

## O gênero capa de revista em perspectiva Dialógico-discursiva

The genre magazine cover in perspective  
Dialogical-discursive

 Manassés Morais Xavier

**Resumo:** O trabalho parte das seguintes questões-problema: que relações dialógicas são convocadas em capas da Revista *Veja*? Como tais relações revelam o ponto de vista de negatividade do veículo de mídia supracitado no que se refere ao Partido dos Trabalhadores (PT)? Nesse sentido, objetiva-se como resposta aos questionamentos levantados analisar duas capas de revista que tematizavam situações vivenciadas pelo PT e que serviram de fomento midiático para a circulação de enunciados concretos em um recorte temporal de campanha política para as eleições presidenciais do ano de 2014. Do ponto de vista teórico, a pesquisa filia-se às contribuições advindas do Círculo de Bakhtin. Os resultados apontam o lugar valorativo da Revista *Veja* em função de um enquadramento dialógico-discursivo que nega o PT e, com essa finalidade, acentua uma narrativa jornalística que insere o PT em uma zona de conflito, de corrupção.

**Palavras-chave:** Análise Dialógica do Discurso. Leitura. Gênero Discursivo Capa de Revista.

---

Manassés Morais Xavier. Doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba.  
E-mail: manassesmxavier@yahoo.com.br

**Abstract:** The work starts from the following problem-questions: what dialogic relationships are summoned on the covers of *Veja Magazine*? How do such relationships reveal the point of view of negativity of the aforementioned media vehicle with regard to the Workers' Party (PT)? In this sense, the objective is, as a response to the questions raised, to analyze two magazine covers that thematized situations experienced by the PT and that served as media promotion for the circulation of concrete statements in a time frame of the political campaign for the presidential elections of the year 2014. From a theoretical point of view, the research is affiliated with contributions from the Bakhtin Circle. The results point to the evaluative place of *Revista Veja* due to a dialogic-discursive framework that denies the PT and, for this purpose, emphasizes a journalistic narrative that places the PT in a zone of conflict, of corruption.

**Keywords:** Dialogical Analysis of Discourse. Reading. Discourse Genre Magazine Cover.

A vida é dialógica por natureza. Viver significa participar do diálogo: interrogar, ouvir, responder, concordar, [*ler, compreender*] etc. Nesse diálogo o homem participa inteiro e com toda a vida: com os olhos, os lábios, as mãos, a alma, o espírito, todo o corpo, os atos.  
(BAKHTIN, 2010, p. 348, grifos nossos).

## Introdução

**A**creditamos que a leitura, em perspectiva dialógico-discursiva, ocorre quando é possível estabelecer relações de sentidos entre enunciados adjetivados de concretos, sob à luz da Análise Dialógica do Discurso, do Círculo de Bakhtin. A leitura, nesses termos, é entendida como uma prática social, situada, que envolve atividades de compreensão responsiva.

De acordo com Xavier (2020), a leitura é, sem sombra de dúvida, um gesto de compreensão responsiva, um modo de visão de mundo, um ponto de vista. Portanto, ler, como compreensão responsiva, é um gesto emotivo-volitivo de expansão de sentidos.

Assim, neste artigo, compreendemos a análise de discurso como práticas de leituras dialógico-discursivas de enunciados concretos: dialógico, por negociar sentidos através de dizeres outros; discursivo, por reconhecer o estabelecimento da vida verboideológica que institui os enunciados em seus espaços de interações sociais historicamente situados.

Diante do apresentado, partimos das seguintes questões-problema: que relações dialógicas são convocadas em capas da Revista *Veja*? Como tais relações revelam o ponto de vista de negatividade do veículo de mídia supracitado no que se refere ao Partido dos Trabalhadores (PT)?

Nesse sentido, o objetivo deste artigo consiste em analisar duas capas de revista que tematizavam situações vivenciadas pelo PT e que serviram de fomento midiático para a circulação

de enunciados concretos em um recorte temporal de campanha política para as eleições presidenciais do ano de 2014.

A seguir, apresentamos a discussão que embasou a fundamentação teórica deste manuscrito científico.

