construído pelo recurso em questão, faz parte do mundo daquela. E, quanto ao ângulo vertical, observa-se que o olhar da

participante representada encontra-se no mesmo nível do olhar do observador, representando a relação entre estes como igualitária.

A FIG. 20 sintetiza os significados interativos construídos pela imagem da capa sob análise:



FIGURA 20 - Significados interativos na capa de *Raça Brasil* de 2006

No que diz respeito aos significados composicionais da capa da edição de 2006, nota-se que, assim como ocorre nas demais edições analisadas neste trabalho, a imagem que a compõe orienta-se primordialmente ao longo do eixo horizontal da página, ao passo que a maioria das chamadas se orienta tanto ao longo do eixo vertical quanto do eixo horizontal. Desse modo, a imagem em questão será analisada conforme a configuração Dado-Novo, enquanto as chamadas serão analisadas tanto no que diz respeito a essa configuração quanto conforme sua disposição como elementos Ideais ou Reais, quando pertinente.

A imagem de Negra Li é disposta na capa de forma que uma metade situa-se do lado esquerdo, como elemento Dado, e a outra situa-se no lado direito, como elemento Novo. Pode-se argumentar que o aspecto Dado, consensual da participante representada é sua identificação como integrante do grupo dos negros brasileiros, representação que, como já



aludido, realiza-se na imagem por meio de um processo conceitual. Além disso, tal apresentação pode significar um movimento da revista no sentido de estabelecer a ascensão de pessoas negras, como é o caso de Negra Li, como um paradigma, como algo que faz parte da cultura. No entanto, tal paradigma precisa ser confirmado, o que é feito por meio da apresentação de metade da imagem da participante no domínio do Novo. A disposição de uma parte de Negra Li como elemento Novo pode estar relacionada também ao fato de ela estar no início de sua carreira como atriz e só recentemente ter começado a fazer sucesso na mídia, sendo, portanto, ainda desconhecida do público em geral.

A maioria das chamadas que compõem a capa da edição de *Raça* de 2006 se orienta tanto ao longo do eixo vertical quanto ao longo do eixo horizontal. Esse é o caso das chamadas que serão analisadas a seguir.

No âmbito do Dado e do Ideal, observam-se as chamadas “Cabelos lindos: Soluções fáceis. Controle o volume dos crespos e dê balanço aos lisos” e “Dinheiro à vista: Dicas valiosas para planejar bem os gastos com o 13º”. A localização da primeira no domínio do Dado pode estar relacionada ao fato de ser a questão dos cabelos uma preocupação comum entre muitos integrantes do grupo dos negros, principalmente entre as mulheres, o que já foi apontado em vários momentos no presente trabalho. A palavra ‘soluções’, inclusive, sugere ser o trato com os cabelos um problema, e o epíteto ‘fáceis’ colocado para ‘soluções’ indica que algumas destas podem ser complicadas. E a disposição desta chamada no âmbito do Ideal a representa como a promessa da revista para as leitoras, a qual pode ou não se concretizar. Um aspecto que chama a atenção é a inclusão dos cabelos lisos no contexto de tal chamada, o que os representa como tão ‘problemáticos’ como os cabelos crespos volumosos quando não têm ‘balanço’. Nesse caso, parece ser feita referência aos efeitos de recursos de alisamento usados pelos negros na tentativa de aderir ao padrão de cabelos hegemônico. Ressalte-se que, nesta chamada, o cabelo crespo parece ser encarado como um problema somente quando



possui excesso de volume: se este for controlado, por meio das “soluções fáceis” fornecidas pela revista, os cabelos ficarão “lindos”. Nesse sentido, a chamada parece valorizar o padrão de cabelos dos negros, valorização que possui um correspondente visual na imagem de Negra Li.

Do mesmo modo, a chamada “Dinheiro extra à vista: Dicas valiosas para planejar bem os gastos com o 13º” possivelmente é representada como informação Dada porque questões financeiras são comumente um objeto de preocupação de quaisquer pessoas que precisem ou queiram controlar seus gastos, pessoas estas que, nesse caso, são os leitores da revista. E a representação desta como contendo informações Ideais, por um lado, pode estar associada à leitura de que o “dinheiro extra” é uma promessa da revista para aqueles leitores que seguirem as “dicas” por ela fornecida. Outra possibilidade de interpretação é considerar que o “dinheiro extra” é o próprio 13º, de modo que se representam as dicas de economia como algo que idealmente deve ser adotado pelo leitor.

Predominantemente no âmbito do Ideal e no domínio Novo, encontram-se as chamadas: “30 biquínis e sungas para você brilhar no verão”, “Mais saúde! Mude seus hábitos de alimentação e viva melhor” e “Adoção: Pratique você também este gesto”. A primeira, cujo conteúdo refere-se à moda, à estética, pode estar representada como informação idealizada por representar, assim como as duas chamadas analisadas anteriormente, uma promessa para os observadores que adotarem um dos visuais trazidos pela revista: eles brilharão no verão. A localização de tal chamada no domínio do Novo pode indicar que os modelos dos trajes anunciados são desconhecidos desses observadores. O mesmo pode-se dizer a respeito da segunda chamada listada acima: encontra-se localizada no domínio do Ideal porque, por meio dela, a revista promete “mais saúde” e uma vida melhor para aqueles que mudarem seus hábitos alimentares conforme por ela sugerido. E sua localização no âmbito do Novo representa as informações nela contidas como desconhecidas dos leitores da

publicação. A chamada “Adoção: Pratique você também este gesto”, por sua vez, pode estar no domínio do Ideal pelo fato de estimular um “gesto” que o observador deveria idealmente praticar: a adoção. E a disposição desta no âmbito do Novo pode estar associada ao fato de tal atitude não ser comum entre os leitores.

No âmbito do Novo e do Real, observa-se apenas uma chamada: “Negra Li: Conheça a história da musa do hip hop nacional”. Essa chamada, que se relaciona à imagem da capa, é composta por um absoluto, um grupo nominal constituído pelo nome da participante representada, e por uma oração contendo um processo mental (‘conheça’), cujo Experienciador, elíptico, é o leitor, provavelmente representado por meio do pronome ‘você’. O Fenômeno, neste caso, é “a história da musa do hip hop nacional”, ou seja, a história de Negra Li. Desse modo, a chamada convida o leitor a se inteirar da trajetória da participante representada até chegar ao sucesso que esta vivenciava à época da publicação, quando estrelava um filme que chegaria em breve aos cinemas e uma série que iria ao ar pela Rede Globo. Verifica-se, então, uma congruência entre a representação narrativa visual da participante, em que esta parece se apresentar e contar sua história ao público leitor de *Raça*, e a chamada relativa à imagem.

A localização dessa chamada no domínio do Novo pode ser explicada pelo fato de, provavelmente, a maioria dos observadores não conhecerem a história de Negra Li, já que esta se encontra no início de sua carreira como atriz, o que, conseqüentemente, deu-lhe projeção também como cantora – já que essa é a profissão de sua personagem. E a localização de tal chamada no âmbito do Real representa as informações nela contidas como verídicas e confiáveis.

