

Sincretismo e efeitos de sentido na construção do sujeito na mídia impressa: análise da capa da revista *Época*

Simone Bueno da Silva

Doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (COS); Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP (COS); Membro pesquisador do Centro de Pesquisas Sociosemióticas PUC-SP (CNRS-PUCSP: COS-USP). email: sim-bueno@hotmail.com

Resumo: O trabalho propõe uma análise da produção de sentido na *mídia* impressa brasileira à luz da semiótica discursiva, tomando como objeto a capa da revista *Época*, da editora *Globo*. Busca identificar o modo como diferentes sistemas - verbal, visual e espacial - conjugam-se de maneira sincrética na construção de um sentido único, deixando entrever elementos de uma totalidade partitiva observada em articulação com o percurso gerativo de sentido, destacando, no nível discursivo, elementos da relação comunicativa que dizem respeito a diferentes regimes de interação e de sentido propagadores de axiologias e visões de mundo, subjacentes à construção identitária do sujeito contemporâneo.

Palavras-chave: Semiótica discursiva, sincretismo, construção identitária, sujeito contemporâneo.

Abstract: The present paper proposes an analysis of the production of meaning in Brazilian printed media through discursive semiotics, by taking as object the front cover of *Época*, a magazine edited by *Globo*. It aims at identifying the way that different systems - verbal, visual and special - join themselves syncretically in the building of a unique sense, by foreseeing elements of a partitive totality observed in relation to the generative course of meaning, and by detaching, in discursive level, elements of the communicative relation that deals with different regimes of interaction and of meanings that disseminate axiology and world views that are subjacent to the identity construction of modern man.

Key-words: discursive semiotics, syncretism, identity construction, modern man.

“Os adjetivos passam, e os substantivos ficam”.
Machado de Assis, in: *Balas de estalo*, 1885.

“Belas e ricas”

Os adjetivos – qualificadores, caracterizadores de modos de ser e estado, mas também, e, principalmente, modificadores dos substantivos – formadores de uma classe gramatical de nossa língua, disponíveis nas escolhas sintagmáticas dos falantes, em seus percursos de construção e reconstrução do sentido, constituem, com efeito, elementos de destaque para nossa análise, sobretudo pela centralidade que ocupam na plástica do plano da expressão do arranjo discursivo de nosso objeto e no plano do conteúdo, considerando-o, em sua totalidade discursiva, nas dimensões verbovisual e es-

pacial, constituintes do sincretismo, presente na construção do sentido de que pretendemos tratar¹.



Fig. 1: *Época*, 01/07/2002

A metalinguística, característica marcante na obra de Machado de Assis, que nos serve de epígrafe, inspira-nos a reconhecer as escolhas lexicais do enunciador de *Época* como estratégias enunciativas próprias, que o diferenciam entre os demais enunciadores da mídia semanal, e nos oferecem pistas para pensarmos suas especificidades, dentre as quais: o modo como se apresenta e se coloca na relação comunicativa que tece com o enunciatário; e quais regimes de interação e sentido articulam e que valores veiculam, além do modo pelo qual os colocam em circulação, movimentando uma axiologia, subjacente a uma visão de mundo. Partindo de tais pressupostos investigativos, dentro do arcabouço teórico da semiótica discursiva greimasiana, baseando-nos nas pesquisas da sociosemiótica de E. Landowski, da semiótica plástica de J-M. Floch e dos estudos analíticos de A.C de Oliveira, buscaremos tratar do sincretismo e dos efeitos de sentido na construção do sujeito contemporâneo, a partir da capa selecionada como objeto de análise, tratada como exemplar dentro de um conjunto de ou-

¹ O conceito de sincretismo, utilizado nesse trabalho, seguindo as proposições de Hjelmslev, refere-se à construção de sentido manifestada por mais de um sistema, neutralizadas as oposições em benefício da construção de um conteúdo.

tras capas, categorizadas por nós como propagadoras de “corpos simbólicos” em trabalho anterior (BUENO DA SILVA, 2007).

