

A representação visual do Papa Bento XVI nas capas de revistas semanais
*Edienari Oliveira dos Anjos*¹

Resumo

Utilizando-se de conceitos da Análise do Discurso e Polifonia, o presente artigo tem por finalidade analisar os discursos produzidos nas capas de revistas Veja, Istoé, Carta Capital e Época que trataram do personagem Papa Bento XVI entre os anos de Abril de 2005 e Maio de 2007. O principal objetivo deste trabalho é atentar aos discursos produzidos pela mídia impressa a partir da construção de ideologias presentes nas iconografias dos periódicos de capa.

Palavras-chave: *Revista, discurso, polifonia, imagem*

O presente artigo tem por finalidade realizar uma análise dos discursos nas capas de revista, mais especificamente em *Veja* (2 capas) edições de nº 1902 e nº 2008, *Istoé* (2 capas) edições de nº 1854 e nº 1959, *Época* (2 capas) edições de nº 362 e nº 467 e *Carta Capital* (2 Capa) edições de nº 339 e nº 443 que trabalharam a imagem de Bento XVI nos anos de 2005 e 2007 formando o *corpus* definitivo da pesquisa.

O principal instrumento para realização de tal trabalho se alicerça na corrente (linha de estudo) de Análise do Discurso que investiga os fenômenos culturais como fenômenos de comunicação. Pinto (1999) e Magalhães (2003), por exemplo, são autores que discutem o caráter enunciativo e discursivo das imagens. Avalio as publicações de capa relacionada ao tema proposto, visando reflexões de predicação imagéticas dos discursos produzidos pelos veículos impressos, levando em consideração as diversas vozes que constroem os discursos de capas. A Polifonia ou Heterogeneidade Enunciativa, fundamento desenvolvido por Bakhtin.

Para coleta das imagens que fundamentam esse artigo, foram utilizados os sites das revistas: www.veja.com.br, www.istoe.com.br, www.epoca.com.br e

¹ Acadêmica em Comunicação Social- Jornalismo da Faculdade Santo Agostinho- PI

www.cartacapital.com.br buscando as capas em seus links relacionados a arquivos ou de edições anteriores.

DISCURSO E POLIFONIA

O ponto de partida desse trabalho estará focado no uso da linguagem verbal e não-verbal baseado nos princípios semióticos de Análise de Discurso tendo como alicerce estudioso dessa corrente de estudo (Pinto 1999) e Magalhães (2003) e das possíveis interpretações dado ao objeto apresentado.

Também levamos em consideração o tecido enunciativo que forma a Polifonia ou Heterogeneidade Enunciativa na junção das vozes, presentes nas capas de revista, na construção de um todo, o produto final. O termo Polifonia, ou seja, várias vozes que falam, foi desenvolvido pelo teórico russo Mikhail Bakhtin no intuito de mostrar que em um único discurso estão presentes vários outros discursos que apareceram anteriormente e que foram enraizados em um discurso atual por um dado enunciatário, o emissor de uma mensagem.

Muitas vezes as enunciações parecem ser espontaneamente proferidas pelos personagens e, ao mesmo tempo, são apenas atualizações de enunciados produzidos anteriormente por uma outra autoria ou por outros enunciadores. (MAGALHÃES, 2003)

A unidade da experiência e da verdade do homem é polifonia. Somente a tensão entre as múltiplas vozes que participam do diálogo da vida pode dar conta da integridade e da complexidade do real. Dialogismo e polifonia constituem as características essenciais e necessárias a partir das quais o mundo pode ser compreendido e interpretado de muitas e diferentes maneiras, tendo em vista seu estado de permanente mutação e inacabamento. (BAKHTIN, 1997).

É no confronto de identidades que levou Bakhtin a denominar de *dialogismo* o debate entre os diversos textos que falam dentro de um discurso.

O sentido é produzido no atrito de um discurso com outro(s), na negação de um pelo outro, nas diferenças que se estabelecem na disputas de lugares e olhares. Saber com quais discursos dialogam outros discursos diz respeito à determinação das condições materiais de existência dos sujeitos históricos, produtores de discursividades. (MAGALHÃES, 2003).