Finalmente, centralizada na parte inferior da capa, encontra-se a chamada já mencionada anteriormente em que se lê: “Acorde! Vire a mesa agora. Atitudes positivas para você conquistar seu espaço, ter o sucesso que merece e palavras para se sentir capaz, digno,

majestoso e vencedor”. A chamada sob análise é composta por duas orações e por um complexo oracional cuja oração primária possui um processo elíptico. A primeira oração é composta pelo processo comportamental ‘acorde’, cujo Comportante, elíptico, é o leitor, o qual seria provavelmente representado por meio do pronome ‘você’. A segunda oração é composta pelo processo material ‘vire’, que tem também o leitor, mais uma vez elíptico, como Ator; e que traz como Meta o grupo nominal ‘a mesa’. Além disso, observa-se também nessa oração um elemento circunstancial indicador de tempo (‘agora’). A expressão ‘virar a mesa’, assim como o processo ‘acordar’, conforme usado neste contexto, podem ser vistos como metafóricos, de modo que sua realização mais congruente seria, provavelmente, orações do tipo ‘mobilize-se’, ‘mude de atitude’. Além dessas orações, como já apontado, há também na chamada um complexo oracional em que o processo da oração primária encontra-se elíptico. A Meta deste processo elíptico é constituída por um grupo nominal complexo, que se inicia pelo grupo nominal ‘atitudes positivas’, o qual é elaborado por uma oração encaixada com um processo material não-finito (‘conquistar’). O Ator de tal processo é o leitor, representado pelo pronome ‘você’, e a Meta é ‘seu espaço’. Na oração seguinte, também encaixada no grupo nominal ‘atitudes positivas’, observa-se o processo relacional possessivo atributivo não-finito ‘ter’, cujo Portador, elíptico, é novamente o pronome ‘você’ e cujo Atributo é ‘o sucesso que merece’. Nesse Atributo, identifica-se uma oração encaixada com um processo relacional possessivo atributivo (‘merece’), que modifica o grupo nominal ‘o sucesso’ e cujo Portador é o leitor, representado provavelmente por meio do pronome elíptico ‘você’. Em seguida, tem-se outro grupo nominal, relacionado ao anterior por extensão, que tem como núcleo o termo ‘palavras’. Este é também modificado por uma oração encaixada contendo um processo mental não-finito (‘se sentir’), que tem como Experienciador o leitor, novamente elíptico. Esse último processo é acompanhado por elementos circunstanciais (‘capaz, digno, majestoso e vencedor’), que parecem elaborá-lo, indicando papel.

Se se tentar recuperar o processo elíptico na oração primária desse complexo oracional, provavelmente ter-se-á uma estrutura com um processo material do tipo ‘Apresentamos atitudes positivas...’, o que coloca os produtores da revista como Atores. Eles seriam, então, os responsáveis pela ação de apresentar aos leitores “atitudes positivas” que estes devem adotar para serem bem-sucedidos e “palavras” para promover sua auto-estima. Além disso, são os produtores da publicação que incentivam, convocam o leitor a se mobilizar, a mudar de postura. Ressalte-se que, diferentemente do que ocorre nas outras edições, em 2006, a chamada mais saliente não traz nenhum item que a relacione especificamente aos negros, embora a reportagem a ela relativa se situe na seção cujo assunto é ‘Consciência Negra’.

O fato de a chamada sob análise figurar em posição central, mesmo que na parte inferior da capa, confere especial importância a seu conteúdo, importância advinda também do fato de se tratar da chamada mais saliente da capa. Nesse caso, a saliência provém da formatação das duas primeiras orações em caixa alta e em tamanho maior que o do restante da própria chamada e que o das outras chamadas, sendo a primeira ainda maior que a segunda. Além disso, a cor branca da oração “Acorde!” e a cor preta da oração “Vire a mesa agora!” são enfatizadas por contrastar com seu segundo plano, formado pela imagem do colo da participante representada. Assim, ressalta-se uma chamada que convoca o leitor a mudar de postura, a adotar uma atitude positiva, e que estimula sua auto-estima; enfim, uma chamada que pode, à primeira vista, ser associada à questão da consciência negra, se se considerar que a publicação se dirige a leitores negros. E o fato de esta localizar-se no âmbito do Real representa essa nova postura, essa mudança de atitude como algo que o observador deve adotar na prática.

Quanto à saliência, além do que já foi dito anteriormente, cabe ressaltar que a imagem de Negra Li constitui o elemento mais proeminente da capa, seguido do título da

publicação e da chamada mais saliente, analisada acima. No que diz respeito à moldura, não se observam recursos que realizem a desconexão dos elementos que compõem a capa da edição de 2006, de modo que estes se apresentam maximamente conectados, constituindo uma unidade de informação. Nota-se que a repetição de cores em determinados elementos também reforça sua conexão. O caso que parece mais significativo é a coesão que se estabelece, por meio da repetição da cor laranja, entre o título da publicação, a imagem de Negra Li, seu nome, reproduzido na chamada referente à imagem, e o número '100' da chamada mais saliente. Desse modo, a participante representada é, também assim, associada à raça negra, ao mesmo tempo em que se corrobora o fato de se tratar de uma revista que tem como público-alvo os negros, ao se relacionar à publicação uma participante pertencente a essa raça. Além disso, associam-se também, por meio da referida repetição das cores, a chamada mais saliente, relativa à promoção da auto-estima dos leitores e que parece estar relacionada à questão da consciência negra; Negra Li, como uma representante dessa consciência e auto-estima; e a questão da raça, que envolve tais aspectos.

Na FIG. 21, apresentam-se sinteticamente os significados composicionais da capa de *Raça* de 2006:



FIGURA 21 - Significados composicionais na capa de *Raça Brasil* de 2006

#### 4.1.5 A modalidade em capas da revista 'Raça Brasil'

Como a capa de todas as edições da revista *Raça Brasil* analisadas parecem obedecer a um mesmo padrão em termos de modalidade, decidiu-se por analisá-las conjuntamente no que diz respeito a esse aspecto. Para tanto, observam-se os marcadores de modalidade nas imagens em relação ao padrão naturalístico.

Quanto à cor, observa-se que, em todas as capas, a saturação, a diferenciação e a modulação são exploradas de modo a conferir uma alta modalidade às imagens. No entanto, essa modalidade diminui na medida em que os participantes são representados de forma descontextualizada, com um segundo plano neutro, o que, de acordo com Kress e van Leeuwen (1996), representa-os como exemplos típicos. No contexto da revista, essa forma de representação pode estar relacionada a um propósito da publicação de retratar em sua capa atores sociais negros que podem constituir um ponto de identificação positiva para o observador da imagem, leitor de *Raça*. No que diz respeito à representação, observam-se que, nas capas sob análise, a exploração dos detalhes respeita os limites do naturalismo fotográfico, realizando uma alta modalidade, a qual também é gerada pela profundidade, ou seja, pela perspectiva adotada. Uma fonte de iluminação específica parece incidir sobre os participantes representados, o que caracteriza uma alta modalidade naturalística. Por fim, como os valores de brilho representados equivalem àqueles possibilitados pela fotografia, esse marcador também realiza uma alta modalidade.