Percursos narrativos na construção do sujeito de *Época*

Na teoria semiótica, o percurso gerativo de sentido é formado por três patamares, designados por níveis – fundamental, narrativo e discursivo – que se colocam em relação interatuante na construção do sentido. No nível narrativo, simulacro das ações do homem no mundo, dentro de uma semiótica da ação, que implica narratividade ou transformação, localizam-se os sujeitos em busca de valores que são investidos nos objetos, traçando percursos de busca que projetam as oposições de um nível mais profundo, denominado fundamental. Essa digressão em torno do percurso gerativo de sentido nos abre caminho para tratarmos do modo pelo qual as narrativas em torno da construção do sujeito são discursivizadas em *Época* mobilizando uma seleção temático-figurativa, no nível mais superficial do discurso, que nos levará ao fazer enunciativo da revista que, por sua vez, dentro de uma lógica de pressuposição actancial recíproca, tece um percurso narrativo próprio no fazer ser do sentido no social, ou seja, na construção de realidades compartilhadas socialmente. E como o sujeito da capa de *Época* é dado a ver na construção discursiva eleita como nosso objeto? Quais são seus objetos de valor e como são traçados seus percursos de busca? De que maneira o sincretismo se apresenta como operador na construção do sentido?

As capas de revistas constituem, por excelência, construções discursivas feitas para serem vistas.² Em meio a um jogo de luzes, cores e encenação, próprio dessa modalidade discursiva, chama a atenção em *Época* (01/11/2001) a presença de um conjunto de personalidades que se construíram identitariamente, ou que se constroem diariamente, à luz das câmeras e objetivas que frequentam o discurso mediático, denominadas celebridades. Elas estão na *ordem do dia* em uma publicação que não se apresenta como uma revista dedicada às celebridades, mas como uma revista de informação, sobredeterminada pelo discurso do *saber* e *fazer-crer*. Na topologia da capa, tais figuras ocupam quase que a totalidade do espaço enunciativo, afastando qualquer dúvida de que constituem a manchete, empurrando para um espaço mínimo de visibilidade, localizado na zona horizontal superior, as notícias secundárias³. Ladeando, de forma englobante, o enunciado verbal, em um recurso de construção sincrética em que visual, verbal e espacial conjugam-se na construção do sentido, como mostraremos

² Inscrita na dinâmica do olhar, as capas de revista fundam-se no fazer-ver, mas também no fazer-sentir, ancoradas em regimes de visibilidade e interação, responsáveis pela criação de efeitos de sentido, presentes já em sua forma de apresentação, figurativizada como um Outro que nos interpela – considerando seus elementos constituintes da expressão: os formantes eidéticos, cromáticos, topológicos e matéricos, veículos de construções estéticas e estésicas, atreladas à dinâmica de regimes de sentido e interação distintos, que atuam em complementariedade na formação do sentido.

³ Entre as notícias secundárias, há que se ressaltar a presença da figura do masculino, presente de forma reiterada. Entre elas, tomemos como exemplo a imagem de José Serra, posicionada ao lado da imagem da atriz Eliane Giardini. Observa-se, nessa construção discursiva, que as escolhas enunciativas para mostrar o feminino diferem-se daquelas utilizadas para o masculino. Lado a lado com a atriz, temos a figura do político, que é dado a ver em um retrato do tipo antropométrico, em uma imagem que seleciona partes de seu corpo, a saber: rosto e fronte, sendo a última caracterizada como figura da intelectualidade, somada à gravidade do formato antropométrico que gera efeito de sentido de formalidade, carregando o semantismo do caráter documental, de natureza jurídica, e, portanto, investido de credibilidade. Já a figura do feminino traz a marca do despojamento, esboçando um sorriso largo e mostrando-se de corpo inteiro, num modo de presença que remete a certa languidez, oferecendo-se como um objeto de adorno que se une às demais figuras pela qualidade da beleza, enfeitando a capa de *Época*. Cumpre ressaltar que a estética do privado, tornado público, que perpassa o modo de presença das beldades referidas, como mostraremos mais adiante, parece não ser exclusividade das mesmas, uma vez que Serra também opta por se fazer visível dessa forma, uma vez que “confessa” em público sua crença em vidas passadas, como reporta a notícia.

mais detalhadamente adiante, tais celebridades figuram como modelos não apenas de beleza, mas também de pessoas bem sucedidas profissionalmente. Grosso modo, elas incorporam, ou melhor, ecoam o ideal “Belas e ricas”, propalado pelo enunciador. Indo um pouco adiante, observamos que tais figuras são apresentadas como sujeitos que conferem credibilidade ao enunciado, dada a posição de prestígio de que desfrutam como entes do universo das celebridades⁴. E como se constroem as celebridades se não pela exposição reiterada de suas imagens no espaço midiático? A reiteração da imagem, como estratégia do dar-se a ver em espetáculo conflui para a construção do célebre. Na etimologia da palavra, o célebre, que provém do latim, significa aquele que se faz notório pela repetição.

