



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Instituto de Letras

Tatiana Goulart de Macedo Secundino

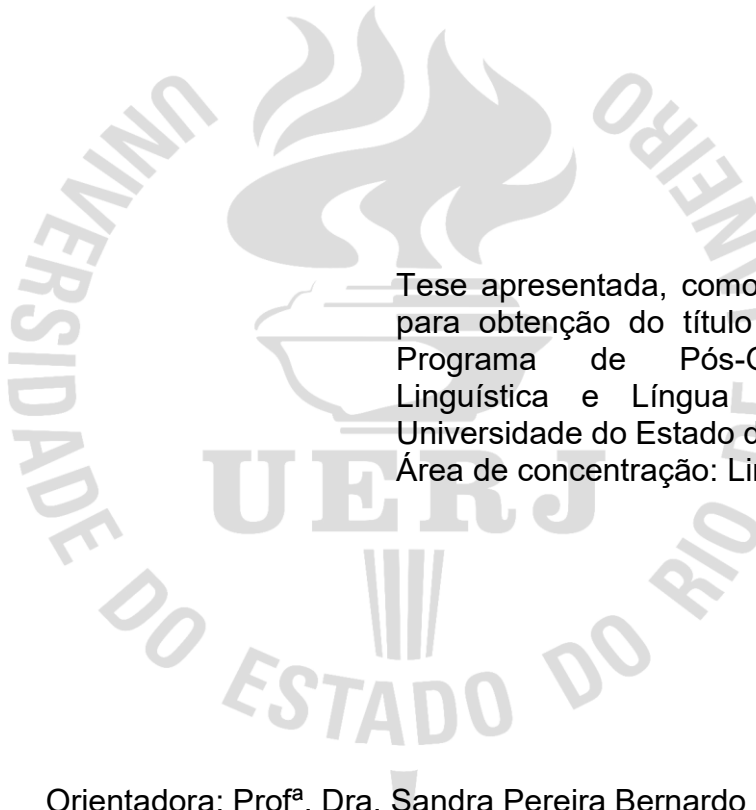
**Verbo *pegar* em capas de revista: multimodalidade e integração
conceptual numa visada sociocognitiva**

Rio de Janeiro

2024

Tatiana Goulart de Macedo Secundino

**Verbo *pegar* em capas de revista: multimodalidade e integração conceptual
numa visada sociocognitiva**



Tese apresentada, como requisito parcial
para obtenção do título de Doutora, ao
Programa de Pós-Graduação em
Linguística e Língua Portuguesa, da
Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Área de concentração: Linguística.

Orientadora: Prof^a. Dra. Sandra Pereira Bernardo

Rio de Janeiro

2024

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CEH/B

S446 Secundino, Tatiana Goulart de Macedo.
Verbo pegar em capas de revista: multimodalidade e integração
conceptual numa visada sociocognitiva / Tatiana Goulart de Macedo
Secundino. – 2024.
207 f.: il.

Orientadora: Sandra Pereira Bernardo.
Tese (doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro,
Instituto de Letras.

1. Língua portuguesa – Verbos – Teses. 2. Gramática cognitiva –
Teses. 3. Língua portuguesa - Modalidade – Teses. I. Bernardo,
Sandra Pereira. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto
de Letras. III. Título.

CDU 806.90-541.45

Bibliotecária: Eliane de Almeida Prata. CRB7 4578/94

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial
desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Tatiana Goulart de Macedo Secundino

**Verbo *pegar* em capas de revista: multimodalidade e integração conceptual
numa visada sociocognitiva**

Tese apresentada, como requisito parcial
para obtenção do título de Doutora, ao
Programa de Pós-Graduação em
Linguística e Língua Portuguesa, da
Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Área de concentração: Linguística.

Aprovada em 30 de outubro de 2024.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dra Sandra Pereira Bernardo (Orientadora)
Instituto de Letras – UERJ

Prof^a. Dra. Tânia Mara Gastão Saliés
Instituto de Letras - UERJ

Prof^a. Dra. Naira de Almeida Velozo
Instituto de Letras - UERJ

Prof^a. Dra. Solange Coelho Vereza
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Vitor Cordeiro Costa
Universidade Federal de Minas Gerais

Rio de Janeiro

2024

AGRADECIMENTOS

Nesse devaneio que é a vida acreditar em uma força maior, Deus, nos mantém firmes, confiantes e abastecidos. O caminho não foi fácil, mas se manter convicta e com fé nele fez com que tudo se tornasse possível mesmo diante de cenários completamente desfavoráveis.

Outro pilar muito importante é a minha família, passamos por períodos conturbados de doenças, perdas, pandemia, mas nosso elo se manteve e se fortaleceu até aqui. Obrigada por ser o meu combustível diário, filho, apesar de as vezes você acabar com todo ele.

Agradeço aos meus pais por todo apoio e incentivo, obrigada por serem meus maiores incentivadores.

Um agradecimento, em especial, a minha orientadora Dr^a Sandra Pereira Bernardo por todos os ensinamentos, orientações e acolhimento. E por fim, meu agradecimento a banca examinadora pela troca e aprendizado até aqui.

O significado nasce de nossas ligações viscerais com a vida e a nossa condição encarnada. Viemos ao mundo como criaturas da carne, e é através de nossas percepções carnis, movimentos, emoções e sentimentos que o significado se consubstancia e toma a forma que toma (Tradução nossa) (*Johnson*, 2007, p. ix)¹.

¹ Meaning grows from our visceral connections to life and the bodily conditions of life. We are born into the world as creatures of the flesh, and it is through our bodily perceptions, moments, emotions, and feelings that meaning becomes possible and takes the forms it does" (*Johnson*, 2007, p. ix).