É possível concluir, então, a partir da observação desses marcadores, que as imagens das capas das edições analisadas apresentam alta modalidade naturalística: no geral, a representação dos participantes, já discutida anteriormente, é apresentada como correspondente à realidade. Desse modo, o observador, leitor de *Raça*, é alinhado à

representação que se constrói e inserido em uma relação de afinidade social com a revista e seus produtores.

Finalmente, cabe tecer um breve comentário acerca da apresentação visual do título da publicação e de seu *slogan*, em cada uma das edições do corpus. Ressalte-se o caráter secundário desta análise, já que, dentre os elementos constitutivos da capa, o foco principal deste trabalho, no que diz respeito ao modo semiótico verbal, são as chamadas.

Nas edições da revista *Raça Brasil* analisadas, como é comum entre a grande maioria das revistas, o título é configurado em tamanho maior que o do restante das chamadas, em cores chamativas e se encontra na parte superior da capa, indo de um extremo ao outro de suas laterais. Tais disposição e formatação dotam-no de grande saliência e importância.

Quanto ao *slogan*, em 1996 e em 1998, uma espécie de identificação da publicação, especificando seu público-alvo – “A revista dos negros brasileiros” – encontra-se superposta ao título, indo, assim como este, de um extremo ao outro do eixo horizontal da capa, formatado em caixa alta e com cores que contrastam com a do segundo plano, o que lhe confere também grande saliência. Já em 2004, o *slogan* “100% com você” se encontra abaixo do título, também em caixa alta, mas em tamanho menor e letras brancas, com o fundo composto por parte da imagem de Isabel Fillardis. Nota-se, então, uma diminuição da saliência e, portanto, da importância do *slogan* na edição de 2004. Na capa da edição de 2006, entretanto, não se identifica mais nenhum *slogan*. É possível pensar que, em 1996, quando do lançamento da revista, era necessário estabelecer e ressaltar seu direcionamento, ao passo que, em 2004, com a publicação já (re)conhecida, esse tipo de *slogan* com seu respectivo destaque já não era necessário. Passa-se, então, a identificar o leitor apenas por meio do item ‘você’, o qual parece privilegiar a interação e buscar a proximidade com aquele, ao representá-lo por meio da personalização sintética (cf. FAIRCLOUGH, 1989). Como um todo, o *slogan*

ênfatiza a associação ‘incondicional’ entre a revista e o leitor. Em 2006, tais interação e associação são suprimidas, talvez por se considerar que o público-alvo da publicação já conhece seu direcionamento a um público de negros e já esteja a par do alinhamento da revista com este. Por outro lado,   possível pensar que a mudanç a no que diz respeito ao uso do *slogan* seja conseq u ncia de uma mudanç a no público-alvo da publicação.

Na seção a seguir, apresenta-se a discussão dos significados construídos pela capa das edições do corpus.

#### 4.2 Discussão dos dados

O QUADRO 1 sintetiza os resultados da análise dos significados representacionais, interativos e composicionais das capas das edições de 1996, 1998, 2004 e 2006 da revista *Raça Brasil*.   possível observar que, embora as capas das edições relativas a cada um dos períodos de publicação da revista apresentem a maioria dos traços em comum, elas diferem quanto a certos aspectos.

Quanto aos significados representacionais, observa-se que todas as capas apresentam uma estrutura conceitual, que, de forma geral, realiza ou enfatiza a identificação dos participantes representados ao grupo dos negros. Isso mostra que a representação dos atores sociais que figuram na capa da revista como integrantes desse grupo é uma constante, o que já se poderia esperar em uma revista cujo *slogan*, em seus primeiros anos de publicação, a identifica como “A revista dos negros brasileiros”. Tal representação, no entanto, parece se revestir de especial importância quando se apresentam na capa pessoas que, no contexto brasileiro, poderiam não ser classificadas como negras. É o caso, por exemplo, de Taís Araújo, na capa da edição de 1996, a qual, por ter um tom de pele ‘mais claro’ e traços faciais



| <i>Aspectos analisados</i>                       | <b>Edição de novembro de 1996</b>  | <b>Edição de novembro de 1998</b>  | <b>Edição de novembro de 2004</b>   | <b>Edição de novembro de 2006</b>   |
|--|--|--|---|---|
| Nº de participantes representados                | 2  | 2  | 1   | 1   |
| <b>Quanto aos significados representacionais</b> |  |  |   |   |
| Tipo de estrutura                                | Conceitual   | Narrativa e Conceitual   | Narrativa e Conceitual  | Narrativa e Conceitual  |
| Tipo de processo                                 | Processos classificacional e simbólico   | Processos de ação transacional unidirecional, classificacional e analítico | Processos de ação não-transacional e analítico  | Processos de ação não-transacional, transacional bidirecional e analítico             |
| Circunstâncias                                   | Não se aplica  | Não se aplica  | Não se aplica   | Não se aplica   |
| <b>Quanto aos significados interativos</b>       |  |  |   |   |
| Contato  | Demanda  | Demanda  | Demanda   | Demanda   |
| Distância Social                                 | Íntima/pessoal   | Social   | Íntima/pessoal  | Íntima/Pessoal  |
| Atitude  | Subjetividade  | Subjetividade  | Subjetividade   | Subjetividade   |
| Inclusão   | Envolvimento   | Distanciamento   | Distanciamento  | Envolvimento  |
| Relação de Poder                                 | Igualdade  | Igualdade  | Igualdade   | Igualdade   |
| Modalidade                                       | Naturalística  | Naturalística  | Naturalística   | Naturalística   |
| <b>Quanto aos significados composicionais</b>    |  |  |   |   |
| Valor informacional                              | Polarizado – Predomínio de estrutura Dado/Novo                                   | Polarizado – Predomínio de estrutura Dado/Novo                             | Polarizado – Predomínio de estrutura Dado/Novo  | Polarizado – Predomínio de estrutura Dado/Novo  |
| Elemento Imagético Dado                          | (Maior parte de) Taís Araújo   | Keli Cristina  | (Menor parte de) Isabel Fillardis   | Metade da figura de Negra Li  |
| Elemento Imagético Novo                          | (Maior parte de) Zezé Motta  | Sacramento   | (Maior parte de) Isabel Fillardis   | Metade da figura de Negra Li  |
| Chamada relativa à imagem da capa                | Identificação das atrizes sociais com o grupo racial de negros como Dado e Ideal | Beleza da cor dos negros como Dado e Real                                  | Atitudes cidadãs de Isabel Fillardis como Novo e Real                                       | História de Negra Li como Novo e Real   |
| Chamada mais saliente                            | Nova onda <i>black</i> como Novo e Real  | Beleza da cor dos negros como Dado e Real                                  | Construção da consciência negra e da auto-estima pela família como Real e predominante Dada | Incentivo à adoção de atitudes positivas e à auto-estima do leitor como Centro e Real |

QUADRO 1 - Quadro comparativo dos significados das capas das edições de 1996, 1998, 2004 e 2006, de acordo com as categorias da gramática do *design* visual

aparentemente próximos do padrão ocidental hegemônico, possivelmente seria dissociada do grupo dos negros. Desse modo, pode-se argumentar, a revista realiza um movimento no sentido de incluir nesse grupo pessoas que, de acordo com critérios exclusivamente fenotípicos, poderiam ser classificadas como não pertencentes a ele, de modo a fortalecê-lo. Tal preocupação é identificada não somente no período inicial da publicação, mas também na capa da edição de 2004, representativa de um período mais recente. No entanto, nesta edição, o fato de se representar exclusivamente uma participante que, se comparada a atores sociais representados nas capas das demais edições do corpus, apresenta traços faciais mais próximos do padrão ocidental hegemônico pode contribuir para a acentuação do preconceito, como aponta D'Adesky (2001: 47), que entende esse fenômeno como uma forma de exclusão baseada em critérios fenotípicos.