O regime de visibilidade inscrito nessa construção discursiva é o do “não querer não ser visto” (LANDOWSKI, 1992), reiterado pelas figuras da vitrina e do holofote e pelo próprio percurso de visibilidade em que a modalidade discursiva capa de revista se constrói. Nessa perspectiva, os percursos de busca pela visibilidade, o aparecer, muitas vezes, de forma obscena – pôr-se em frente de, de forma exagerada – trazem o prestígio, a fama, atrelada a uma hipervaloração social que confere as bases para que esse modo de presença assuma um caráter fiduciário na relação contratual entre enunciador e enunciatário.

A ostentação de papéis temáticos relacionados às profissões, selecionadas de acordo com o *glamour* que proporcionam no social, especialmente tratando de carreiras financeiramente bem sucedidas, sugere a construção de percursos narrativos em que o valor beleza atua como sinônimo de posição social. Trata-se de uma espécie de beleza tangível que se mistura ao poder do capital, ambos convertidos em valores simbólicos. Aqui, o modo de presença objetual parece se sobrepor a qualquer forma de existência, inclusive a subjetal, tomada como modo de presença que é próprio, exclusivo de um sujeito, atuando no domínio das atividades psíquicas, sentimentais, emocionais, em que se pode inscrever o percurso da “felicidade”, tematizada no enunciado verbal. Tal percurso é inscrito como aquele que envolve as narrativas idiossincráticas, ligadas às vicissitudes do humano, assumindo, assim, o contorno de variante incontrolável no percurso natural da vida, mas não no mundo das realidades semióticamente construídas e partilhadas no social, que giram em torno das valorações simbólicas, erigidas, principalmente, sob o domínio do capital.

Tomando no enunciado verbal as temáticas da felicidade e da beleza, verificamos construções distintas que implicam a discursivização de percursos narrativos igualmente diversos. No caso do lexema “felicidade”, observa-se a ausência de artigo determinante, identificado, gramaticalmente, como posição vazia, guardando, assim, a característica de impessoalidade e abstração, característica da modalidade discursiva dos provérbios, já que se trata de uma apropriação literal por parte do enunciador, que faz uso do mesmo conforme o conhecemos: “dinheiro não compra felicidade”. O mesmo não ocorre na construção discursiva: “mas financia a beleza”. Aqui, não se trata de qualquer beleza, mas “a” beleza, marcada pelo artigo definido, agora como escolha discursiva de um enunciador que opta por interferir no ditado popular, apontando para a edificação de um conceito de beleza que envolve a construção de um ponto de vista particular, deixando entrever a figura do enunciador.

Tal percurso narrativo gera efeito de sentido de uma suposta democratização da beleza, abrigada sob o guarda-chuva da estereotipia, em que se observa a projeção das oposições universais do *dado x construído*, *subjetivo x objetivo*, *ser x parecer*, *cosmo x cosmético*, consideradas traduções, ou desdobramentos semânticos que giram em torno de um mesmo campo de significação.

⁴ A palavra ente é aqui utilizada no sentido de “aquilo que existe”, “coisa”, “matéria”, “substância”, “ser”, mas também no sentido de “aquilo que supomos existir”, apontando para o caráter aurático atribuído às figuras da celebridade dispostas no arranjo discursivo tratado. Assim, as celebridades se apresentariam como metas para o sujeito seguir, mas também como objetos de vitrina, distanciados do sujeito, com existências semimateriais, com alto poder de sedução.

A adesão à forma corporal esquematizada, marcada pelos procedimentos estéticos generalizados de que tais celebridades lançaram mão – plástica, *lipo*, *botox*, clareamento dos dentes – aponta para a construção de uma espécie de senha, que funciona como uma fórmula convencional e sinal de reconhecimento para o adentramento em uma esfera social e uma formação de um grupo marcado por formas de gosto, hábitos e estilo de vida.

A marca plural na constituição do enunciado verbal “Belas e ricas” reitera o discurso da multiplicidade, apontando para construções estereotípicas, flagradas nos rostos e corpos objetivados dos sujeitos-manequins, nos quais são afixadas etiquetas-fórmulas, dando a ver as variantes e constantes que indicam, no plano narrativo, os modos e procedimentos para se chegar a um mesmo fim, eleito como valor maior que une esse grupo.