RESUMO

SECUNDINO, Tatiana Goulart de Macedo. *Verbo pegar em capas de revista: multimodalidade e integração conceptual numa visada sociocognitiva*. 2024. 207 f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

Neste estudo, qualitativo e descritivo-exploratório, são analisados usos do verbo *pegar* em capas de revistas, com objetivo de verificar com que sentidos são empregados e como os aspectos multimodais contribuem para construção de sentido dos conteúdos destacados nas capas selecionadas. Para tal, são retomados achados da pesquisa desenvolvida no mestrado (SECUNDINO, 2018) e seus desdobramentos, em que as multissignificações do verbo *pegar* estão baseadas em esquemas imagéticos, como OBJETO, MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-FORÇA, CONTÊINER, e em metáforas conceptuais, como SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS e IDEIAS SÃO OBJETOS. Assim, além desse arcabouço teórico, este estudo foi desenvolvido à luz da Integração Conceptual, bem como outros conceitos da Linguística Cognitiva, e da Gramática do Design Visual, a fim de descrever aspectos sociocognitivos e multimodais dos sentidos expressos nas capas por meio do verbo *pegar*. As capas foram obtidas predominantemente por meio a ferramenta Google Imagens, a fim de levantar e selecionar capas de revistas de domínio público com emprego do verbo *pegar*. O primeiro levantamento foi realizado em 2022; o segundo, em janeiro de 2024. A análise confirmou não só a subjacência dos referidos esquemas imagéticos e das metáforas citadas, mas também revelou as categorias de sentidos *pegar objetos*, *pegar seres animados* e *pegar ideias* como núcleos categoriais esquemáticos que reúnem diferentes acepções encontradas nos dados: *pegar doença*, *pegar tendências*, *pegar envolvendo surpresa*, entre outros sentidos.

Palavras-chave: verbo *pegar*; multimodalidade; abordagem sociocognitiva; integração conceptual.

ABSTRACT

SECUNDINO, Tatiana Goulart de Macedo. *Verb pegar (to catch) on magazine covers: multimodality and conceptual integration in a sociocognitive perspective*. 2024. 207 f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Instituto de Letras, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

This qualitative-quantitative and descriptive-exploratory study analyzes the uses of the verb “to catch” on magazine covers, with the aim of verifying the meanings they are used with and how the multimodal aspects contribute to the construction of meaning of the content highlighted on the selected covers. To this end, findings from the research developed in the master's degree in 2018 and its developments are revisited, in which the multi-meanings of the verb “to catch” are based on image schemes, such as OBJECT, MOVEMENT-TRAJECTORY, CONTACT-FORCE, CONTAINER, and conceptual metaphors, such as ANIMATED BEINGS ARE OBJECTS AND IDEAS ARE OBJECTS. Thus, in addition to this theoretical framework, this study was developed in light of Conceptual Integration, as well as other concepts from Cognitive Semantics, and the Grammar of Visual Design, in order to describe sociocognitive and multimodal aspects of the meanings expressed on the covers through the verb “to catch”. The covers were obtained predominantly through the Google Images tool, in order to survey and select public domain magazine covers that used the verb catch. The first survey was carried out in 2022; the second, in January 2024. The analysis confirmed not only the underlying image schemes and metaphors mentioned, but also revealed the categories of meanings catching objects, catching animate beings and catching ideas as schematic categorical cores that bring together different meanings found in the data: catching disease, catching trends, catching involving surprise, among other meanings.

Keywords: verb pegar (to catch). multimodality. sociocognitive approach. conceptual integration.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Hierarquia de esquematicidade.....	27
Figura 2 –	Relação entre estruturas conceptuais por inclusão.....	28
Figura 3 –	Relação de esquematicidade e contiguidade.....	28
Figura 4 –	Síntese dos tipos de contexto.....	31
Figura 5 –	Tipos de metonímia.....	33
Figura 6 –	Metáfora MÁQUINA DE CAFÉ É MORDOMO/SERVO/GARÇON.....	40
Figura 7 –	Metáfora RIO É PESSOA.....	41
Figura 8 –	Os significados na GDV.....	46
Figura 9 –	Processo simbólico atributivo.....	48
Figura 10 –	Processo simbólico sugestivo.....	48
Figura 11 –	Plano fechado.....	51
Figura 12 –	Plano médio.....	51
Figura 13 –	Plano aberto.....	51
Figura 14 –	Recurso da saliência.....	54
Tabela 1 –	Sentidos do verbo <i>pegar</i> no <i>corpus</i> D&G Rio de Janeiro: mecanismos cognitivos.....	60
Tabela 2 –	Sentidos do verbo <i>pegar</i> no <i>corpus</i> D&G Rio de Janeiro: aspectos discursivos e contextuais.....	61
Tabela 3 –	Principais ocorrências de <i>pegar</i> no <i>corpus</i> D&G.....	62
Figura 15 –	Categoria radial do verbo <i>pegar</i>	69
Quadro 1 –	Cronologia de ocorrências do verbo <i>pegar</i> e grupo de sentido.....	72
Figura 16 –	<i>Diabesidade</i>	77
Figura 17 –	Conceptualização da capa <i>Diabesidade</i>	79
Figura 18 –	<i>Teló vai te pegar</i>	85
Figura 19 –	Conceptualização da capa <i>Teló vai te pegar</i>	87
Figura 20 –	Construção de significado sociossemiótico da capa <i>Teló vai te pegar</i>	91
Figura 21 –	Capa <i>Campanha eleitoral</i>	92
Figura 22 –	Conceptualização da capa <i>Campanha eleitoral</i>	94
Figura 23 –	Alguns recursos GDV observados.....	97