A edição de 1996 é a única que possui somente estrutura conceitual. A ênfase nesta parece recair especialmente sobre a identificação de Taís Araújo como negra e, portanto, no fortalecimento do grupo dos negros, e na representação da brasilidade das participantes, que se realiza, visualmente, por meio de um processo simbólico e por meio de um processo classificacional. A questão da brasilidade pode ser observada também no *slogan* da publicação nos seus anos iniciais e, como já mencionado, parece remeter à supressão da herança cultural africana, no contexto discursivo brasileiro mais amplo. As capas de 1998, 2004 e 2006 apresentam, além de uma estrutura conceitual, uma estrutura narrativa. Nestas, o processo conceitual analítico, de forma geral, parece sempre contribuir para a realização da classificação dos participantes representados como negros, classificação que, em 1998, também se realiza por meio de um processo classificacional. No caso desta edição, a negritude parece estar fortemente associada a traços fenotípicos, especialmente à questão da cor, o que, de certa forma, parece ir de encontro aos significados construídos na capa da edição de 1996, a qual, ao incluir Taís Araújo no grupo dos negros, sugere uma rejeição ao

critério fenotípico. Entretanto, levando-se em consideração os significados construídos pela chamada mais saliente da capa desta edição (“Jovens decretam: A nova onda é ser *black*”), observa-se, paradoxalmente, a valorização desse critério, na medida em que se evoca a ideologia do “black is beautiful”. Tal evocação pode ser identificada também na capa da edição de 1998, tanto por meio da imagem, que enfatiza a cor dos participantes representados, quanto por meio da chamada a ela relacionada (por sinal, a mais saliente): “No dia da Consciência negra, grite bem alto: nossa cor é linda!”. Desse modo, é possível argumentar que, nas edições representativas do período inicial da revista, a evocação do “black is beautiful”, ao remeter à já mencionada “esteticização da identidade racial” (MAGALHÃES, 2004, 2006), exalta a beleza e harmonia da mistura de raças no Brasil e contribui para reforçar o mito de que existe uma democracia racial no país.

Em 2004 e 2006, verifica-se a ausência do *slogan* que enfatiza a brasilidade. Nesta última edição, observa-se também que o processo analítico propicia a associação do estilo de Negra Li ao das negras africanas, o que parece indicar a valorização dessa herança. Assim, parece haver a representação de discursos conflitantes nos dois períodos sob análise no que diz respeito à incorporação e valorização da herança cultural africana: enquanto mais recentemente parece haver essa valorização, no período inicial a ênfase parece ser na brasilidade.

Em 1998, 2004 e 2006, há a representação de participantes como ativos. Porém, essa representação realiza-se de forma diferente na edição de 1998, representativa do período inicial da revista, se comparada àquelas referentes a um período mais recente. Naquela, o papel de Ator é conferido à figura feminina, que, no entanto, age em função do homem. Nesse caso, a imagem parece evocar um discurso sexista. Vale lembrar que, nessa mesma edição, a simulação de nudez dos participantes representados remete a discursos preconceituosos que constroem a imagem dos negros e negras como pessoas com uma sexualidade aguçada,

principalmente no que diz respeito à figura feminina, nesse caso mais exposta. Nas edições de 2004 e 2006, as participantes representadas não têm sua ação direcionada a uma Meta ou ação sobre si mesmas. Desse modo, representa-se a figura destas como independentes, autônomas para atuarem, mobilizarem-se, seja adotando atitudes socialmente responsáveis, como é o caso de Isabel Fillardis, ou adotando “atitudes positivas” em favor de si próprias, como parece ser o caso de Negra Li, o que é sugerido pela associação que se parece estabelecer entre a chamada mais saliente da capa e a imagem da participante. Assim, de forma geral, as edições de *Raça* representativas de um período mais recente parecem convidar seu público a adotar uma postura mais ativa e afirmativa, por meio de sua identificação com a representação dessas participantes.

Analisando conjuntamente a capa de todas as edições do corpus quanto à imagem, observa-se a existência de uma taxonomia e, portanto, de um processo classificacional. Haveria, nesse caso, um Superordenado, que parece constituir um critério para a seleção dos atores sociais que compõem a capa. Tal Superordenado está relacionado à questão da ascensão social: os atores sociais representados na capa das edições analisadas – tanto visual quanto verbalmente – são sempre pessoas (re)conhecidas, que ascenderam socialmente, por meio de seu trabalho, e/ou que se encontram na mídia. É possível pensar que o objetivo da publicação é representar pessoas que constituem um ponto de identificação positiva para os leitores, identificação esta que se busca realizar visualmente, em todas as capas analisadas, principalmente por meio do olhar dos participantes representados, que sempre se direciona ao observador, interagindo com este. Desse modo, realiza-se uma demanda, que parece ser sempre no sentido de convidar, pedir ao observador que se identifique com o próprio participante representado, com sua representação e com a publicação, promotora de todos esses significados. Tal padrão evidenciado nas capas analisadas vai ao encontro do que afirma Kress e van Leeuwen (1996:126) a respeito da preferência pelo uso de fotografias ‘que

demandam' em revistas, já que, nesse contexto, é preciso que haja “um senso de conexão entre os observadores e as figuras de autoridade, celebridades e modelos”<sup>54</sup>. De forma geral, os outros recursos que realizam os significados interativos também parecem contribuir para o estabelecimento da identificação mencionada. No entanto, no geral, a escolha dos atores sociais representados e a identificação supostamente pretendida parecem corroborar as críticas de que a revista estimula “o individualismo, a ascensão individual e o voluntarismo” (ALMADA, 2002: 55), a despeito das condições que impedem os negros de ascender socialmente.

Os significados composicionais, por sua vez, contribuem para a construção e para a integração dos significados representacionais e interativos em um todo coerente em todas as capas das edições analisadas.

Quanto às chamadas, é pertinente ressaltar alguns aspectos. Na maioria das vezes, a chamada com conteúdo relacionado à questão dos cabelos é colocada no domínio do Dado, o que representa tal questão como fazendo parte das preocupações dos negros, principalmente das mulheres. É interessante notar também que a chamada relativa à consciência negra é sempre a mais saliente, ou seja, a mais importante da capa, o que condiz com o fato de se tratar da edição do mês em que se comemora tal consciência. Além disso, tal chamada está sempre no âmbito do Real, o que indica que esse assunto envolve questões práticas e permeia o dia-a-dia dos integrantes do grupo dos negros. No entanto, nas duas primeiras edições, a consciência negra parece estar associada à afirmação da cor, da negritude, enquanto, nas duas últimas, focaliza-se mais a questão da auto-estima de forma desvinculada da questão estética.