## A concepção de enunciado concreto

É notório que toda expressão linguística é sempre orientada em direção ao outro, em direção ao ouvinte. Assim, para se compreender o enunciado é preciso entender a sua orientação social. Volóchinov (2017) menciona que a verdadeira essência da linguagem é o evento social da interação discursiva que se concretiza em um ou em vários enunciados. Dessa forma, toda e qualquer situação comunicativa possui um auditório que admite uma organização bem definida, uma orientação.

Logo, a orientação social é precisamente uma das forças vivas e constitutivas que, ao mesmo tempo em que organizam o contexto do enunciado – a situação –, determinam também a sua forma estilística e sua estrutura estritamente gramatical (VOLÓCHINOV, 2017).

A partir dessa percepção, todo enunciado real possui um sentido e as palavras assumem inúmeras significações em função do sentido do enunciado que, por sua vez, é concreto. É por isto que o sentido da palavra é totalmente determinado por seu contexto.

Para Bakhtin (2010), o enunciado é entendido como unidade da comunicação discursiva. Em sua perspectiva, é preciso diferenciar a palavra da língua do enunciado concreto. A palavra da língua é

desprovida de emoção, de juízo de valor. Já o enunciado concreto, por sua vez, é dotado de elemento expressivo, isto é, a relação subjetiva emocionalmente valorativa do falante com o conteúdo do objeto e do sentido do seu enunciado. Nos diferentes campos da comunicação discursiva, o elemento expressivo tem significado vários e grau vários de força, mas ele existe em toda parte: um enunciado absolutamente neutro é impossível. O enunciado é a

[...] unidade real da comunicação verbal [...]. A fala só existe, na realidade, na forma concreta dos enunciados de um indivíduo: do sujeito de um discurso-fala. O discurso se molda sempre à forma do enunciado que pertence a um sujeito falante e não pode existir fora dessa forma. Quaisquer que sejam o volume, o conteúdo, a composição, os enunciados sempre possuem, como unidades da comunicação verbal, características estruturais que lhes são comuns e acima de tudo, fronteiras claramente delimitadas. (...) As fronteiras do enunciado compreendido como uma unidade da comunicação verbal são determinadas pela alternância de sujeitos falantes ou de interlocutores (BAKHTIN, 2010, p. 293).

As principais características do enunciado, de acordo com o filósofo da linguagem russo, são: contato direto com a realidade, assim como relação com outros enunciados; atitude responsiva por parte do *outro*; e alternância dos sujeitos do discurso. Segundo Bakhtin (2010), o enunciado é pleno de *tonalidades dialógicas*, isto é, todo enunciado está em constante diálogo com outros enunciados, tanto com os que o antecedem quanto com os que o sucedem, numa corrente complexa e organizada de outros enunciados. Na visão bakhtiniana, cada enunciado é pleno de ecos e

ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade do campo de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto, antes de tudo, como uma *resposta* aos enunciados precedentes de um determinado campo.

Nesse contexto, destacamos um dos principais aspectos do enunciado: a possibilidade de responder a ele, de ocupar em relação a ele uma atitude responsiva. O interlocutor, ao compreender determinado enunciado, assume uma posição, uma atitude responsiva em relação a ele. Tal compreensão pode ser muda, ativa ou passiva, mas, de qualquer forma, é resposta. Se um indivíduo toma determinada atitude em relação a um enunciado já está respondendo a ele. O próprio locutor espera uma compreensão ativa, uma resposta do outro.

### Os gêneros discursivos em visão bakhtiniana: a capa de revista em foco

Atualmente, a noção de gênero não está mais vinculada apenas à literatura. A expressão *gênero* vem sendo usada de maneira cada vez mais frequente e em número cada vez maior de áreas de investigação. Trata-se de um empreendimento cada vez mais multidisciplinar, pois a análise de gêneros engloba tanto a análise do texto e do discurso, quanto uma descrição da língua e visão da sociedade. Para tanto, o trato dos gêneros diz respeito a uma abordagem da língua(gem) em seu cotidiano nas mais diversas formas. É uma fértil área interdisciplinar e sua atenção está voltada, especialmente, para a linguagem em funcionamento, bem como para as atividades culturais e sociais.