Figura 24 – Capa <i>Peguei AIDS do meu marido</i>	99
Figura 25 – Perfil das mulheres e reações opostas de homens e mulheres...	101
Figura 26 – Coceptualização de Peguei AIDS do meu marido.....	102
Figura 27 – Manchetes secundárias.....	105
Figura 28 – Capa Tendência em vestidos.....	107
Figura 29 – Conceptualização de <i>Tendência em vestidos</i>	107
Figura 30 – Capa <i>Capricho</i> 2013.....	108
Figura 31 – Conceptualização de <i>Pegava fácil</i>	109
Figura 32 – Excerto da matéria <i>Solteiro dos sonhos</i>	110
Figura 33 – Significado composicional em tríptico 3D.....	112
Figura 34 – Capa <i>Capricho</i> 2011.....	114
Figura 35 – Conceptualização de <i>Pegar e não esquecer</i>	115
Figura 36 – Sentidos de pegar e suas instâncias nas capas selecionadas.....	121

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	10
1	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
1.1	O papel das revistas.....	15
1.2	Revista / capa de revista como gênero discursivo.....	17
1.3	Conceitos basilares da Linguística Cognitiva.....	20
1.4	Metáfora conceptual.....	22
1.5	Metonímia conceptual.....	31
1.6	Um poderoso mecanismo criativo.....	34
1.7	Multimodalidade como uma potência criativa.....	38
1.8	Gramática do Design Visual.....	44
1.8.1	<u>Significado representacional</u>	46
1.8.2	<u>Significado interativo</u>	49
1.8.3	<u>Significado composicional</u>	52
2	ESTUDOS SOBRE O VERBO PEGAR.....	57
3	METODOLOGIA.....	70
3.1	Natureza da pesquisa, objetivos e questões norteadoras.....	70
3.2	Levantamento e configuração dos dados.....	71
4	CAPAS DE REVISTAS: CONCEPTUALIZAÇÃO E MULTIMODALIDADE.....	77
4.1	Capa <i>Época</i> 2010.....	77
4.2	Capa <i>Época</i> 2012.....	85
4.3	Capa <i>Veja</i> 1986.....	92
4.4	Capa <i>Veja</i> 1998.....	99
4.5	Capas <i>Capricho</i> 2009, 2011, 2013.....	105
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	118
	REFERÊNCIAS.....	124
	ANEXO A – Capas de revistas selecionadas.....	130
	ANEXO B – Capas de revistas.....	195

INTRODUÇÃO

Este estudo visa à investigação da polissemia do verbo *pegar* em capas das revistas *Época*, *Veja* e *Capricho*, a fim de explicar os aspectos sociocognitivos subjacentes aos usos desse verbo em um gênero multimodal. Trata-se de um estudo qualitativo, desenvolvido com base em arcabouços teóricos oriundos da Linguística Cognitiva, como as teorias da Integração Conceptual e da Metáfora Conceptual Estendida, entre outros conceitos, e da Linguística Sistêmico-Funcional, especificamente a Gramática do Design Visual (GDV).

Recrutamos os recursos descritivos da Gramática do Design Visual por considerarmos que suas ferramentas conceituais, em termos da forma como a composição das capas selecionadas para este estudo é construída, agrega detalhes composicionais à análise. Consideramos possível o diálogo entre essa teoria sistêmico-funcionalista e as teorias da Linguística Cognitiva, porque ambas trabalham com linguagem em uso e porque ambas focalizam as intenções comunicativas subjacentes às produções multimodais.

O desenvolvimento desta tese foi motivado pela dissertação de Secundino (2018), revisitada em Secundino e Saliés (2023), em que a multissignificação do verbo *pegar* foi investigada no *corpus* do projeto Discurso e Gramática (D&G), com amostras de fala e escrita de falantes do Rio de Janeiro da década de 90. O *corpus* D&G é constituído por relatos de procedimentos, relatos de opinião, narrativas de experiência pessoal e recontada.

Com base no conceito de esquema imagético, Secundino (2018) postulou uma categorização radial, composta de seis grupos de sentidos de *pegar* encontrados no *corpus* D&G: *pegar objetos*, *pegar meios de transporte*, *pegar seres animados*, *pegar discursivo*, *pegar hipotético/ fictício* e *pegar como movimento intencional sobre uma trajetória*. O *pegar hipotético/ fictício* e o *pegar como movimento intencional sobre uma trajetória* foram recategorizados como *pegar ideias* e *pegar orientacional*, respectivamente, por Secundino e Saliés (2023).

Dentre os sentidos, encadearam-se *segurar*, *agredir*, *buscar*, *mover-se no discurso*, *conjecturar* e *seguir uma direção*. Todos os seis grupos de sentidos são estruturados pelos esquemas centrais de MOVIMENTO-TRAJETÓRIA e as mudanças de sentidos ocorrem junto com as transformações desses esquemas imagéticos básicos.

O grupo de sentido 1 (*pegar objetos*) corresponde ao sentido prototípico do verbo *pegar*, integra às cenas com manipulação de objetos, sendo estes possíveis de serem manipulados via contato corporal (mais comum as mãos). O sujeito se movimenta porque tem a intenção de chegar até o objeto e contê-lo, corresponde à acepção de segurar (ex: peguei o livro).