O percurso de construção da visibilidade também pode ser observado na dissolução das fronteiras entre o público e o privado, característica de nosso tempo. Isso porque os “segredos de beleza”, ou o fazer de *toilette* – ato de se aprontar para aparecer em público – que, em tempos não muitos distantes – e desde os tempos de Cleópatra – eram considerados assuntos de recâmera, são dados a ver de forma euforizada na capa da revista. Assim, as celebridades elencadas parecem mostrar-se confortáveis ao colocar sob os holofotes mediáticos, ou seja, na cena pública, algo que poderia, outrora, ser considerado um assunto de âmbito estritamente privado, apontando para a constituição de um privado-público, afirmado como uma estética positivizada. Mais do que isso, figurativizam um modo de viver e de sentir moldado na esfera da mídia que é a esfera da imagem, do espetáculo.

Modos de dizer, modos de ser: elementos da relação comunicativa

No enunciado verbal “Belas e ricas, dinheiro não traz felicidade, mas financia a beleza”, vemos a construção de um enunciador que instala o enunciatário em um percurso de modalização ao selecionar no sintagma “Belas e ricas” a categoria dos qualificadores de que falamos anteriormente, apontando para uma construção de juízo de valor. No plano visual, a adjetivação ganha destaque na sentença verbal, uma vez que se apresenta grafada em letras grandes e coloridas, carregando o vermelho que, por sua vez, reitera o cromatismo do plano de fundo da marca identitária de *Época*, em uma relação de identificação do enunciador com os valores propalados. Temos, então, o simulacro de um enunciador que apresenta um saber, próprio do fazer do discurso jornalístico, atualizado na dimensão cognitiva e que instala o enunciatário na posição de expectador – sujeito de expectativa, de espera, que se constitui pela falta ou busca do saber. Entretanto, tal relação de disparidade, em que se pressupõe uma subordinação, parece-nos atenuada mediante a escolha enunciativa procedente que opta por parodiar um provérbio popular: “dinheiro não compra felicidade, mas financia a beleza.” Ao eleger a informalidade do discurso proverbial, aproximando-se de um tom conversacional, o enunciador simula abrir mão de sua posição de superioridade para se colocar lado a lado com o enunciatário, assumindo uma posição de igualdade. Esse efeito de sentido de proximidade pode ser observado também na escolha do tipo gráfico e da fonte das letras, que compõem a totalidade do enunciado – letras minúsculas e em caixa baixa – diferente das letras em caixa alta que constituem a marca identitária da revista. Na relação sincrética entre visual e verbal tem-se a construção de um enunciador que se aproxima do enunciatário, ganhando a sua adesão não apenas pelo que diz, mas, principalmente, pelo modo como diz. Pode-se dizer que o caráter intertextual, notado na remissão ao ditado popular, modalidade discursiva que frequenta as rodas de conversa mais próximas do enunciatário, ativa a memória afetiva do enunciatário, promovendo a construção do sentido pela via sensível. O tom conversacional que pressupõe a proximidade, inclusive física, com o outro, uma vez que a conversa sempre pressupõe a exis-

tência de um par, ou ao menos convoca o simulacro dessa presença, traz a enunciação de distanciada, porque marcada pela imposição do saber, para próxima do enunciatário de modo a inseri-lo no discurso. Porém, trata-se de uma estratégia cognitiva do enunciadador usada como recurso para chamar o enunciatário para o discurso, uma vez que a posição de igualdade é rapidamente diluída mediante a exposição do valor “beleza”, que ganha ênfase na sintaxe gramatical ao ser colocada após a adversativa “mas”. Na sintaxe gramatical, a topologia, agora do verbal, promove a valoração do vocábulo “beleza”, situado na posição final da sentença de forma a sobressair no verbovisual, inclusive ressonando na figura das beldades que pululam no espaço enunciativo da capa. Em seu percurso de decodificação, o olhar do enunciatário é orientado a cumprir o percurso de leitura da esquerda para a direita, culminando no vocábulo “beleza” e estabelecendo ligação entre a significação desse e as figuras das beldades que se espalham na cena enunciativa, de modo a reiterá-lo. Em afinação sincrética, temos a manifestação do sentido por meio de diferentes sistemas (verbal – oral e escrito – e visual, espacial), que atuam na totalidade do sentido.

Ao remeter-se a um adágio popular, o enunciadador também confere fidúcia ao seu discurso, pois traz à cena enunciativa algo do domínio público, largamente reiterado, presente como modelo de assimilação e percepção nos esquemas de acomodação da realidade social de muitos, atuando, portanto, como efeito de verdade absoluta. Dessa forma lhe é garantida a isenção no discurso, reiterada, ainda pelo uso da terceira pessoa, marca da função referencial, cultuada pelo discurso jornalístico.