A Análise do Discurso procura analisar produtos culturais produzidos em instituições comunicacionais seja de teor publicitário, televisivo, radiofônico, capas de revistas, textos jornalísticos, enfim, tudo que de alguma forma comunica algo a alguém (enunciatório/ receptor) com o propósito de avaliar criticamente o consumo dos sentidos vinculados àqueles produtos na sociedade. (PINTO, 1999).

Ainda segundo Pinto, um analista de discurso não se importa tanto ao que o texto diz ou mostra. Não se atem a uma interpretação semântica de conteúdo, mas sim em como e porque diz e mostra.

2.1. POLIFONIA E DISCURSO MUDIÁTICO

É importante, a partir desse momento, fazer a distinção entre dois personagens que se farão freqüentes nas descrições de sentido e discurso nas capas: enunciatador e enunciatário. Enunciatador é o sujeito que emite a mensagem e enunciatário é o sujeito que recebe a mensagem (receptor/ intérprete).

Assim vale perceber que o sujeito que pronuncia seu enunciado não é primeiro a romper com o silêncio do mundo. Outras vozes participam de seu ato enunciativo.

Desta forma os produtos culturais produzidos em uma sociedade são compostos por uma multiplicidade (vozes) de sujeitos que dialogam entre si. E esse discurso presente nestes produtos culturais é formado por outros discursos e conseqüentemente pela diversidade de vozes que o compõem. Isso levou a fundamentação do conceito de Polifonia por Bakhtin. Para ele (1997), as vozes formadoras de discurso não são livremente selecionadas pelo autor, mas sim determinadas pelo contexto sócio histórico vivenciado por esse indivíduo no momento de sua produção discursiva.

Partindo do conceito de Polifonia outros autores subdividiram a Heterogeneidade Enunciativa em: heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva.

No primeiro caso de heterogeneidade, o sujeito deixa visíveis as vozes que constituem seu discurso por meio de citações que ele mesmo faz de outros discursos. Essa heterogeneidade se caracteriza pela liberdade que o enunciatador acreditar ter à medida que ele próprio seleciona os textos que se farão presentes no discurso que ele produz.

Nesse caso, o sujeito falante (sujeito da enunciação), que detém o papel, no ritual social, de organizar o seu discurso como sujeito “autônomo”, ao produzir sua discursividade o faz de modo heterogêneo, explicitando e mostrando o seu dizer. (MAGALHÃES, 2001).

Já na Heterogeneidade Constitutiva as vozes não são facilmente identificáveis, pois o enunciador não explicita os textos participantes de seu discurso atual fazendo um entrelaçamento de vestígios de outros textos preexistentes no texto presente.

Constituído pelo entrelaçamento de vestígios de outros textos, muitas vezes independentemente de traços recuperáveis de citação ou alusão e segundo restrições sócio-histórico-culturais sobre as quais o(s) autores(s) empírico(s) do texto não têm controle. (PINTO, 1999)

Essa noção de Polifonia funciona bem nas empresas de comunicação que são estruturadas por vários profissionais como redatores, repórteres, editores, fotógrafos, diagramadores, dentre outros, que desempenham suas respectivas funções na formação das diversas vozes produtoras do discurso dentro de um corpo empresarial comunicacional. Estes profissionais trabalham em conjunto na produção de um discurso que remeta a ideologia do veículo de comunicação em questão a partir de imagem representativa.

Deste modo são totalmente responsáveis pelos discursos que produzem e pelas representações que acreditam fazer nos textos, como também nem se quer são os únicos responsáveis pelas representações que ali aparecem (Pinto 1999).

A pluralidade e a diversidade de vozes que constituem a Polifonia trabalham em tom harmônico ao mesmo tempo em que essas vozes confrontam-se entre si de maneira que permanecem independentes. Combinadas, as vozes dos profissionais que participam da produção discursiva aparecem como sendo um único enunciador na edificação ideológica de uma mensagem.