No grupo de sentido 2 (*pegar seres animados*), licenciado pela metáfora SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS, existem efeitos de prototipicidade, sendo dividido em 4 subgrupos de sentidos (2a) bater (cenas que envolvem brigas: “pegaram e machucaram”), (2b) ajudar/socorrer (ex: “peguei o passarinho e cuidei dele”), (2c) buscar (ex: “ela pegou a irmã e foi fazer compras”) e (2d) pegar com a conotação de relação amorosa, o contato físico corporal nesta acepção fica em evidência (ex: “ela quer pegar o pai da amiga”).

O grupo de sentido 3 (*pegar meios de transporte*) é licenciado pela metáfora MEIOS DE TRANSPORTE SÃO CONTÊINERES. Diferente do grupo 1 (*pegar objetos*), aqui não conseguimos pegar o ônibus ou táxi ou barca ou qualquer meio de transporte pelas mãos, salvo apenas os brinquedos possíveis de serem segurados e manipulados de um lugar ao outro, sendo o nosso corpo o próprio CONTÊINER. Em qualquer meio de transporte, somos nós seres humanos que somos contidos, sendo o meio de transporte o CONTÊINER (ex: “peguei o 44”).

O grupo de sentido 4 (*pegar discursivo*) evoca a estrutura de EVENTO, sendo o uso da construção “pegar + (e) + V2” (ex: “pegou e disse... / pegou e saiu...”, entre outras) bastante utilizada com a finalidade de dar foco, destaque, ao que vai ser introduzido posteriormente. Tal construção é responsável por movimentar o próprio discurso.

O grupo de sentido 5 (*pegar ideias*) é licenciado pela metáfora conceitual IDEIAS SÃO OBJETOS. Aqui o CONTATO ocorre no plano das ideias, é nocional, usado comumente em situações hipotéticas (ex: “podia pegar um prédio”), em que a mente é conceptualizada como CONTÊINER.

O grupo 6 (*pegar orientacional*) é estruturado pela metáfora conceitual DESTINOS SÃO OBJETOS (ex: “pegamos a passagem errada”). Os grupos de sentidos elencados partem do sentido mais concreto até os sentidos mais abstratos. A metaforização do esquema imagético OBJETO e as transformações dos esquemas imagéticos por ele instanciados nos ajudam a entender como todos esses sentidos são motivados.

A categorização radial proposta por Secundino (2018) tem, portanto, como centro prototípico *pegar objetos*, grupo responsável por abranger o sentido mais comum do verbo *pegar* como *segurar*, ou seja, manipular qualquer objeto ou coisa com as mãos, nas radiais mais periféricas estão o *pegar ideias* e o *pegar orientacional*. Posteriormente, Secundino e Saliés (2023) concluem que as extensões de sentido do verbo *pegar* são derivadas da metaforização do esquema OBJETO. Além de serem influenciadas pelas transformações de esquema imagético como também das metáforas e metonímias.

Entre os sentidos estruturados metafórica e metonimicamente, foram encontrados no *corpus* D&G o sentido de ir buscar alguém (oferecer carona); capturar alguém; “agressão” (bater ou agredir alguém), além do sentido de manter relação sexual, contato físico com alguém. Todos esses sentidos foram agrupados no grupo 2 (*pegar seres animados*), divididos por subgrupos de sentidos.

Além desses sentidos observamos o *pegar* no sentido de deslocamento, há uma mudança no próprio pensamento para dar enfoque ao desfecho narrativo que é o grupo 4 (*pegar discursivo*). O *pegar discursivo* aparece na amostra de língua escrita com representação expressiva, apesar de tal construção ser muito comum na oralidade normalmente. Todos os sentidos acima descritos apresentam diferenças e iluminam processos discursivos e socioculturais.

O retorno ao estudo do verbo *pegar* nesta tese foi, portanto, motivado pela investigação de seu uso em um gênero multimodal, como as capas selecionadas para análise, a fim de verificar que sentidos categorizados radialmente em Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023) seriam encontrados. Também buscamos comprovar o papel da Integração Conceptual como mecanismo adequado para a explicação da construção de sentido de produções multimodais em termos processuais.

Logo, o arcabouço teórico moldado aqui, denominado no título como visada sociocognitiva, tem a integração ou mesclagem conceptual como um mecanismo central da conceptualização, visto que, por meio dos espaços mentais abertos a partir dos elementos verbais e pictóricos das capas analisadas, estruturas conceptuais, pensamento metafórico e metonímico e recursos descritivos sociossemióticos da GDV são processados para a construção de sentido.

Nessa concepção, a fim de alcançar o objetivo de explicar os aspectos sociocognitivos dos usos do verbo *pegar* em capas de revistas, este estudo é

conduzido a partir das seguintes perguntas de pesquisa:

- 1) Quais são os sentidos do verbo *pegar* encontrados nas capas de revistas selecionadas?
- 2) Existem novos sentidos para o verbo *pegar* nas capas de revistas selecionadas em relação ao estudo de Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023)?
- 3) Como a multimodalidade das capas de revistas selecionadas contribuem para a construção de sentido do verbo *pegar*?

Ao responder às questões de pesquisa, esperamos identificar os sentidos mais usuais e entender as extensões de sentidos do verbo *pegar* nas produções multimodais das capas selecionadas, entendendo as motivações sociocognitivas envolvidas em seus usos. Esse objetivo geral é desmembrado pelos seguintes objetivos específicos.

- 1) Validar se os usos do verbo *pegar*, identificados nas capas de revistas, refletem os grupos de sentidos encontrados em Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023);
- 2) Avaliar e distinguir os usos do verbo *pegar* presentes nas capas selecionadas;
- 3) Mostrar como tais usos podem ser explicados pela Integração ou Mesclagem Conceptual e pelos recursos da Gramática do Design Visual;
- 4) Evidenciar como/se as imagens contribuem para a formação de sentido na capa de revista.