Os gêneros são constituídos nas esferas comunicativas e se efetivam na forma de enunciados. Sendo assim, ao pensarmos na noção de gênero, passamos a perceber sua íntima relação com os inúmeros campos da atividade humana, bem como com os usos da língua, uma vez que os gêneros discursivos permitem relações interativas mediante os processos de produção da linguagem.

Em outras palavras, os gêneros discursivos se constituem como produtos de um povo afetado pelos aspectos cultural e sócio-histórico, cuja existência se procede a partir das práticas de linguagem. Precursor de diversos pressupostos sobre a natureza da linguagem utilizados hoje nas pesquisas linguísticas, Bakhtin e seu Círculo trouxeram para o centro de interesse dessas pesquisas o caráter social e histórico da linguagem, do enunciado, rebatendo os trabalhos de linguística pautados num abstracionismo infértil, baseado, tão somente, nas relações internas de um sistema linguístico.

Os estudos sobre os gêneros do discurso em Bakhtin tiveram grande respaldo no que se referem ao processo dialógico comunicativo, pois são processos do uso real da linguagem, da comunicação fundada na palavra e na pluralidade de signos presentes em cada cultura.

É nesse sentido que, neste artigo, reconhecemos a capa de revista como um gênero discursivo, como um gênero secundário, pois exige um processo complexo de elaboração. No processo de sua construção, há a presença de um enunciador que, por sua vez, é representado por uma equipe de produção responsável por enunciar as matérias veiculadas em cada edição a partir de gêneros como entrevista, notícia, reportagem, artigo de opinião, resenha, dentre outros.

Para o jornalismo, há a necessidade de fazer com que os assuntos se tornem relevantes e atraentes para o público-leitor, tendo em vista o intuito de provocar o seu interesse pela aquisição e leitura desse material anunciado nas capas. Esse trabalho exige, pois, a participação de vários profissionais, dentre eles: redator, diagramador, ilustrador, fotógrafo ou artista plástico.

A partir da ótica bakhtiniana, defendemos que as capas de revista são consideradas gênero do discurso por agregarem enunciados concretos que mantêm relações dialógicas em vários níveis. Nesse contexto, no processo de elaboração podemos qualificar o nível imediato; os componentes da equipe de produção estão afinados num objetivo comum com a editora para a escolha da unidade temática que norteará todo o projeto verbo-visual: chamadas, distribuição, tipos gráficos, imagens ou fotos, cores, dentre outros elementos composicionais.

As capas de revista são concebidas em função dessas redes complexas e, portanto, ideológicas. Partindo desse pressuposto, observamos a importância de analisá-las de acordo com a teoria de Bakhtin, mais especificamente no que tange à noção de enunciado concreto, considerando que as mesmas circulam nos campos jornalístico e publicitário, cumprindo duplo papel: informação e persuasão para com o leitor.

Assim, compreendemos as capas de revista como um gênero discursivo historicamente situado, haja vista que elas circulam em nosso meio social com o objetivo de promover pessoas/famosos, além de divulgarem tendências em várias áreas do meio social, nos deixar informados sobre os acontecimentos do meio político e social.

## O enunciado concreto no gênero discursivo capa de revista: uma conversa analítica

Seguem as análises empreendidas neste artigo<sup>1</sup>.

Figura 1 – “Eles sabiam de tudo”



Fonte: Capa da Edição 2397, ano 47, nº 44, de 29 out. 2014

1. Os dados apresentados nesta comunicação são um recorte de nosso trabalho de orientação do texto de Monografia de Graduação em Letras, pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), “*Veja X PT: um estudo dos enunciados concretos no gênero capa de revista*”, de Fábila Rodrigues Porto de Oliveira que, por sua vez, autorizou a publicação dos dados.

Quando a revista chegou às bancas, três dias depois das eleições de segundo turno<sup>2</sup>, os brasileiros já haviam optado por deixar Dilma Rousseff como Presidenta do Brasil, embora a reputação do Partido dos Trabalhadores estivesse em baixa. Reeleita com 62,12% dos votos, Dilma (PT) venceu o tucano Aécio Neves (PSDB).