A representação (para nós as capas de revista) produzida pela mídia impressa poderá sofrer modificações de predicação em sua formatação com a intenção de atrair a atenção do enunciatário e transmitir a posição da empresa mediante o fato abordado. Porém para se ter o produto final, várias vozes que atuam no meio associativo desses profissionais agem consciente ou inconscientemente no sentido de que outros textos preexistentes participam do discurso atual que esta sendo produzido.

É nessa busca de construção de uma identidade que os enunciadores buscam características de firmamento visuais que faça o enunciatário identifica-lo na disputa estratégica pelo espaço na audiência na mídia impressa. Nas operações de predicação o enunciador procura construir enunciados de acordo com os seus objetivos de informação. Desde a escolha das cores, a ausência de profundidade de campo, a opção por uma determinada imagem pelo enquadramento que apresenta, todos esses elementos geram significações, definem posições discursivas e contribuem para que a capa não seja apenas uma vitrine noticiosa, mas um espaço privilegiado.

o discurso da capa, do ponto de vista imagético, sofrem operações de predicação, ancoradas nas modalizações textuais e gráficos, quer pelo uso de tonalidades de cor, quer pela construção textual, quer pela diagramação de capa. O trabalho de predição se dá através de algumas operações de investimentos de sentido mobilizados para direcionar o enunciatário a uma dada leitura. (MAGALHÃES, 2003).

Todo o cuidado na escolha dos elementos que constituíram as capas é feito pelo enunciador na tentativa de seduzir o enunciatário a sua proposta na defesa de seu posicionamento ante o assunto analisado.

As capas são muito atrativas aos olhos do consumidor. É o que Pinto (199) em sua essência chama de mostrar, interagir e seduzir. Pois mostra ao construir um referente, o mundo do qual seu texto fala; interagem ao estabelecer vínculos socioculturais com o interlocutor; e seduzem ao distribuir afetos positivos e negativos cuja hegemonia reconhece ou quer ver reconhecida.

APRESENTAÇÃO DE CAPAS: DIAGRAMAÇÃO

A revista *Carta Capital*, de 9 de maio de 2007 é construída por meio de elementos



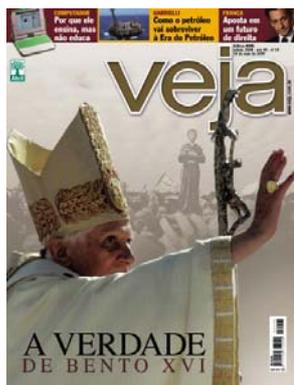
distintos. É constituída por uma barra superior na cor cinza que tem como informação: *Guerra e paz* (escrito em amarelo) *O descaso da ONU com os painéis de Portinari*

(escrito em branco). A logomarca da revista esta em branco com um fundo em vermelho seguido de identificação de conteúdo da revista- Política, Economia e Cultura e domínio de endereço eletrônico: www.cartacapital.com.br. Uma barra em vermelho com

letras garrafais em branco anuncia a visita do papa ao Brasil. A manchete escrita também em branco em contraste com fundo preto diz: *De costa para o futuro* seguido de dados contextuais (escritos em branco) que se referem à manchete. Uma espécie de carimbo na cor amarela referente a uma pesquisa realizada com fiéis pelas principais instituições de pesquisa de rua: Vox Populi/Carta Capital/Band. Os subtítulos da capa encontram-se enumerados. O Papa está referenciado por uma fotografia de costa.

A capa de *Veja* datada de 27 de abril de 2005 tem a cor azul como predominante. No canto superior esquerdo encontra-se um splash na cor amarelo com o seguinte enunciado: Rumsfeld a veja. “A solução no Iraque não é militar. É política”. E logo acima deste splash posiciona-se a logomarca da editora Abril. A logomarca do veículo noticioso-*Veja*-está posicionada, como de praxe em toda publicação, do lado esquerdo. Nesta edição na cor vermelha com as fontes contornadas com filetes em branco. A imagem principal da capa é composta por um cubo de gelo do qual emerge uma fotografia do Papa Bento XVI. Abaixo o título: *A igreja congelada* seguido do subtítulo: *O Papa Bento XVI prega a rigidez doutrinária para depurar o catolicismo e contrapor a fé a um mundo sem valores éticos*. Do lado esquerdo do cubo de gelo é possível verificar um código de barras que tem como aplicação ratificar a função de um produto mercadológico.