A busca pelo emprego do verbo *pegar* em capas de revistas levou-nos a dados que percorrem o período de 1970 a 2019, em um total de 33 edições distintas de revistas, com 34 ocorrências de *pegar*, das quais duas capas da *Veja* e da *Época* e três da *Capricho* foram selecionadas para análise, por julgarmos mais representativas no quesito variedade de sentido. Reconhecemos o caráter saudosista deste trabalho, na medida em que o gênero capa de revista se encontra em declínio, devido à migração das publicações para o meio digital.

A estrutura desta tese está dividida em quatro capítulos principais. No primeiro capítulo, moldamos a fundamentação teórica, apresentando os pressupostos e os princípios da Linguística Cognitiva que nos interessam particularmente, incluindo os

estudos de Forceville (2006, 2008), além da Gramática do Design Visual de Kress e Van Leeuwen (2001, 2006) para trabalhar com a multimodalidade.

No segundo capítulo, apresentamos a literatura em que os múltiplos sentidos do verbo *pegar* foram analisados, enfatizando as pesquisas pautadas nos preceitos da Linguística Cognitiva. A intenção é evidenciar os trabalhos que inspiraram análise e trazer reflexões acerca de como explicar a polissemia do verbo *pegar*. Logo em seguida, retomamos Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023), a fim de embasar nossa análise, trazendo exemplos de cada grupo de sentido explorado.

No terceiro capítulo, apresentamos a metodologia do estudo, os dados compostos por um total de 33 capas de revistas que apresentaram o verbo *pegar*, nosso objeto de estudo, sendo selecionadas pelo menos duas edições de cada revista (*Capricho*, *Veja* e *Época*), totalizando sete capas de revistas que farão parte de uma análise mais detalhada. Além disso, situaremos a natureza da pesquisa e os procedimentos de análise, deixando claro que o objetivo é analisar os dados de forma qualitativa.

No quarto capítulo, desenvolvemos a análise das capas de revistas selecionadas, evidenciando a conceptualização delas e os aspectos multimodais. Por fim, apresentamos as reflexões finais.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Iniciaremos este capítulo apresentando as revistas cujas capas serão analisadas. Abordaremos também o funcionamento das capas de revistas. Em seguida, resumiremos as teorias e os conceitos da Linguística Cognitiva (LC) que servirão de base para as análises deste trabalho, em especial a Teoria da Integração Conceptual (FAUCONNIER; TURNER, 2002). Para análise dos aspectos multimodais, sintetizaremos o estudo de Forceville (2006, 2008, 2017), no que diz respeito à multimodalidade em metáforas conceptuais; e os recursos descritivos da Gramática do Design Visual (GDV) de Kress e Van Leeuwen (2001, 2006) observados na configuração multimodal das capas.

1.1 O papel das revistas

Diferentemente do jornal que é geralmente diário, a revista costuma ser semanal e traz informações preparadas com maior tempo para a produção das reportagens e matérias, ou seja, não são informações tão instantâneas. Outro fato a ser considerado é que as revistas possuem um jornalismo menos factual e, em tese, mais analítico em oposição à internet, à televisão e ao rádio que trabalham com o acontecimento de forma imediatista.

Sendo assim, a produção tende a “[...]explorar novos ângulos, buscar notícias exclusivas, ajustar o foco para aquilo que se deseja saber, conforme o leitor de cada publicação” (SCALZO, 2011, p. 41). Ou seja, na revista, há uma preocupação com assuntos mais relevantes da semana, tratando a notícia com mais profundidade que outros meios.

O jornalismo constrói o seu conhecimento na interseção de conhecimentos de várias esferas. Apesar de buscar a imparcialidade, sabemos que a parcialidade é comum nos veículos de informação, pois existem interesses financeiros somados a interesses particulares. O jornalismo sério prioriza repassar a informação, buscando um afastamento de fatos inverídicos. De acordo com Fausto Neto (1999), nesse entre meio ele se coloca como uma praça pública para onde ele faz convergir as

diferentes vozes convocadas a falarem sobre o assunto.

Quando pensamos em capas de revistas, as imagens vinculadas às notícias são fundamentais para garantir sentido e maior impacto ao assunto abordado. As imagens não são meramente ilustrativas para as reportagens, elas cumprem uma função, é um recurso utilizado de maneira estratégica para chamar atenção do leitor, além de conferir sentido ao assunto abordado.

O objetivo central de uma capa de revista é dar ênfase à matéria principal de sua edição e despertar o interesse do leitor, a fim de que adquira aquele exemplar, assine a revista e consuma o conteúdo dela. As manchetes que geralmente estampam a capa de uma revista estão relacionadas a temas atuais da sociedade e de seus recentes acontecimentos. De forma secundária, informam outros assuntos de acordo com a pauta da semana.

A revista *Época*, pertencente à Editora Globo, segundo maior grupo de comunicação do país, é uma revista fundada em 1998 que vai até maio de 2021 em seu formato impresso, passando a se tornar uma seção do jornal *O Globo*. De acordo com a Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER)¹, a revista tinha circulação média estimada em aproximadamente 420 mil exemplares e seu estilo era baseado na revista alemã *Focus* que valoriza o padrão de imagem e gráfico da apresentação das reportagens.