Na capa da edição de 1996, observa-se que a chamada que estabelece a identificação de Taís Araújo e Zezé Motta como representantes da “força de Xica da Silva” e, pode-se dizer, dos negros é colocada como idealizada e Dada, o que possivelmente pode ser

---

<sup>54</sup> Minha tradução de: “[...] a sense of connection between the viewers and the authority figures, celebrities and role models [...]”

explicado pelo fato de a revista representar tal identificação como ainda não realizada no caso de Taís Araújo, em virtude de seu tom de pele ‘mais claro’ e de seus traços faciais mais próximos do padrão ocidental hegemônico, ao mesmo tempo em que procura estabelecê-la. Na capa da edição de 1998, a chamada relacionada à imagem não se refere especificamente aos participantes representados, o que talvez esteja associado ao fato de se tratar de modelos que não são tão famosos. Já em 2004 e 2006, a chamada referente aos participantes representados visualmente encontra-se no domínio do Novo e do Real. Assim, nas edições mais recentes, a representação desses participantes construída verbalmente é colocada como algo novo para os leitores, ainda desconhecido deles, mas real.

Em todas as edições analisadas, há uma chamada relativa a profissão, dinheiro ou posição social; o conteúdo destas, no entanto, parece apontar para uma preocupação mais política que mercadológica. Nas edições de 1996 e de 1998, parece haver ênfase nas dificuldades enfrentadas pelos negros nessa área. Neste caso, tais chamadas localizam-se no âmbito do Dado e do Real, o que representa tais dificuldades como reais e já conhecidas dos leitores. Já nas edições de 2004 e de 2006, parece haver indicação de uma situação mais estabelecida, em que os negros têm o seu lugar. Tal informação é posicionada como Dado e Ideal, o que parece representá-la como um paradigma visto como ideal.

Nas edições de 1996 e 1998, no entanto, chama a atenção a configuração das chamadas relativas a profissão, e, embora essa análise esteja além do escopo do presente trabalho, é interessante refletir a respeito da representação construída. Na chamada de 1996 “Executivos negros contam como lutaram para chegar ao topo da profissão” e na chamada de 1998 “Serviço público: Onde os negros concorrem em igualdade de condições”, observa-se o que van Leeuwen (1996) define como supressão, uma vez que o participante contra quem os executivos negros ‘lutaram’ e com quem os negros ‘concorrem’ não são explicitados. Ressalte-se, aqui, o tipo de processo usado em cada uma dessas chamadas, os quais levam a

pensar por que motivos os negros têm de batalhar, enfrentar obstáculos (e, então, é possível perguntar sobre quem coloca tais obstáculos) para alcançarem postos executivos no setor privado, ao passo que, no serviço público, eles disputam ‘em igualdade de condições’.

Em todas as capas, a chamada que atrai o leitor para a questão do consumo é a que traz informações referentes a dicas de moda: esse elemento sempre aponta para uma reportagem que aponta ‘tendências’ a partir de marcas famosas e que, invariavelmente, traz preços de produtos ‘anunciados’. Nas edições de 1998, 2004 e 2006, observa-se que a chamada em questão sempre é textualizada de forma a ‘seduzir’ o leitor, por meio da ‘promessa’ da revista para quem aderir a suas dicas. Têm-se, assim, o anúncio de “biquínis e maiôs perfeitos” para o leitor em 1998, de “biquínis descolados” em 2004 e de biquínis e sungas para o leitor “brilhar no verão” em 2006.

Quanto ao *design* das capas, cabe mencionar que, além da exploração das imagens e do modo semiótico verbal, que, como pôde ser visto, constroem significados diversos, as cores também são extensivamente exploradas. Estas, como modo semiótico que são, veiculam significados, mas essa análise está além do escopo deste trabalho.

Por fim, cumpre mencionar que é a questão do consumo, de forma geral, que parece orientar a composição da capa da publicação analisada: tanto a ‘produção’ das fotos, incluindo-se a preparação ‘estética’ dos participantes representados, quanto a já mencionada exploração das cores parece atrair o leitor para o consumo – para o consumo da revista, em um primeiro momento, e, posteriormente, para o consumo dos itens anunciados. Nesse sentido, a presente análise corrobora a afirmação de Heberle (2004: 91) de que “a capa funciona como uma das mais importantes propagandas da revista” – senão a mais importante, é possível acrescentar.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou analisar os significados realizados por meio do componente visual e da configuração verbal de chamadas da capa das edições de novembro de 1996, 1998, 2004 e 2006 da revista *Raça Brasil*. A pesquisa foi norteada pelas seguintes perguntas de pesquisa: (1) Quais são os significados representacionais, interativos e composicionais construídos pelo componente visual de capas das edições de novembro da revista *Raça Brasil*? (2) Quais são os significados ideacionais construídos pela chamada mais saliente e por aquela relativa à imagem nas capas analisadas? (3) Tendo-se em vista que novembro é o mês em que se comemora o Dia da Consciência Negra, como se constrói/representa a noção de consciência negra em capas de edições deste mês? (4) A partir da análise textual, é possível verificar se o interesse da revista é, predominantemente, a promoção da conscientização e da auto-estima dos negros ou o estímulo ao consumo? (5) Qual é a relação entre os significados construídos verbal e visualmente nas capas sob análise?

O arcabouço descritivo da gramática do *design* visual, em conjunção com as ferramentas da gramática sistêmico-funcional no que toca à metafunção ideacional, mostrou-se eficaz para a abordagem do corpus em questão sob a perspectiva de tais perguntas.

Observa-se que, em todas as edições analisadas, as relações interpessoais de afinidade e demanda estabelecidas entre os observadores da imagem, leitores de *Raça*, e os atores sociais representados propiciam a identificação entre os primeiros e as representações construídas pela revista, por meio das estruturas representacionais. Por um lado, pode-se deduzir que há um movimento no sentido de promover/fortalecer a auto-estima e a consciência negra dos leitores, presumivelmente negros, ao se representar, tanto por meio das imagens quanto por meio das chamadas da capa da revista, atores sociais negros que ascenderam, ganhando visibilidade em uma instituição que se funda em torno de hegemonias



como a mídia. Taís Araújo, negra e na época com apenas 17 anos, protagonizava a novela *Xica da Silva*: ela foi a primeira protagonista negra da história da TV. Zezé Motta e Isabel Fillardis eram atrizes negras reconhecidas à época das respectivas publicações em que figuram. Keli Cristina e Sacramento são modelos de agências reconhecidas, a saber, Mega e Elite. E Negra Li, embora no início de sua carreira como atriz, vem conquistando cada vez mais espaço na mídia. Por outro lado, a escolha dos participantes representados visualmente nas capas parece respaldar as críticas de que a revista incentiva o individualismo e o voluntarismo, independente das condições que impedem os negros de ascender socialmente (ALMADA, 2002). Além disso, em todas as edições analisadas, a ascendência e visibilidade dos negros parecem estar fortemente atreladas à função destes como modelos ou artistas.