Um segundo recurso de aproximação com o enunciatário na construção da relação comunicativa de *Época* pode ser observado no emprego da figura da ironia, ainda no enunciado verbal: “dinheiro não compra felicidade, mas financia a beleza”. Trata-se da construção de um contraste fortuito entre duas categorias opostas, o dinheiro e a beleza, com aparência de sarcasmo e jocosidade. O enunciadador usa o chiste, o gracejo como estratégia cognitiva para envolver o enunciatário. Ao mesmo tempo reforça o predicativo da beleza como algo que pode ser construído, convocando a imagem de um sujeito que pode e deve colocar-se como protagonista na busca de um modelo corporal objetivado, cujo dinheiro, produto das ações pragmáticas, é capaz de financiar. Observar-se-á que na redução da “beleza” a proporções objetiváveis, promovida pelo capital, o último opera como um elemento compensador da frustração mediante a “não-beleza” ou perda da mesma, promovida pelo passar do tempo, a perda da juventude, da magreza, pelos dissabores emocionais, implícitos na narrativa discursivizada no enunciado verbal.

A posição do enunciatário como sujeito observador é reiterada pela figura da vitrina na qual estão dispostos os corpos-manequins, apresentados em diferentes graus de objetivação, de modo a alcançar estados completamente debreados. Como expressão desse modo de presença, observa-se, na topologia da capa, no canto inferior direito – espaço privilegiado no percurso visual e interacional do leitor com o objeto revista, lugar onde se tem o imperativo da tatilidade no mover dos dedos que viram a página para adentrar ao universo da publicação – a figura da apresentadora Xuxa que é dada a ver em um “grau zero de relação com o outro (o enunciatário), apesar de lhe dirigir fixamente o olhar” (LANDOWSKI, 1997). Tal distanciamento nos conduz a um modo de existência remetente ao universo das celebridades, de que falamos anteriormente, tomado, em suas muitas possibilidades, na figura do sujeito único. O “um” que se deposita na glória, no mito, movendo um imaginário coletivo em torno do qual gira uma energia social.

Sincretismos na articulação de linguagens e totalidade discursiva

Nessa sessão, buscaremos nos aproximar com maior rigor de cada percurso sincrético, presente na realização da plástica do plano de expressão do enunciado homologada ao plano do conteúdo, e no estabelecimento da relação comunicativa entre enun-

ciador e enunciatário, visando a observar o modo pelo qual os diferentes sistemas trabalham em conjunto na construção do sentido.

Entendendo a topologia como categoria maior na mídia impressa, observada não apenas como categoria do visual, mas também do verbal, uma vez que para o verbal constituído no meio impresso o topológico se faz muito importante, elegemos como ponto de partida as disposições topológicas, que articulam as categorias verbovisual e que operam na construção da totalidade discursiva. Importa, então, mostrar como essas operações fazem ser o sentido de forma sincretizada. Tal intuito implica retomar elementos trabalhados anteriormente e abordar outros, mais específicos, desvendados a partir de articulações intersistêmicas, atuantes na formação de uma totalidade partitiva.

Observando o modo pelo qual o enunciador tratado se organiza na dimensão espacial, verificamos no projeto de diagramação de *Época* a predominância de linhas poligonais fechadas, que formam quadrados e retângulos, cujos traçados encerram os conteúdos verbovisuais que concentram as imagens, a manchete e notícias secundárias, cujo maior exemplo constitui a própria marca identitária de *Época*:



Fig. 2: Marca identitária de *Época*

A reiteração de quadraturas e os ângulos retos que as suportam e circunscrevem os enunciados da revista deixam entrever um modo de dar visibilidade ao verbovisual, mas sobretudo um modo de dizer as notícias que nos remete ao modo como esse enunciador e destinador constrói seu mundo, que valores articula e de que maneira insere o enunciatário em seu discurso. Sobre a construção da marca identitária, A. C. de Oliveira afirma:

O nome equivale a uma assinatura de quem enuncia. Nessa tipologia, ele fixa os olhos de quem olha (...) para ser visto como aquele que assume o que é um enunciado no seu formato. A presença de um “eu” se mostra assumindo a construção (de seu) mundo. O seu primeiro agir é uma forma de contatar o outro, um ato interlocutório inicial. Na imediaticidade do arranjo tipográfico [...] um “eu” se apresenta para quem está fora do noticiado e o posiciona como um “tu”, face a face com o contexto em que toma a palavra (OLIVEIRA, 2007, p. 70).