A imagem do discurso da *Veja* de 16 de maio de 2007, trás uma faixa vertical superior subdividida em blocos de cores com informações referentes ao conteúdo da revista. A logomarca desta vez encontra-se em tons dourados contornados por filetes em branco. Ao seu lado a logomarca da editora. Na imagem que constrói a capa como o todo é nítido a superposição de iconografias. No primeiro plano a imagem do Papa Bento XVI e ao fundo uma fotografia com foco principal na representação icônica de Frei Galvão sobre a mão de um fiel. O título trás: *A verdade* (na cor preta) e o subtítulo: *De Bento XVI* (em tons dourados). O código de barras esta no canto inferior direito.

A Istoé de 27 de abril de 2005 apresenta uma capa de fundo predominantemente “negro”. Acima estão as identificações de publicação. A logomarca da revista se encontra centralizada na pagina em cor branca contornada por filetes vermelhos. O Papa compõem a imagem com o braço direito estendido, dando aceno, onde sua mão esta sobreposta na letra ‘i’ da logomarca. Abaixo do braço descrito no canto esquerdo esta o nome de batismo de bento XVI: *Joseph Ratzinger* e logo o sob escrito (em letras garrafais) seu nome popularmente consagrado entre os fieis: *Papa Bento XVI*. Por fim uma tira vermelha inferior trás as chamadas aos conteúdos de informação internos da revista.



O fascículo de 16 de maio de 2007 da *Istoé* é construído a partir de uma fotografia instantânea ‘tirada’ durante a visitação do Papa ao Brasil. A imagem é composta pela figura de Bento XVI e o presidente brasileiro Luis Inácio Lula da Silva. Na parte superior da capa se encontra uma faixa subdividida em cores com enunciados referentes ao conteúdo interno. A logomarca desta vez se apresenta de forma contraria se comparada à outra capa do mesmo veículo. Na cor vermelha com filetes contornativos em branco. Abaixo o titulo: *O Papa no Brasil*, em letras garrafais em amarelo. Sobre o paletó de Lula é disposto um texto que condiz ao titulo. Nas veste de Bento é perceptível uma



tarja vermelha com pronunciamento em branco. E por fim ao lado da letra 'i' na vertical do lado da logomarca dados referentes a publicação.

A capa da *Época* de 30 de Abril de 2007 é apresenta com uma imagem posada do Papa em trajes com tonalidades em vermelhos e com sua mão direita erguida como se estivesse dando saudação. Já na outra mão esta um pedestal. Seu olhar esta bem distante. Na parte superior da capa tem-se uma faixa indicando algumas abordagens que serão feitas na revista. Logo abaixo esta a logomarca do veículo que vem com um enunciado posterior com a indicação: *Veículo de Comunicação do ano*. Em seguida esta a logomarca da editora Globo. No canto inferior esquerdo esta o titulo de capa: *Como entender Bento XVI*.



Por trás de todo este cenário se faz presente uma cortina vermelha que aparenta ser aveludada.

A revista *Época* de 19 de Abril de 2005 traz a imagem do Papa ocupando grande



espaço da mesma onde encontra-se de mãos unidas e erguidas sobre a cabeça. Seu rosto aparece com um leve sorriso em meio à abertura de seus braços. O fundo do periódico é predominantemente preto. A logomarca da revista encontra-se no lado esquerdo no canto superior. Ao lado esta uma fotografia que anuncia uma reportagem exclusiva da revista. O título *A igreja se fecha* esta em vermelho e logo abaixo o subtítulo. Uma tarja em vermelho escuro completa o cenário de capa com o

enunciado em amarelo.