A observação de diferentes significados representacionais nas capas das edições sob análise parece estar relacionada a propósitos distintos ou à assimilação pela revista de determinadas imagens dos negros – muitas vezes estereotipadas – em cada um dos períodos analisados. Em 1996, o uso de uma estrutura conceitual, a qual classifica e identifica Taís Araújo e Zezé Motta como pertencentes ao grupo dos negros, a despeito dos traços fenotípicos aparentemente mais próximos do padrão ocidental hegemônico da primeira, pode estar relacionado a um propósito político de fortalecimento desse grupo racial, por meio da agregação a este de pessoas antes não classificadas como negras – o que está diretamente associado à questão da consciência negra. Na capa de 1998, a forma de representação visual escolhida parece ecoar o estereótipo dos negros como pessoas com a sexualidade aguçada, e a ênfase na raça como relacionada a traços fenotípicos, especialmente à cor da pele, remete à “esteticização das identidades raciais” definida por Magalhães (2004, 2006). Segundo D’Adesky (2001), o uso de critérios fenotípicos para a classificação racial pode levar à exclusão dos negros que apresentam um padrão de beleza mais distante do padrão ocidental hegemônico, o que parece ocorrer nas edições de *Raça* de 2004 e de 2006, uma vez que, na

capa destas, representam-se visualmente somente negras que apresentam traços faciais mais próximos desse padrão, se comparadas a atores sociais representados nas capas das outras edições. Tal exclusão, no que diz respeito às referidas edições, parece contradizer a afirmação de D'Adesky (2001:97) de que a revista *Raça Brasil*, ao representar “mulheres negras de cor escura, nariz achatado e cabelo carapinha”, contrariava a tendência da mídia brasileira de excluí-las. Por outro lado, nas edições mais recentes, pode-se pensar em um movimento em direção à valorização do grupo, por meio, por exemplo, da representação dos cabelos de Isabel Fillardis e de Negra Li. Nesse sentido, a apresentação visual desta participante representada parece sugerir uma valorização da herança cultural africana. Além disso, a representação das participantes da capa de 2004 e de 2006 como aparentemente independentes e ativas pode estar relacionada a um propósito de incentivo à auto-estima, que gera a mobilização e que constrói e representa a consciência do leitor. Observa-se, porém, que essa representação é mais proeminente em 2006, enquanto em 2004 ela parece ser atenuada, em favor da ênfase na beleza de Isabel Fillardis. É possível pensar, então, que, passado o período de identificação e estabelecido o pertencimento de pessoas como Taís Araújo ao grupo dos negros, parte-se para a representação da ação, dos “negros em movimento”, como aponta, paradoxalmente, o título do editorial da edição de 1996.

No que diz respeito às chamadas mais salientes, relacionadas à questão da consciência negra, observam-se também nestas diferentes representações dessa noção nas capas de cada uma das edições sob análise. Na edição de 1996, “jovens decretam” que é legal “ser black”; em 1998, demanda-se que os leitores proclamem a beleza de sua cor; na edição de 2004, afirma-se que é preciso desenvolver a consciência negra desde a infância, por meio do incentivo à auto-estima das crianças; e, em 2006, incita-se o leitor a adotar “atitudes positivas” e incentiva-se sua auto-estima, por meio de palavras que podem ser vistas como sinônimas e que parecem expressar a consciência negra. Um aspecto comum em todas essas

representações é a questão da auto-estima, que parece ser sempre estimulada e (re)afirmada. A questão da afirmação pode ser notada especialmente em 1996 e 1998, principalmente por meio dos processos ‘decretar’ e ‘gritar’. Ressalte-se, no entanto, que, nas edições representativas de um período mais recente, a ausência do *slogan* que identifica a publicação como “A revista dos negros brasileiros” pode indicar, por um lado, que a imagem da revista como uma publicação destinada aos negros já se encontra consolidada. Por outro lado, é possível pensar em um movimento no sentido de ampliar o público-alvo da revista, o que parece ser indicado, em 2006, tanto por meio da configuração da chamada mais saliente, quanto pela observação do conteúdo das chamadas como um todo, já que a classificação do leitor quanto à raça é totalmente substituída pela referência a este por meio da personalização sintética (cf. FAIRCLOUGH, 1989).

Em suma, observa-se o predomínio de uma relação de congruência e complementaridade entre os significados construídos por meio do componente visual e da configuração verbal de chamadas das capas analisadas. Verifica-se que, em edições diferentes, há construções e/ou representações diversas da noção de consciência negra e que a revista parece se dirigir a leitores também distintos, ao longo de um eixo temporal de dez anos.

Quanto à orientação da revista, observa-se que a composição de sua capa aponta para uma preocupação mercadológica inerente ao fato de se tratar de uma revista comercial, que objetiva atrair consumidores para si própria e para itens anunciados em suas páginas. O imperativo da venda parece estar relacionado, em grande medida, com a esteticização da questão racial, verificada verbal e visualmente, nas edições de 1996 e 1998. Mesmo em 2004 e 2006, observa-se que é a apresentação estética das participantes que chama a atenção do observador. Nesse sentido, parece haver uma preocupação com a apresentação visual da capa – preocupação justificável em termos de mercado, uma vez que é sabido que o belo é que

vende. A preocupação estética também fica evidente a partir do momento em que sempre se observam, na capa, chamadas relacionadas, por exemplo, à questão dos cabelos. É possível pensar que a preocupação com a beleza esteja relacionada a um propósito de promover/reforçar a auto-estima dos negros – propósito este apontado por Pacheco (2001). No entanto, se existe tal intento, ele parece ser, em grande medida, colonizado pelo aspecto mercadológico. Por outro lado, a análise aqui realizada corrobora a afirmação de Almada (2002) de que a revista *Raça Brasil* apresenta um comprometimento político com a causa dos negros. Apesar de, muitas vezes, reproduzir estereótipos relacionados a estes, talvez por não conseguir se desvincular dessas representações naturalizadas, a revista, por meio de sua capa, constrói significados relacionados à consciência negra que podem contribuir para o fortalecimento do grupo.

Para finalizar, cabe mencionar as limitações deste trabalho. Como afirma Kress e van Leeuwen (1996: 90), “análise sempre envolve seleção”. Nesse sentido, cabe mencionar as restrições do corpus desta pesquisa, composto por apenas quatro edições da revista *Raça Brasil*, o que permite que se façam considerações a respeito da publicação, mas que impede que se façam generalizações a seu respeito. Além disso, vale ressaltar a escolha por se abordar somente a capa de cada edição e por enfatizar a análise do componente visual. Nesse sentido, a análise da chamada mais saliente da capa e daquela relativa à imagem sob a perspectiva da metafunção ideacional deve ser encarada como complementar. Desse modo, sinaliza-se aqui a pertinência de se aprofundar a investigação das representações construídas/evocadas pela revista *Raça*, por meio da inclusão de outras edições, de outros textos da revista e da ampliação do foco da análise. Seria pertinente também uma análise comparada, inserindo no corpus edições de revistas direcionadas a um público-alvo segmentado de um outro ponto de vista que não o racial. Tal trabalho é essencial para a compreensão e para um possível aprimoramento de uma publicação especialmente importante em um contexto em que

prevalece a invisibilidade dos negros ou a depreciação de sua imagem – como é o caso do contexto midiático brasileiro.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ARAÚJO, Joel Zito. Estratégias e políticas de combate à discriminação racial na mídia. In: MUNANGA, Kabengele. (Org.) *Estratégias e políticas de combate à discriminação racial*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 243-251.