É forçoso notar, a partir das palavras de Oliveira, e retomando aspectos da relação comunicativa tratada anteriormente, o modo como o enunciador de *Época* se coloca na relação com o enunciatário não apenas na diagramação das notícias da capa, mas, especialmente, na construção de sua marca identitária, em que a quadratura que circunscreve o nome de *Época* tece uma delimitação espacial, que pode ser lida como uma separação entre enunciador e enunciatário, apontando para uma assimetria nessa relação, pontuada pelo aspecto de superioridade desse enunciador, reiterada, ainda, no negrito que cobre, em destaque, as letras capitulares, eleitas na tipologia de sua fonte gráfica, que, não por acaso, apresentam-se serifadas, reiterando o aspecto de reentrância na construção desse enunciador. Faz notar-se, como próprio da escolha desse enunciador, o emprego predominante da linha reta – entendida como produto da ação do homem, de caráter, essencialmente, cognitivo – cultuada na tradição clássica como valor. Envolto por uma quadratura e utilizando sempre os mesmos caracteres e cores é

que a marca identitária de *Época* faz ver, na continuidade de seu nome, as notícias de cada semana em que a revista se renova.

Verificamos o simulacro de um enunciador que prima pela reiteração de formas geométricas ancoradas na segurança de um modelo tradicional, pautadas na simplicidade e linearidade, como sintagmática predominante no visual. A figura da reiteração remete à construção de um enunciador que elege a previsibilidade como um modo de dizer, assim como acolhe a perspectiva clássica que inclui a imitação, a *mímese*, como uma de suas características fundamentais. É justamente a característica da imitação bem como da repetição, culminantes na propalção de modos de presença calcados na estereotipia, que veremos elencadas como valores desse enunciador, verificadas na plástica do plano da expressão e do conteúdo em diferentes percursos que sincretizados concorrerão para a construção do sentido.

Como um dos percursos indicadores da figura da continuidade, chama à atenção a disposição dos sujeitos-manequins que rodeiam o enunciado verbal, sugerindo, na dimensão espacial, o desenho de um percurso circular, que sai da marca identitária da revista, onde se posiciona a figura da atriz Eliana Giardini, apontando para uma relação de identificação entre o enunciador e tal modo de presença, e se encerra na mesma.

Tal percurso aponta para a construção de estereotipias, flagradas na exposição de rostos e corpos objetivados, que lançaram mãos dos mesmos procedimentos estéticos em seus percursos de busca pelo modelo de beleza da vez. No enunciado verbal que compõe cada uma das etiquetas afixadas no corpo de cada sujeito-manequim leem-se as intervenções estéticas destacadas, iniciando, em todas as escrituras, pelo vocábulo “plástica” e finalizando com “tratamento do dentes”, num percurso de repetição que seleciona objetos de valor desses sujeitos. As cifras e os cifrões expostos remetem à valorização do capital que atua na redução da diversidade, apontando também um percurso de desmultiplicação do diferente e, portanto, de continuidade do mesmo. Verbal, visual e espacial conjugam-se, dessa forma, na edição e re-edição de percursos de circularidade que vão culminar, no plano do conteúdo, na edificação de estereótipos.

No percurso de reiteração de ortogonalidades que encerra as construções verbo-visuais e espaciais de *Época*, observa-se, ainda a projeção da gradação, figura estilística que atua no visual em sintonia com o verbal, se tomarmos a análise do provérbio popular, que parte de uma ideia instituída para fazer a passagem para uma nova proposição na qual a beleza emerge como valor de busca. Temos, então, a formação de um pensamento que se faz em um percurso de ordem crescente. Na disposição espacial desse enunciado, podemos observar um escadamento dos vocábulos que o compõe, considerando o percurso visual da leitura, que se faz da esquerda para a direita. Os espaços vazios, no início das sentenças, são dados, igualmente, em ordem crescente, porém em percurso descendente, de forma escalonada, conferindo uma ritmicidade ao enunciado, reiterada na transversalidade dos contornos do assento em que se localiza um dos sujeitos do enunciado – a jornalista Marília Gabriela. Como se estivesse entronada, a jornalista se mostra, aparentemente, confortável tendo o corpo esteado sobre um encosto que serve de apoio para seu braço e mão, descansados tranquilamente, contrapondo-se aos punhos cerrados de Xuxa, sujeito do enunciado que se une à figura da jornalista no modo de presença debreado, cuja imagem, somada à da figura anterior, compõe uma linha diagonal, em percurso linear, de forma a conferir continuidade a tal modo de presença. Cumpre ressaltar que a figura de Marília destaca-se entre as demais, ao exercer centralidade na topologia da capa, posando ao lado do enunciado verbal, que tem a mesma centralidade. Seu rosto é posicionado ao lado da adjetivação “Belas e ricas” e sua condição de entronamento aponta para um alto grau de figurativização dos valores propalados. Vemos, então, num percurso de construção fiduciária, o enunciador dizer e mostrar o que está dizendo.