A decisão da Editora Globo pelo fim da circulação impressa² se deu pela queda acentuada do número de assinantes, alinhada às mudanças no hábito de consumo de notícias ao longo dos últimos anos. A editora sinaliza que cada vez mais as pessoas querem consumir a informação em tempo real e acessar o conteúdo utilizando o celular, por isso o consumo das revistas de forma física ultimamente não é tão comum conforme era antes da chegada do 4G na sociedade e da popularização do celular.

As revistas *Capricho* e *Veja* pertencem a Editora Abril, sendo a *Capricho* a primeira revista da editora (1952), além de representar a principal revista de destaque entre o público adolescente. Assim como a *Época*, o formato impresso também acabou, a versão física foi até 2015. A revista atualmente funciona no canal do *YouTube* da *Capricho* na versão digital. Já a *Veja* ainda oferece a versão impressa

¹ A ANER é uma entidade nacional que representa as editoras de revistas, foi fundada em 1986 e tem como objetivo defender os interesses comuns do mercado editorial e comercial conforme a própria página explica <https://aner.org.br>

² Matéria disponível na seção de economia do UOL.

<https://economia.uol.com.br/noticias/2021/05/06/epoca-deixa-de-circular-o-globo.htm>

além da digital, tendo uma distribuição semanal. A *Veja* foi criada em 1968 e é responsável por tratar de temas variados de abrangência nacional e global, compreendendo questões políticas, econômicas e culturais.

A revista *Veja* é considerada a principal revista de circulação do nosso país, chegando a tiragens de mais de um milhão de cópias. Mesmo diante das mudanças de consumo do formato impresso, a revista conseguiu manter essa opção para o público assinante, mostrando a sua influência e força nesse mercado.

A escolha dessas três revistas (*Época*, *Capricho* e *Veja*) em detrimento das demais é baseada na relevância que as três representam na nossa sociedade, apesar de *Época* e *Capricho* não apresentarem mais a modalidade impressa, sabemos que ambas continuam sendo representativas para explorar a multimodalidade, além de explorar os diferentes registros do verbo *pegar*, nosso principal objeto de estudo.

1.2 Revista / capa de revista como gênero discursivo

O gênero revista representou grande papel na sociedade desde a chegada da Corte Portuguesa no Brasil (início do século XIX), nesse período tivemos os registros das primeiras revistas brasileiras. A imprensa régia foi autorizada por D. João VI em 1808, mas o registro da primeira revista ocorreu apenas em 1812 chamada de “As Variedades ou Ensaio de Literatura”, com registro em Salvador. Inicialmente as revistas eram bem parecidas com os livros.

discursos sobre costumes e virtudes sociais, algumas novelas de escolhido gosto e moral, extratos de história antiga e moderna, nacional ou estrangeira, resumo de viagens, pedaços de autores clássicos portugueses – quer em prosa, quer em verso – cuja leitura tenda a formar gosto e pureza na linguagem, algumas anedotas e artigos que tenham relação com os estudos científicos propriamente ditos e que possam habilitar os leitores a fazer-lhes sentir a importância das novas descobertas filosóficas (SCALZO, 2003, p. 27).

As revistas passaram por grandes transformações ao decorrer do tempo e das mudanças na sociedade. Scalzo (2003) destaca que em 1822, com a independência do Brasil, inicia-se o movimento da elite como médicos, bacharéis em Direito, engenheiros, cientistas, para assuntos voltados a esses campos do saber nos editoriais das revistas. Além das revistas com cunho científico, no período entre os

séculos XIX e XX, destacam-se as revistas conhecidas como “galantes” destinadas ao público masculino que mesclava desde assuntos políticos até contos eróticos, caricaturas (“O Rio Nu”, 1898).

Segundo Scalzo (2003, p. 30), “o auge do gênero vem em 1922, com o lançamento de “A Maçã”, que se propõe a dizer com graça, com arte, com literatura, o que se costumava dizer por toda parte sem literatura, sem arte, e muitas vezes sem graça”.

As revistas desse período tiveram existência muito curta, algumas circulavam apenas uma ou duas vezes e eram extintas, outras circulavam por um ou dois anos e eram consideradas recordistas de durabilidade para o mercado editorial do século XIX e início do século XX. A virada em relação às tiragens e ao consumo das revistas acontece junto com a Revolução Industrial no Brasil, dando destaque, em especial, ao “fotójornalismo”. Nesse momento, surgem as primeiras imagens ilustradas em revistas (muito comum imagens de guerra), marcando um período de sucesso de vendas.

A escolha pelo gênero revista ocorreu devido à importância que as revistas representam no mercado editorial, mesmo diante do seu declínio, não podemos negar a representatividade das revistas na sociedade como veículo de informação e marketing, tendo em vista que muitas ainda se mantêm nesse mercado e possuem um público-leitor fiel ao modelo tradicional das revistas.

Na visão de Bakhtin (2003), os gêneros discursivos dividem-se em primários e secundários. Para o autor, os gêneros primários são aqueles do cotidiano que representam os gêneros corriqueiros como: carta, telefonema, receitas, entre outros. Já os secundários são aqueles cuja complexidade abarcam às relações de comunicação, como texto científico, artigo de opinião, relatórios, enfim são aqueles mais centrados na produção escrita.

O gênero discursivo não exclui ou mesmo despreza a tipologia textual tradicional (narração, descrição e dissertação), pelo contrário, os aspectos tipológicos são apresentados de forma mais ampla já que passam a ser analisados a partir das situações sociais em que são usados. Assim, é possível encontrar no tipo narrativo gêneros como fábula, conto, piada, romance, entre outros.