Na edição de 26 de abril de 2005 a *Carta Capital* traz a mesma imagem do Papa, que se encontra também na edição da revista *Época* de 19 de Abril 2005. Bento de mãos unidas e erguidas sobre a cabeça. Seu rosto aparece com um leve sorriso em meio à abertura de seus braços. O fundo também é predominantemente preto. A logomarca da revista ocupa a parte central superior do periódico. O título em azul mostra uma expressão em latin *Miserere Nobis* que logo vem traduzida entre parêntese em cor escura (*Tende piedade de nós*).



ESTUDO DE CASO: SENTIDO E DISCURSO

As oito capas escolhidas sendo 2 de Veja, 2 da Istoé, 2 da Carta Capital e 2 de Época tratam do personagem Papa Bento XVI.

Apresentados os elementos das capas, o tecido discursivo presente nas mesmas requer do enunciatário uma investigação óptica do produto consumido atentando aos diversos recursos utilizados na organização desses discursos.

Nas ramificações polifônicas no que tange a construção imagética de sentido uma coisa é o que se vê outra coisa é o que se pode ler do que se vê (Magalhães, 2001). Deste modo cabe ao enunciatário interpretar a mensagem da qual se está consumindo e essa interpretação depende da capacidade cognitiva do mesmo.

Na enunciação da Carta Capital do dia 9 de maio de 2007, no título *De Costa para o futuro* desmembra subtítulos que remetem ao título e principalmente a imagem do Papa que se apresenta de costas em um fundo negro. Cabe então mencionar os subtítulos para confirmar a mensagem do enunciador:

- (1) A grande maioria dos fieis já não ouvem a voz de Bento XVI, que voltada para o passado, ignora as aflições causadas pelos problemas práticos da sociedade moderna.
- (2) 86% não concordam com a proibição ao uso da camisinha e 51% são contra a condenação do aborto em qualquer circunstancia, como quer a igreja.

É importante descrever que os dados percentuais foram adquiridos junto a instituições de pesquisa: Vox Populi/ Carta Capital/Band. Instituições estas que aparecem na capa em forma de carimbo dando ao enunciatário a autenticidade dos dados descritos.

O que vem a reforçar a enunciação do texto é a enunciação da imagem onde o Papa Bento XVI de costas sugere ao enunciatário a idéia, construída pela revista Carta Capital, do descaso do Papa a questões relativas aos problemas enfrentados pelo homem moderno. Todos os elementos que constituem a capa foram sobrepostos num plano de fundo escuro sobrecarregando a temática abordada na capa.

A Carta Capital mantém seu discurso nesta capa, se comparada com a capa publicada em 26 de abril de 2005, apontando as razões de seu posicionamento em relação à postura doutrinária de Bento partindo de pesquisa popular.

No discurso de capa da *Veja* do dia 27 de abril de 2005 titulado: *A igreja Congelada* trabalha a imagem de Bento XVI no momento de sua posse frente à igreja católica depois do falecimento do até então Papa João Paulo II. *Veja* constrói seu discurso no intuito de mostrar ao seu enunciatório a personalidade do novo Papa a partir de sua imagem que emerge de um cubo de gelo, imagem esta que mostra a face do retratado sorrindo num momento distraído. Existe a antítese da imagem montada de uma fotografia do papa sorrindo num cubo de gelo contrapondo ao título já descrito, dando a entender ao enunciatório um ar sarcástico de Bento XVI querer colocar “ordem na casa”. O que vem a firmar o título é o subtítulo: *O Papa Bento XVI prega a rigidez doutrinaria para depurar o catolicismo e contrapor a fé a um mundo sem valores éticos*, que pode vir a significar a solidez dos dogmas de Bento que vão imperar a partir de agora. Os elementos que constituem a capa exercem efeitos em ação conjunta. O fundo azul que compõe a capa segundo os princípios de estudo das cores é tido como cor fria que só vem a ratificar a personalidade de Bento XVI.