Fig. 3: Percurso da gradação e quadrangulações de *Época*

Ao percurso escalonar descendente do enunciado verbal encaixa-se o percurso escalonar ascendente orientado, no percurso visual do enunciatário, a partir do traçado de degraus que formam o assento de Marília Gabriela. Além de marcar a reiteração do emprego de formas quadrangulares e angulações retas de nosso enunciador, tal construção verbovisual utiliza-se da disposição espacial para conferir dinamicidade à cena enunciativa, traçando um percurso de leitura em que o olhar do sujeito enunciatário exerce saltos gradativos que atuam no percurso de circularidade, que engloba o enunciado verbal, conforme mostramos anteriormente.

A gradação também se faz presente, na disposição cromática, nos diferentes níveis de saturação do amarelo que se apresenta como cor predominante na totalidade do enunciado, atuando na criação de efeitos de sentido de continuidade. O amarelo, utilizado no plano de fundo da manchete de capa, é reiterado no cromatismo das chamadas das notícias secundárias: “Segundo terremoto”, “Copa 2002” e “Serra em entrevista”, compondo um elo discursivo que remete ao fazer jornalístico da enunciação. A voz que diz “Belas e ricas” é a voz que traz as notícias, com seu revestimento de imparcialidade e objetividade, agindo, principalmente, na dimensão do saber. Dessa forma, temos o branco como cor de fundo que separa, organiza as quadraturas que formam o enunciado de *Época*, dando visibilidade às separações das manchetes e chamadas secundárias, agindo sobretudo no plano da inteligibilidade, enquanto o amarelo, que por sua vez, arrebatava o leitor, conforme mostraremos adiante, atua como elemento que promove a unidade discursiva.

O nível de saturação do amarelo bem como a iluminação central, que faz fundo para o enunciado verbal, confere dinamismo a este, reiterando o aspecto de movimentação, que vai impulsionar o percurso de construção da circularidade. A vivacidade do amarelo, inscrita na dimensão plástica do enunciado, inscreve o enunciatário na dimensão sensível, na medida em que o leva à apreensão da atmosfera vibrante que figura como espaço de encenação da valorização da beleza, figurativizada de forma eufórica, podendo ser entendida como estesia do social, dada, no plano verbal, na marca plural de “Belas e ricas” e na configuração de grupo sociais, marcados pela glamourização de suas profissões. Temos, então, na dimensão plástica, a instauração da dinamicidade, do rítmico que leva à dimensão estética. Na articulação da dimensão plástica à dimensão sensível observamos a construção de um *fazer sentir* – a beleza como estesia do social – para *fazer-fazer*, da ordem da manipulação e da programação, uma vez que nos de-

paramos com a propagação de modos de ser corporais e atitudinais que assumem tom prescritivo e que são propaladores de papéis temáticos instituídos e, portanto, reprisados, agindo na propagação e manutenção do mesmo, conforme a isotopia da circularidade, flagrada em diferentes percursos sincretísticos do plano da expressão, que homologados ao plano do conteúdo, apontam para a continuidade. O enunciador usa o sincretismo para instaurar esse *fazer-sentir*, dado numa dinâmica do *fazer-fazer*, num percurso de construção de uma sensibilidade apenas reativa, não perceptiva, conforme aponta Landowski (2005).

Ainda na disposição cromática, vemos o uso do preto perpassar as vestimentas dos sujeitos do enunciado que, na dimensão física do fenômeno cromático, significa ausência de cor, apontando para a edificação de percursos de neutralização das diferenças. A reiteração do preto nessas vestimentas, com ressalva para a nuance de cinza, matizada no casaco de Marília Gabriela, gera o efeito de sentido de redução dos sujeitos à similitude, seguindo a perspectiva da estetização generalizante que aponta para a indistinção. Tem-se, dessa forma, a reiteração da cadeia de continuidade, que se refere, no plano do conteúdo, aos modos de presença objetivados. O uso do preto, na perspectiva da uniformização, dissimula a dimensão do subjetivo, sobressaindo a perspectiva da objetivação plural, marcada no enunciado, concorrendo para a construção de uma imagem de unicidade sob aparência de diversidade.