De acordo com Marcuschi (2003), usamos a expressão *tipo textual* para designar uma espécie de sequência teoricamente definida pela natureza linguística de sua composição [aspectos lexicais, sintáticos, tempos verbais, relações lógicas]. Em

geral, os tipos textuais abrangem cerca de meia dúzia de categorias conhecidas como narração, argumentação, exposição, descrição, injunção. Já o gênero textual é entendido como uma noção propositalmente vaga para refletir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam *características sócio-comunicativas* definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica.

Os tipos textuais são designados como narrativos, descritivos, argumentativos, expositivos e injuntivos. Já os gêneros são inúmeros (capa de revista, revista, carta, e-mail, conto, carta do leitor, palestra, receita, crônica jornalística, crônica literária, fábula, diário, resenha, seminário, blog, relatório, entre outros). Em geral, os gêneros discursivos são constituídos por dois ou mais tipos, a presença de vários tipos textuais em um gênero é conhecida como heterogeneidade tipológica. Essa heterogeneidade é bastante comum, pois, por exemplo, em um texto dissertativo pode ocorrer a presença de mais de um tipo textual. A diferença é que apenas um tipo textual será predominante.

Os gêneros não se definem por sua forma, mas por sua função, pois um determinado gênero pode assumir a forma de outro e, ainda assim, continuar pertencendo àquele gênero (hibridização ou intertextualidade intergêneros). Segundo, Bakhtin (2003, p. 262), “cada enunciado é particular e individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso”.

Os gêneros discursivos organizam nossa fala da mesma maneira que a organizamos formas gramaticais. “Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível” (BAKHTIN, 2003b, p. 301-302).

As capas de revistas e as revistas de modo geral vem se moldando e se readaptando com o passar do tempo e com as mudanças da nossa sociedade, mais importante que entender a sua forma é entender a sua função no nosso cotidiano. A capa de revista fornece pistas dos assuntos da principal matéria daquela edição, representando um modelo que se não só se readaptou, mas como também sobreviveu há décadas em nosso meio de comunicação.

1.3 Conceitos basilares da Linguística Cognitiva

A Linguística Cognitiva surge, em finais da década de 1970, com estudos fundadores iniciados por George Lakoff e Charles Fillmore, entre outros, postulando uma base teórica que defendia a não modularidade da mente. Dessa forma, a linguagem é vista como parte integrante da cognição e não um módulo separado.

A Linguística Cognitiva (LC) faz parte de um grande arquipélago que constitui as Ciências Cognitivas (Psicologia Cognitiva, Neurociência, Inteligência Artificial, Antropologia, Filosofia etc.), ou seja, é interdisciplinar. Gibbs (1996) afirma que a LC ocupa um lugar único dentro da ciência cognitiva, visto que se preocupa em analisar os conteúdos da cognição humana e não apenas a sua arquitetura, como é realizado, por exemplo, na psicologia cognitiva.

Geeraerts (1988a) estabelece relações entre a Semântica Cognitiva e a Semântica Histórico-filológica, tendo em vista que ambas partilham de uma concepção psicológica e enciclopédica da significação. Para ambas, os conceitos lexicais são polissêmicos e flexíveis, além de as duas seguirem a orientação hermenêutica. No entanto, a LC vai além do passado linguístico reportado, pois inova, visto que a função cognitiva da linguagem passa a constituir o objeto de uma investigação sistemática e coerente.

Dessa maneira, são temas de interesse da LC a categorização linguística (prototipicidade, polissemia, modelos cognitivos, metáfora, entre outros), a interface conceptual entre sintaxe e semântica, a base pragmática ligada à experiência da linguagem em uso, além da relação entre linguagem e pensamento.

De acordo com a Linguística Cognitiva, a cognição e a linguagem atuam conjuntamente. Dessa maneira, faz parte o raciocínio lógico, a memória e as emoções. A LC entende que a cognição se materializa no uso da linguagem em contextos interacionais.

A hipótese da base corpórea da cognição, cuja principal premissa é a de que as experiências vividas pelo indivíduo através de seus corpos em ação fornecem a base fundamental para a cognição, influenciando atividades cognitivas tais como percepção, formação de conceitos, imagística mental, memória, raciocínio, linguagem, emoções e consciência (GIBBS, 2006 apud FERRARI, 2011, p. 44).

Com base nesse conceito, conhecido como Hipótese da Corporificação, a linguagem não é concebida como um espelho do real, mas é mediada pelas experiências humanas, incluindo nossa corporeidade. Assim, a LC confere um papel de suma importância ao corpo, já que as experiências dos indivíduos são cruciais para a formação da gramática das línguas naturais. “O significado vai além das palavras e é mais profundo do que os conceitos [...] emerge de um processo orgânico que une indissociavelmente o corpo e a mente” (JOHNSON, 1999, p. 1). Logo, a mente e as nossas experiências corpóreas no uso da linguagem estão intrinsecamente unidas, além de indissociáveis.

De acordo com o que preconiza a LC, o significado linguístico é baseado na experiência, depende da perspectiva do falante, além de ser enciclopédico e não-autônomo, visto que envolve o conhecimento de mundo que está integrado com outras capacidades cognitivas. Para Geeraerts (2006), o significado é perspectivado, corporificado, dinâmico e flexível. Assim, o significado não está colado na palavra, o significado é construído de acordo com as vivências e a cultura.

Segundo o conceito de perspectivação de Langacker (1987), o significado não é somente um reflexo direto do mundo, mas sim uma forma de se ver e construir a realidade de acordo com uma perspectiva particular. Ou seja, o significado depende da perspectiva do sujeito e muda de acordo com a experiência e conhecimento enciclopédico por parte dele.