A capa apresenta as imagens de Dilma e Lula, ambos acusados no esquema de corrupção da estatal. Podemos perceber que a imagem em si já funciona como um discurso dialógico e, portanto, um enunciado concreto, tendo em vista que já traz consigo outros dizeres, e estes dizeres são projetados com o intuito de produzir sentidos mediante o seu público-alvo.

Diante desse contexto, a Revista *Veja* criou uma forma de representação da “verdade” através da imagem emoldurada dos dois petistas. Dessa forma, utilizou-se das relações dialógicas para firmar o seu ponto de vista com relação ao tema abordado, ou seja, eis aí uma das múltiplas formas de dialogismo, o tom valorativo, apreciativo.

Partindo dessa concepção, podemos compreender que dialogismo é a capacidade de dialogar com o já dito e se reportar com o que ainda será dito. Sendo assim, a Análise Dialógica do Discurso concebe a linguagem em uma perspectiva histórico-sócio-cultural. A sua preocupação não está, apenas, no que o texto diz, mas, sobretudo, na interrelação entre o que e o como o texto diz.

---

2. Vale salientar que em muitas localidades do Brasil, a edição da revista pode ter chegado às bancas e aos domicílios residenciais, ou não, na véspera do dia ou no dia das Eleições 2014 em segundo turno, isto é, sábado ou domingo, apesar dela – a revista – ser datada numa quarta-feira.

Como o objetivo do enunciador é justamente a de produzir sentidos perante os seus leitores, lança mão de estratégias discursivas, a saber, imagens, cores, estrutura composicional, entre outras, para aguçar esses sentidos. Para tanto, o sujeito leitor revela sua formação ideológica e vai se desnudando, traçando caminhos para buscar sua forma de assimilar os discursos vários impressos na capa.

Ao analisarmos a edição em pauta, podemos identificar que em meio às imagens dos rostos de Dilma e Lula, há uma cobertura preta dividindo os dois olhares, apenas a metade de cada rosto está evidente; a cor preta nos remete ao petróleo e significa que algo está oculto, desconhecido, obscuro. Pelo dizer de *Veja*, é possível realizarmos essa leitura porque logo abaixo da logomarca da revista está escrita a palavra *PETROLÃO* na cor vermelha, que nos remete ao PT, por ser a cor representativa do partido. Ou seja, de acordo com os enunciados materializados na capa em análise, as cores e as imagens impressas nos permitem construir esses sentidos.

Ao observarmos os aspectos faciais de Dilma e Lula, podemos verificar que a expressão de Dilma é de preocupação com as declarações. Afinal, é ela quem está no poder. Seu olhar está fixo, mas um tanto quanto desviado, como se não tivesse coragem de encarar o público; há uma ruga no meio da testa, o que evidencia ainda mais o tom de preocupação dela. A boca entreaberta revela algo: é como se pudéssemos ler – “e agora, o que vou fazer?”.

De acordo com as declarações impressas na revista, o doleiro Alberto Youssef faz a revelação não apenas à mídia, mas à Polícia

Federal e ao Ministério Público, e isso é grave, tendo em vista que o doleiro não pode fazer declarações mentirosas, sob pena de perder o benefício da delação premiada e ser punido ainda mais, caso minta ou entre em contradição.

Quanto à feição de Lula, verificamos uma expressividade séria, um olhar fixo e, diferente de Dilma, olha encarando, para a frente, sem desviar. A boca está fechada, como quem cala diante das afirmações do doleiro, silenciando. É assim que Lula se comporta desde que saiu da presidência, como alguém que fica por trás dos bastidores apenas observando, como se pensasse: “Não estou mais na presidência, portanto, não tenho mais nada a ver com essas declarações”.

A cor branca que envolve o enunciado do subtítulo: *O doleiro Alberto Youssef, caixa do esquema de corrupção na Petrobras, revelou à Polícia Federal e ao Ministério Público, na terça-feira passada, que Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações na estatal*, significa pureza, clareza dos fatos, é hora de revelar aos órgãos interessados toda a verdade, o país precisa ter provas concretas do que está acontecendo.