ARAÚJO, Joel Zito. *A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

BLAVATI, N.; MAGALHÃES, C. M. De operários, técnicos e executivos: representações do trabalhador em gênero do discurso midiático. *Crop: Revista da Área de Língua e Literatura Inglesa e Norte-Americana*, São Paulo, n. 9, p. 55-83, 2003.

CAETANO, P. H.; PINHEIRO, V.S.; RODRIGUES JÚNIOR, A. S.; SANTANA, C. *Como a mídia impressa “promove” a imagem do afro-descendente no contexto brasileiro: um estudo de corpus à luz da teoria sistêmico-funcional*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2003. Trabalho final de disciplina.

CALDAS-COULTHARD, C. R.; VAN LEEUWEN, T. Discurso crítico e gênero no mundo infantil: brinquedos e a representação de atores sociais. *Linguagem em (Dis)curso - LemD*, Tubarão, v. 4, n. esp., p.11-33, 2004.

CARMO, Cláudio Márcio do.; MAGALHÃES, Célia Maria. *Relações lexicais, interdiscursividade e representação: o sincretismo e a questão racial em corpus de jornais e revistas brasileiras*. 2005. 235f. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.

CARONE, I.; NOGUEIRA, I. B. Faíscas elétricas na imprensa brasileira: a questão racial em foco. In: CARONE, I.; BENTO, M. A. S. (Orgs.). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*. Petrópolis: Editora Vozes, 2003. p. 163-180.

CONCEIÇÃO, Fernando. Mordendo um cachorro por dia. No Brasil a mídia retrata a imagem do negro com três “l”: lúgubre, lúdico e luxurioso. In: MUNANGA, Kabengele. (Org.) *Estratégias e políticas de combate à discriminação racial*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 253-259.

D’ADESKY, J. *Pluralismo étnico e multiculturalismo: racismos e anti-racismos no Brasil*. Rio de Janeiro: Pallas, 2001.

EGGINS, S. *An introduction to systemic functional linguistics*. London & New York: Continuum, 1994.

FAIRCLOUGH, N. *Language and power*. London; New York: Longman, 1989.

FAIRCLOUGH, N. *Media discourse*. London; New York: Edward Arnold, 1995.

FAIRCLOUGH, N. Genres and generic structure. In: FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London; New York: Routledge, 2003. p.65-86.

FAIRCLOUGH, N. Discourses. In: FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London; New York: Routledge, 2003. p. 123-133.

FAIRCLOUGH, N. Styles. In: FAIRCLOUGH, N. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London; New York: Routledge, 2003. p. 159-163.

FELIPE, Cláudia Natividade. *Masculinidade(s) em foco: construções discursivas sobre identidade e gênero*. 2006. 127 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

FOLHA DE SÃO PAULO/DATAFOLHA. *Racismo cordial: a mais completa análise sobre o preconceito de cor no Brasil*. São Paulo: Ática, 1995.

HALLIDAY, M. A. K. *Language as social semiotic*. London: Edward Arnold, 1978.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold, 1985.

HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. 2 ed. London: Edward Arnold, 1994.

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. *An introduction to functional grammar*. 3 ed. London: Edward Arnold, 2004.

HEBERLE, V. M. Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias? *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, Tubarão, v. 4, n. esp, p. 85-112, 2004.

HODGE, R.; KRESS, G. *Social Semiotics*. Ithaca, New York: Cornell University Press, 1988.

JEWITT, C.; OYAMA, R. Visual meaning: a Social Semiotic approach. In: VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. *Handbook of visual analysis*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2001. p. 134-156.

KRESS, G. *Literacy in the new media age*. London and New York: Routledge, 2003

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. London, New York: Routledge, 1996.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. Front pages: (the critical) analysis of newspaper layout. In: BELL, A. e GARRETT, P.(Eds.). *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell, 1998.p. 186-219.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. Representation and interaction: designing the position of the viewer. In: JAWORSKI, Adam.; COUPLAND, Nikolas. (Eds.) *The discourse reader*. London: Routledge, 1999. p.377-404.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour. *Visual Communication*, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, v. 1, n. 3, p. 343-368, 2002. Disponível em: <<http://vcj.sagepub.com/cgi/reprint/1/3/343.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2006.

KRESS, G.; LEITE-GARCIA, R.; VAN LEEUWEN, T. Discourse Semiotics. In: VAN DIJK, T. *Discourse as structure and process*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publications, 1997. p. 256-291.

MAGALHÃES, C. M. Interdiscursividade e conflito entre discursos sobre raça em reportagens brasileiras. *Revista Linguagem em (Dis)curso - LemD*, Tubarão, v. 4, n. esp., p. 35-60, 2004.

MAGALHÃES, C. A Critical Discourse Analysis approach to news discourses and social practices on race in Brazil. *D.E.L.T.A.*, São Paulo, v.22, n. 2, p. 275-301, 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s0102-44502006000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0102-44502006000200003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 19 abr. 2007.

MAGALHÃES, C. M. *Percursos das abordagens discursivas associadas à Lingüística Sistêmica Funcional*. Revista Multidiscuro. UNB. (no prelo)

MEDEIROS, H.; AJZENBERG, B.; OLIVEIRA, E. H. P. de; LEITÃO, M.; ALMADA, S. A imprensa e o racismo. In: RAMOS, S. (Org.). *Mídia e racismo*. Rio de Janeiro: Pallas, 2002. p. 26-58.

MENDES, C.; LEMGRUBER, J.; MOURA, C.; SILVA, B. da. Abertura. In: RAMOS, S. (Org.). *Mídia e racismo*. Rio de Janeiro: Pallas, 2002. p. 14-25.

MENDES, Izabella dos Santos Martins; MAGALHÃES, Célia Maria. *Um caso de polícia: a representação dos discursos no noticiário policial de dois jornais impressos brasileiros, abordada à luz da lingüística de corpus e da análise crítica do discurso*. 2003. 197 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística Aplicada) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2003.

MUNANGA, Kabengele. Apresentação. In: MUNANGA, Kabengele. (Org.) *Estratégias e políticas de combate à discriminação racial*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 11-13.

MUNANGA, Kabengele. O anti-racismo no Brasil. In: MUNANGA, Kabengele. (Org.) *Estratégias e políticas de combate à discriminação racial*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 79-94.

PACHECO, Hellen de Paula. Representatividade da imagem do negro nos meios de comunicação: revista *Raça Brasil* e a imprensa brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande, MS. [Anais eletrônicos...] São Paulo: Intercom, 2001. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1904/4968>>. Acesso em: 20 set. 2006.



PEREIRA, João Baptista Borges. Racismo à brasileira. In: MUNANGA, Kabengele. (Org.) *Estratégias e políticas de combate à discriminação racial*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 75-78.