As duas capas até então analisadas apesar de apresentarem anúncios diferentes possuem discursos de sentido semelhantes. Ambas retratam Bento XVI como um atraso as questões contemporâneas e as práticas modernistas do homem, seja levando mais em consideração a construção de dados textuais (*Carta Capital*) ou mais de imagem (*Veja*).

Vale observar que este é momento raro de concordâncias entre as duas revistas que cerram disputa ferrenha na conquista do espaço midiático, principalmente pela distinção de suas linhas editoriais.

O discurso de *Veja* em 16 de maio de 2007 remete a visitação do Papa ao Brasil. A imagem de Bento se encontra de perfil com seu braço direito estendido podendo vir a sugerir a idéia de benção ao povo brasileiro. Seu olhar demonstra serenidade e amplitude da dimensão de seus exercícios perante a nação mais católica do mundo. O segundo plano da capa mostra uma multidão em procissão numa imagem difundida. Neste segundo plano o objeto focado é a iconografia de Frei Galvão sobre a mão de um fiel, santo este que foi canonizado por Bento XVI. Esta edição é titulada de: *A verdade* seguida do subtítulo *De Bento XVI*. Se levar em consideração que o nome do veículo impresso em questão é um verbo no imperativo, **Veja**, é possível trabalhar o jogo de palavra presente na capa insinuando ao enunciatório de que somente esta revista poderá proporcionar a verdade dos fatos:

VEJA A VERDADE DE BENTO XVI.

Nesta capa é possível notar duas logomarcas. A do próprio nome da revista Veja e a logomarca da igreja simbolizada pela cruz, pois quando se vê uma cruz logo se remete que naquela localidade exista uma igreja.

É interessante atentar também para a forma de tratamento que a revista dá ao seu principal personagem. Ele é Bento XVI e não Papa Bento XVI, o que sugere certo grau de intimidade. Os tons dourados que constituem a capa dão um ar de tranqüilidade e serenidade que pode ser remetido ao olhar do Papa na imagem escolhida para publicação.

Já a capa de Istoé, também datada de 27 de abril de 2005, é composta de um fundo negro que traz a iconografia de Bento XVI em imagem frontal dando aceno a possíveis fieis. Uma das partes da veste do Papa se confunde ao fundo preto onde o enunciário pode vir a interpretar ao luto de Bento diante ao falecimento do Papa anterior. O título de capa é: *Papa Bento XVI* e em cima da palavra ‘Papa’ se encontra o antetítulo: *Joseph Ratzinger* levando o leitor a entender que o conteúdo interno da revista remeterá à trajetória percorrida por Joseph até se tornar Papa. É uma apresentação que a revista faz do personagem Papa. É uma representação da representação de Bento porque não é o Papa em si. É uma imagem produzida através de um discurso midiático.

Em outra edição da Istoé de 16 de maio de 2007 é construída a partir de uma fotografia instantânea retirada durante a visita do Papa ao Brasil. Nesta imagem Bento XVI aparece ao lado do personagem de maior representação nacional, o presidente Luís Inácio Lula da Silva. O Papa se encontra em pose frontal, de olhar baixo e com a mão direita levantada. Ao seu lado, de perfil, Lula está com olhar fixado no Papa. A mão levantada de Bento pode produzir um sentido discursivo ao enunciário de ‘calma’, ‘paciência’, direcionada ao presidente que pode vir a sugerir aos assuntos que não são bem aceitos pelo Papa Bento XVI como o aborto e ao uso de camisinha. Istoé titula seu exemplar de *O Papa no Brasil* na representação maior deste país, Lula.

O fascículo da Época de 30 de abril de 2007 trás apenas uma imagem de apresentação de Bento XVI onde este está com um pedestal na mão com um crucifixo na haste que reforça a idéia de representação da igreja como instituição que se utiliza de símbolos para confirma sua presença. Bento aparece na imagem como um rei imponente saudando seus novos súditos, numa postura que agora irá se estabelecer. O olhar distante

pode levar a representar a vasta quantidade de seguidores onde o Papa é a maior autoridade. A revista trás seu título: *Como entender Bento XVI*, sugerindo ao enunciatório de que somente esta revista trará a verdade do Papa Bento XVI. Se observarmos, esta edição de *Época* digladia como discurso de capa da revista *Veja* de 16 de maio de 2007.