Cabe salientar que este enunciado está dentro da cobertura preta (a qual podemos associar ao líquido do petróleo) que envolve o meio dos rostos de Dilma e Lula, o que nos remete ao fato de os dois estarem envolvidos no escândalo da estatal, segundo informa a *Veja*. E para evidenciar ainda mais esse sentido, logo abaixo, há o destaque para o enunciado do título *ELES SABIAM DE TUDO*, posto na cor vermelha, como já especificamos anteriormente, que representa a cor do PT.

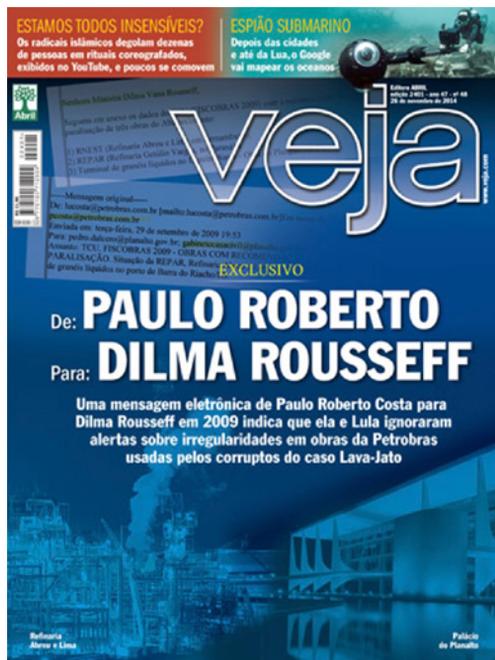
Em caixa alta se destaca na capa o que contrasta com o jargão específico de Lula e agora também de Dilma, quando afirmam que NÃO SABIAM DE NADA. Sempre que perguntados sobre o assunto, afirmam desconhecer e informam ser inocentes. O pronome pessoal *ELES*, na terceira pessoa do plural, deixa claro que tanto Dilma quanto Lula estavam à par dos acontecimentos.

O verbo SABIAM, no pretérito imperfeito do indicativo, também reforça essa conclusão, porém, com a ressalva de que os fatos não foram totalmente concluídos, pois são fatos contínuos, não terminados. A preposição DE funciona como um elo entre as palavras *sabiam e tudo*, subordinando-as. A palavra TUDO nos traz a ideia de quantidade, totalidade e, no caso do enunciado em questão, significa dizer que todos os esquemas de corrupção com relação ao desvio de dinheiro da Petrobras eram de conhecimento dos líderes petistas.

Para tanto, a escolha das palavras, bem como das cores e das imagens para a composição da capa não é aleatória. Pelo contrário, cada recurso verbal e não-verbal utilizado pelo sujeito jornalista funciona como manobras discursivas em busca de reproduzir outros dizeres, assim como outras ideologias estabelecidas nas diversas formações sociais.

Passemos para a Figura 02 – “De: Paulo Roberto / Para: Dilma Rousseff”.

Figura 2 – “De: Paulo Roberto / para: Dilma Rousseff”



Fonte: Capa da Edição 2401, ano 47, nº 48, de 26 nov. 2014

A lente jornalística da *Veja* focaliza nesta capa, um mês após as eleições, informações exclusivas acerca de uma mensagem eletrônica enviada no ano de 2009 por Paulo Roberto Costa, na época Diretor de Abastecimento e Refinaria da Petrobras, para Dilma Rousseff, quando a mesma era Ministra Chefe da Casa Civil.

De acordo com a composição da capa, podemos verificar que no plano de fundo há a imagem do *e-mail* que Paulo Roberto Costa enviou para Dilma Rousseff. A logomarca da revista em um tom de azul transparente contornado pelo branco está fixada em cima da mensagem eletrônica, que está funcionando como uma

marca d'água; a marca d'água simboliza um efeito de segurança, além da ideia de transparência, e podemos associá-la ao dinheiro, em cujo símbolo representa um selo autêntico e seguro, que impossibilita a sua falsificação.