PIMENTA, Sônia. A Semiótica Social e a Semiótica do Discurso de Kress. In: MAGALHÃES, Célia M. (Org.) *Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso*. Série Estudos Lingüísticos, v. 2. Belo Horizonte: FALE, UFMG, 2001. p. 185-205.

PIZA, E.; ROSEMBERG, F. Cor nos sentidos brasileiros. In: CARONE, I.; BENTO, M. A. S. (Orgs.). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*. Petrópolis: Editora Vozes, 2003b. p. 91-118..

REVISTA RAÇA BRASIL. São Paulo: Editora Símbolo, n. 3, nov. 1996.114 p.

REVISTA RAÇA BRASIL. São Paulo: Editora Símbolo, n. 27, nov. 1998.122 p.

REVISTA RAÇA BRASIL. São Paulo: Editora Símbolo, n. 80, nov. 2004.98 p.

REVISTA RAÇA BRASIL. São Paulo: Editora Símbolo, n. 104, nov. 2006. 98 p.

SANTANA, Carolina Duarte de Azevedo Morais. *A imagem da mulher em peças publicitárias: a construção de uma interface entre gênero social e multimodalidade*. 2006. 121 f. Dissertação (Mestrado em Lingüística) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

SODRÉ, M. *Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

VAN LEEUWEN, T. Genre and field in critical discourse analysis: a synopsis. *Discourse & Society*, London, Newbury Park and New Delhi, v. 4, n. 2, p. 193- 223, 1993.

VAN LEEUWEN, T. Representing social action. *Discourse & Society*, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, v. 6, n. 1, p. 81-106, 1995.

VAN LEEUWEN, T. The representation of social actors. In: CALDAS-COULTHARD, C. R.; COUTHARD, M. (Eds.). *Texts and practices: readings in Critical Discourse Analysis*. London e New York: Routledge, 1996. p. 32-70.

VAN LEEUWEN, T. Visual racism. In: REISIGL, M.; WODAK, R. *The semiotics of racism: approaches in Critical Discourse Analysis*. Vienna: Passagen Verlag, 2000. p. 333-350.

VAN LEEUWEN, T. Semiotics and iconography. In: VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. (Eds.) *Handbook of visual analysis*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2001. p. 92 – 118.

VAN LEEUWEN, T. Discourse. In: VAN LEEUWEN, T. *Introducing social semiotics*. London; New York: Routledge, 2005. p. 93-116.

VAN LEEUWEN, T. Genre. In: VAN LEEUWEN, T. *Introducing social semiotics*. London; New York: Routledge, 2005. p. 117-138.

VAN LEEUWEN, T. Style. In: VAN LEEUWEN, T. *Introducing social semiotics*. London; New York: Routledge, 2005. p. 139-159.



## ANEXOS

ANEXO 1A – Capa da revista *Raça Brasil* de novembro de 1996

**A REVISTA DOS NEGROS BRASILEIROS**

# R A Ç A

ANO 1 Nº 3 R\$ 3,50 BRASIL

**TAÍS ARAÚJO  
E ZEZÉ MOTTA**  
A força de  
**Xica  
da Silva**

**BELEZA**  
Ainda dá tempo  
de ficar em forma  
para o Verão

**CABELOS**  
• 30 dicas  
para resolver  
todas suas  
dúvidas  
• novos cortes  
para homens  
e mulheres

**MODA**  
Vista-se com  
**até R\$ 35**

**EXECUTIVOS NEGROS**  
contam como lutaram  
para chegar ao  
topo da profissão

**JOVENS DECRETAM:  
A nova  
onda é  
ser black**

**E MAIS:** ZUMBI, O HERÓI NACIONAL • MARIAH CAREY • TURISMO EM CUBA • HOMENAGEM A 2PAC  
CAPOEIRA • CIDADE NEGRA • OS MELHORES DO RAP • DJAVAN • CULINÁRIA • JEAN



ANEXO 1B – Capa da revista *Raça Brasil* de novembro de 1998

A REVISTA DOS NEGROS BRASILEIROS

# RACA

R\$ 3,50 ANO 3 Nº 27

BRASIL

40

NOVOS MAIÓS E  
BIQUÍNIS PERFEITOS  
PARA VOCÊ

A gíria desce  
o morro e vem  
brincar no asfalto

**SERVIÇO PÚBLICO**  
Onde os negros  
concorrem em  
igualdade de  
condições

NO DIA DA CONSCIÊNCIA  
NEGRA, GRITE BEM ALTO:  
**nossa  
COR  
é linda!**

**A CARA  
DO VERÃO**  
Penteados bonitos  
e fáceis de fazer  
para depois da  
praia ou piscina

**Claudio  
& Buchecha**  
Os irreverentes reis do  
funk-melody afirmam:  
"Fazemos sucesso,  
mas não esquecemos  
os velhos amigos"

ISSN 1413-8085 Portugal 450800  
9 771413 808002 00027



ANEXO 1C – Capa da revista *Raça Brasil* de novembro de 2004

**BRASIL** **raça**

100% COM VOCÊ

**A MAIS BELA NEGRA DO BRASIL**  
Acompanhe as primeiras eliminatórias do concurso

**NOSSA CLASSE MÉDIA EXISTE!**  
(SOMOS 5 MILHÕES DE BRASILEIROS)

**23 LOOKS DE VERÃO**  
cabelos presos de arrasar, biquínis descolados

**CONSCIÊNCIA NEGRA**

VEM DO BERÇO E DEPENDE DE VOCÊ! SAIBA COMO ORIENTAR SEU FILHO PARA ELE CRESCER COM **AUTO-ESTIMA**

**CORAÇÃO SAUDÁVEL**  
Os benefícios de caminhar diariamente

**EXCLUSIVO**  
Como Denzel Washington cria os personagens

**ISABEL FILLARDIS**  
fundou uma ONG que recicla lixo e emprega moradores de rua

ANO 8  
Nº 80  
R\$ 5,90

SÍMBOLO

ISSN 1413-8085  
www.racabrasil.com.br

**ESPECIAL QUILOMBOS 2ª PARTE**



ANEXO 1D – Capa da revista *Raça Brasil* de novembro de 2006

**BRASIL** **RAÇA**

PROMOÇÃO  
GANHE CDs  
NEGRA LIVRE

**30**

**cabelos lindos**  
Soluções fáceis. Controle o volume dos **crespos** e dê balanço aos **lisos**

**biquínis e sungas** para você brilhar no verão

**mais saúde!** Mude seus hábitos de alimentação e viva melhor

**adoção** Pratique você também este gesto

**dinheiro extra à vista**  
Dicas valiosas para planejar bem os gastos com o 13º

**NEGRA LI**  
Conheça a história da musa do hip hop nacional

**ACORDE!**  
**VIRE A MESA AGORA**  
Atitudes positivas para você conquistar seu espaço, ter o sucesso que merece e **100** palavras para se sentir capaz, digno, majestoso e vencedor

ANO 10 • Nº 104 • R\$ 6,90  
ISSN 1413-8085  
0 01 0 4  
9 771413 808002

SÍMBOLO