Tais percursos que apontam para as categorias da *continuidade x descontinuidade*, no plano da expressão, podem ser homologados às categorias semânticas do *da-do x construído*. Esquematizando os percursos de sincretização, articulados na dimensão espacial, temos:

Visual

Plano da expressão	Plano do conteúdo
Topologia: relação englobante x englobado formando o percurso de circularidade.	Prolongamento e reiteração do mesmo
Eidético/cromático: uso do preto na uniformização da cor das vestimentas; ausência de cor	Apagamento do sujeito, neutralização da diferença, percurso da unicidade
Eidético/ cromático: plástica dos rostos objetivados, mesmos procedimentos estéticos, objetivação dos sujeitos-manequim.	Redução e estereotipia
Eidético/cromático: uso de etiquetas, rotulação.	Normatização e estereotipia
Eidético/cromático: emprego do amarelo, dinamizando percurso de circularidade, matizado nas etiquetas, plano de fundo e notícias secundárias; figura da gradação	Ligação, união, seriação, encadamentamento e prolongamento do mesmo
Eidético/cromático: quadraturas na diagramação das notícias e marca identitária de <i>Época</i> , uso de perspectiva clássica (<i>ethos</i> do enunciador)	Tradição, padronização, reiteração

Verbal

Redundância dos textos descritivos das etiquetas: “plástica.... clareamento dos dentes”.	Fórmula convencionada, apagamento do sujeito.
Reiteração do cifrão (\$) - (marca do capital)	Redução da diversidade à unicidade
Figura da gradação	Prolongamento
Marca plural em “Belas e ricas”,	Multiplicidade implicada no prolongamento e reiteração do mesmo.

No plano geral

PE: continuidade x descontinuidade
(circularidade) x (não-circularidade)

PC: construído x dado
(objetividade) x (subjetividade)
("a" beleza) x (felicidade)

Referências Bibliográficas

FLOCH, Jean-Marie Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral. *Documentos de Estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas*. São Paulo: CPS, 2001.

_____. *Identités visuelles*. Paris: PUF, 1995.

_____. Imagens, signos, figuras. A abordagem semiótica da imagem. *Cruzeiro Semiótico*, n. 3, Porto, 1985.

GREIMAS, Algirdas Julien. “O contrato de veridicção”, in: *Acta semiótica e lingüística*. São Paulo, v. 2, Huicitec/SBPL, 1978.

GREIMAS, Algirdas Julien & COURTÉS Joseph. *Dicionário de Semiótica*. Trad. Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix, s/d.

HJELMSLEV, Louis. *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*. Trad. J. Teixeira C. Neto, São Paulo: Perspectiva, 1975.

LANDOWSKI, Eric. Les interactions risquées. *Nouveaux Actes Semiotiques*. Pulim: Limoges, n. 103-105, 2005.

_____. Aquém ou além das estratégias, a presença contagiosa. *Documentos de estudos do Centro de Pesquisas Sociosemióticas*, vol. 3, São Paulo: CPS, 2005.

_____. “Flagrantes delitos e retratos”, in: *Galáxia. Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica e Cultura*, n. 8. São Paulo: EDUC, 2004.

_____. *Presenças do outro*. São Paulo: Perspectiva, 1997.

_____. *A sociedade refletida*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

MACHADO DE ASSIS, J. M. *Obra completa*. Rio de Janeiro: Editora Nova Aguilar, 1994, vol. III.

OLIVEIRA, Ana Cláudia. “A dupla expressão no jornal”, in: *Galáxia Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica e Cultura*. São Paulo, n. 14, p. 63-80, dez. 2007.

OLIVEIRA, Ana Cláudia. (org.). *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hacker-CPS, 2004.

OLIVEIRA, Ana Cláudia & TEIXEIRA, Lucia (orgs.). *Linguagens na comunicação*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

REVISTA Época, n. 215. São Paulo: Editora Globo, julho de 2002.

SILVA, Simone Bueno da. *A construção do corpo na mídia semanal*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós Graduação em Comunicação e Semiótica, PUC- SP, 2007.