Sendo o *e-mail* uma espécie de documento comprobatório, pois nesse caso ele apresenta conteúdo específico, data, dia, hora, destinatário e assinatura do remetente, o mesmo pode ser considerado uma prova do envolvimento do PT no escândalo da Petrobras, tendo em vista que o remetente, o Sr Paulo Roberto Costa, diretor da estatal entre 2004 e 2012 e um dos principais envolvidos na corrupção, foi o autor da mensagem.

Nesse contexto, a *Veja*, de acordo com a capa proposta, leva o público à produção de diversos sentidos, haja vista que a idealização das capas não surge à toa e o leitor irá identificar nos elementos que as compõem uma série de fatores que comprovam tais sentidos.

Mais uma vez temos o PT, representado pelas figuras de Dilma e Lula, sendo colocado numa situação negativa perante a sociedade, ou seja, frente à opinião pública. São escândalos que mexem com a estrutura do partido e põe em “xeque” a sua credibilidade.

Instaura-se um efeito de verdade quando a revista denuncia através de práticas de letramento, esse envolvimento entre o PT e o escândalo da Petrobras. O *e-mail*, como já foi dito, é um meio legítimo, formal, um texto oficial dessa “verdade”, e apesar de percebermos a intenção ideológica da revista em depreciar o PT, ele foi enviado à sua revelia. Portanto, não foi a *Veja* quem o criou, não se trata de um “disse me disse”, mas de algo autêntico

que a revista traz para a sua capa como maneira de informar a população, através de sua voz, que o PT pode não ser tão inocente como afirma.

Entretanto, a matéria em si (a qual não vamos nos deter nesse trabalho), informa que não só o PT está envolvido no esquema, mas também dois outros partidos, a saber, o Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) e o Partido Progressista (PP). Dessa forma, podemos verificar que há realmente uma guerra travada entre o PT e a *Veja*, caso contrário, os demais partidos seriam mencionados igualmente na matéria de capa, o que não ocorre, constatando o processo de depreciação de *Veja* com relação ao PT.

Para ficarmos a par dessa informação, é necessário ler as páginas da revista, que não trazem muitos detalhes sobre o assunto. O sujeito jornalista constrói seu dizer a partir de articulações discursivas entre o verbal e o não-verbal, e estes funcionam como “legitimadores de verdades”.

A presença da imagem nas capas e matérias articula um jogo discursivo constituindo sua subjetivação. Sendo assim, podemos afirmar que, quando uma fotografia, ou uma imagem, ressurge na matéria jornalística juntamente com um texto verbal, age não apenas para elucidar algo que está sendo comunicado, ou mesmo para ilustrar a reportagem; acima de tudo, atuam como forma de materialização da verdade, como se exercessem domínio e poder e, ao mesmo tempo, regulassem o próprio dizer.

De acordo com Volóchinov (2017, p. 177),

[...] Para um falante não importa o aspecto da forma, que permanece o mesmo em todos os casos do seu uso por mais variados que eles sejam. O que importa para o falante é aquele aspecto da forma linguística graças ao qual ela pode aparecer em um contexto concreto, graças ao qual ela se torna um sinal adequado nas condições de uma situação concreta.

Como já analisamos, o doleiro Alberto Youssef, em acordo de delação premiada, revelou em seu depoimento à Polícia Federal e ao Ministério Público que Dilma e Lula (ele se refere ao Planalto) sabiam desde muito tempo o que vinha acontecendo, mas não tiveram interesse em esclarecer o caso, pois, segundo o delator, o dinheiro desviado foi em grande parte para patrocinar as campanhas eleitorais do PT, inclusive a da Ministra Dilma em 2010 para a presidência da República.

Paulo Roberto Costa, também delator, começou a ser investigado pela Polícia Federal por manter contato com o doleiro, e nas investigações, foi descoberto que os dois são cúmplices no esquema de corrupção da estatal. Desde então, ambos assinaram contrato de delação premiada para desvendar os crimes da lavagem de dinheiro na operação Lava-Jato, e nos depoimentos que estão sendo feitos desde 2014, os dois confirmam a participação de Lula e Dilma no esquema.