Os discursos de capa produzidos na *Época* em 19 de Abril de 2005 e na *Carta Capital* 26 de abril de 2005 são semelhantes, para não dizer iguais. O envolto de construção de ambas se vale da mesma percepção e principalmente de uso da mesma imagem do Papa Bento XVI. A única diferença que se nota a princípio é no enunciado textual. Em *Época* *A igreja se fecha* e em *Carta capital* *Meserere Nobis (Tende piedade de nós)*. O título de *Época* esta concordando com a imagem onde Bento esta de mãos dadas sugerindo a idéia de fechamento. Percebe-se também que estas revistas são distintas em suas linhas editoriais e principalmente de posicionamento perante abordagens de determinados assunto. *Época* tida como uma revista de direita e *Carta capital* como revista de esquerda. Neste caso ambas estão concordando ideologicamente na medida em que construíram seus discursos de capa. Mas avaliando o sentido destes enunciados as revistas concordam com enunciados das revistas já analisadas anteriormente. A nomeação do Papa Bento XVI representa um “perigo” às práticas modernas contemporâneas.

Tudo isso remete a diversidade de vozes que constituem o tecido enunciativo. Apesar da independência editorial das revistas muitas vezes elas concordam entre si. Os aspectos sócio-culturais-historicos enraizados pelos indivíduos formadores desses discursos influem na representação que pretendem transmitir.

CONSIDERAÇÕES GERAIS

Do apresentado, compreende-se que a mídia impressa (revista) produz discursos - ideológicos a fim de conquistar um público leitor . As enunciações de imagem e texto presenciados nas capas das revistas demonstram discursos com forte teor ideológico. Sempre existem temas implícitos que podem não ser facilmente identificáveis ao público. E o papel da Análise dos discursos sociais é justamente o de cavar essas possíveis mensagens escondidas a partir da observação de todos os tipos de linguagens que constituem o objeto analisado.

Notamos as diversas vozes presentes em um discurso de mídia, para nós as capas de revistas, a partir da observação das funções dos profissionais de comunicação na construção desse discurso.

Vale reforçar que apesar das disputas entre os veículos de comunicação impresso, o indivíduo ao entrar em contato com os mais diversos gêneros informativos tem plena capacidade de direcionar sua leitura conforme suas próprias experiências, optando por este ou aquele meio de comunicação que faça valer sua fidelidade aos sentidos enunciativos criados por este meio de comunicação.

Observamos que as revistas apesar de possuírem linhas editoriais bem diferentes muitas vezes seus discursos mostram-se semelhantes em aspectos textuais e imagéticos e para tanto se utilizam de vários mecanismos para mostrar, dizer e seduzir seu público a uma determinada ideologia editorial. Discutimos também as possibilidades de interpretação dessas imagens. E que as construções são oriundas de várias vozes onde o meio social exerce forte influência no discurso moldado na atualidade.

Por fim as observações e descrições nas bases teóricas mencionadas não cessam a pesquisa. Outras referências e outras possíveis visões interpretativas dos enunciatários poderão contribuir para preencher os vazios existentes nesta pesquisa que serão determinantes e conclusivos para até então análise feita.

BIBLIOGRAFIA

BRAIT, Beth (Org.) **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido**, Campinas, SP: editora da UNICAMP.

MAGALHÃES, Laerte. **Veja Istoé, Leia**: produção e disputa de sentido na mídia. Teresina: UFPI, 2003.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução a análise de discurso. São Paulo: Hacker, 1999.

CERQUIERA, Antônio Ailton Ferreira de. **A representação da morte nas capas de revistas semanais Veja e Istoé**. Teresina, 2006.

SANTOS, Ravena Carvalho. **A representação Visual da homossexualidade nos jornais impressos de Teresina**. Teresina, 2007.