Juntamente com o título *De: Paulo Roberto Costa / Para: Dilma Rousseff*, o subtítulo da matéria, *Uma mensagem eletrônica de Paulo Roberto Costa para Dilma Rousseff em 2009 indica que ela e Lula ignoraram alertas sobre irregularidades em obras da Petrobras usadas pelos corruptos do caso lava-jato*,

dialoga com as imagens propostas na capa. Logo abaixo do subtítulo observamos as imagens (uma ao lado da outra) do Palácio do Planalto e da Refinaria Abreu e Lima, investigada no esquema da lavagem de dinheiro.

Diante disso, podemos verificar que a mídia impressa em análise manipula as imagens e os textos para que haja a configuração dos operadores de sentidos por parte do sujeito leitor, ou seja, de certa forma, eles “ditam” o ritmo da matéria. Nessa perspectiva, compreendemos que o efeito da imagem, bem como das cores e da forma de distribuição dos textos, exercem uma espécie de “atração” junto aos sujeitos sociais, o que confirma o fato de que tudo no gênero midiático, sobretudo na revista, é estrategicamente articulado para gerar curiosidade, tal qual um banquete para ser degustado pelo sujeito-leitor.

O significado e a importância das cores estão relacionados à situação e à intenção de comunicação, por isso não há um significado rígido para elas, pois uma mesma cor pode ser associada a vários outros significados. No caso da Figura 02 – “De: Paulo Roberto / Para: Dilma Rousseff”, verificamos que a cor azul é predominante, ocupa a capa por completo, com exceção dos textos que foram escritos na cor branca.

A cor azul na publicidade significa lealdade, confiança, profissionalismo, verdade. E diante das matérias expostas neste e em outros exemplares, podemos compreender que a *Veja*, enquanto gênero formador de opinião, se propõe a “comunicar sua verdade”, o seu tom apreciativo, o seu ponto de vista a partir de dados

verídicos, primando sempre pela confiança e profissionalismo perante ao seu público-alvo.

A cor branca, que nesta capa casa com a azul, representa a reflexão, a clareza. Os fatos estão aí para serem julgados, cabe a sociedade acreditar neles ou não. Para tanto, cada sujeito, de acordo com seu posicionamento na sociedade, procura assimilar os discursos, e tira suas próprias conclusões acerca do que está sendo dito/mostrado.

O papel da mídia é informativo, mas para isso usa sua capacidade de persuasão. Os discursos, conforme a formação dos sujeitos, estão postos em confronto; os sujeitos, cada um com sua ideologia e seu ponto de vista, podem, pois, concordar ou discordar do que está sendo dito através da mídia impressa.

## Considerações finais

Segundo a teoria dialógica proposta por Bakhtin e o Círculo, a relação entre o verbal e o não-verbal, entre o dito e o não-dito ocorre por meio da entonação, do gesto, do conhecimento do contexto extraverbal, e do espaço comum entre os falantes, além da parte percebida e da parte presumida, bem como das relações entre locutor e interlocutor. Tais elementos são indissolúveis no que diz respeito ao todo do enunciado; e, por meio das relações dialógicas entre eles, os sentidos se constroem e se (re)atualizam a cada novo contexto do uso da linguagem.

Dentro dessa perspectiva, o gênero discursivo capa de revista se encaixa nos parâmetros citados acima, pois nele há a ne-

cessidade da articulação da linguagem mista, a saber, verbal e não-verbal, com o intuito de construir sentidos, e os elementos se mostram eficientes nesse sentido. Dessa forma, o nosso objetivo foi tentar mostrar através das duas capas da Revista *Veja* com tema sobre a Operação Lava-Jato (escândalo da Petrobras), como ocorre o entrelaçamento desses elementos.

## Referências

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *Estética da criação verbal*. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

VOLÓCHINOV, Valentin Nikolaevich. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Tradução, notas e glossário de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: 34, 2017.

XAVIER, Manassés Moraes. *Educomunicação em perspectiva dialógico-discursiva*. São Paulo: Mentis Abertas; Campina Grande: EDU-FCG, 2020.

Recebido em 15/11/2020.

Aceito em 13/01/2021.

Licenciado por