A LC trabalha com a categorização da linguagem baseada em atributos (prototipicidade). A Teoria do Protótipo tem a sua origem na investigação de Rosch (1972), o estudo seguiu duas direções: no campo da Psicologia, focado em modelos formais da memória conceptual humana; e no campo da Linguística, trabalhando com a Semântica Lexical, Semântica do Protótipo. Para a Linguística Cognitiva, as categorias são formadas por prototipicidade e suas fronteiras são consideradas fluidas.

Nossas estratégias de categorização estão intimamente relacionadas à nossa capacidade de memória. Podemos agrupar objetos em categorias para falar do mundo, mas não podemos criar um número infinito de categorias, pois isso acarretaria em sobrecarga em termos de processamento e armazenamento de informações (FERRARI, 2014, p. 31-32).

Dessa forma, as categorias são formadas por prototipicidade, tendo em vista o que a própria Ferrari (2014, p. 31) afirma que “a categorização é o processo através do qual agrupamos entidade semelhantes (objetos, pessoas, lugares, etc.) em

classes específicas”, categorizamos as coisas que nos rodeiam e até mesmo a linguagem como também uma forma de otimização da nossa memória, ou seja, economia linguística.

Dessa forma, a Linguística Cognitiva é uma abordagem experiencialista e relativista, ao depender da experiência cultural, social e individual. Em suma, a LC depende da experiência individual e social, além de ser influenciada pela cultura. O conhecimento da linguagem não é específico e autônomo, tendo em vista que depende de fatores externos como atenção, percepção, memória, entre outros mecanismos cognitivos, esses fatores externos influenciam tanto no uso da linguagem como também na construção de sentido.

1.4 **Metáfora conceptual**

Diferente da visão tradicional, a metáfora para a LC ganha notoriedade, pois não é mais considerada apenas como um recurso linguístico, sem nenhum valor cognitivo, a metáfora é vista como propriedade do pensamento. Para a LC, é um processo cognitivo por meio do qual é possível comparar dois domínios e conceptualizar um deles a partir do outro (domínio-fonte / domínio-alvo).

A corrente cognitivista opõe-se à teoria cartesiana, visto que o corpo e a mente não são mais vistos como entidades separadas, pois, de acordo com Lakoff e Johnson (2002 [1980]), compreendemos o mundo por meio de metáforas construídas com base em nossa experiência corporal (a metáfora não é somente uma questão de linguagem, isto é, de meras palavras [...] os processos do pensamento são em grande parte metafóricos). Dessa maneira, o sistema conceptual humano é metaforicamente estruturado e definido.

O livro *Metaphors we live by* (1980), intitulado na edição em português como *Metáforas da vida cotidiana* (2002), representou um marco para a teoria cognitivista e um avanço para as pesquisas que contemplam a metáfora conceptual, mostrando a grande influência dela no raciocínio humano. Tendo em vista tal fato, a metáfora tem um papel central para conceber e exprimir ideias abstratas.

Lakoff e Johnson (1999) discutem solidamente os fundamentos da compreensão do pensamento metafórico, sustentados na compreensão da razão,

como sendo a) corpórea – os mesmos mecanismos que são utilizados na realização dos movimentos motores também estão na base do nosso sistema conceitual e nos modos como raciocinamos; b) evolutiva – o aparato cognitivo do qual somos dotados é resultado de mudanças que ocorreram no curso de nossa evolução. Sendo, assim, a razão humana passa a ser vista como um continuum que liga o homem aos demais animais; c) inconsciente, imaginativa e metafórica, em grande parte e, por último, d) moldada emocionalmente. Esses princípios têm como resultado a compreensão que a mente é alicerçada, na maioria das vezes, pelas características próprias do corpo e pelo ambiente no qual o homem está inserido.

Dessa forma, o sistema conceitual é universal ou quase universal e as semelhanças podem ser atestadas por meio de pesquisas entre línguas e culturas diferentes.

Logo, as metáforas são mapeamentos entre domínios conceituais, domínios fonte e alvo. Levamos nossos extensos conhecimentos sobre o domínio-fonte e as inferências que podemos ativar com base nesse domínio para o domínio-alvo. Os domínios-fonte, em geral mais concretos, são ativados na conceptualização de domínios abstratos, os domínios-alvo. Nessa concepção, a conceptualização de categorias abstratas se dá, em sua maioria, a partir das experiências concretas do dia a dia.

Lakoff e Johnson (2002 [1980]) definem três tipos de metáforas conceituais. As *metáforas orientacionais* que emergem da experiência do nosso corpo com o mundo e estruturam conceitos básicos como orientação espacial (cima-baixo, dentro-fora, frente-atrás, central-periférico), como, por exemplo, MENOS É PARA BAIXO, MAIS É PARA CIMA, subjacentes a sentenças como “As vendas despencaram” e “As vendas subiram em 2024”.

Por meio das *metáforas ontológicas*, que emergem de nossas experiências com objetos, projetamos características para outros objetos. Por exemplo, a partir da nossa experiência com nosso corpo como um recipiente, a metáfora MENTE É RECIPIENTE tem caráter ontológico, subjacente a frases como “Sua mente está cheia de ideias boas” ou mesmo “Preciso esvaziar minha cabeça”.

Terceiro tipo de metáfora conceitual, as *metáforas estruturais*, surgidas de uma experiência ou atividade, conceptualizam um conceito em termos de outro, como, por exemplo, COMPREENDER É VER, subjacente à frase “Não estou vendo saída pra esse problema”. Assim, quando associamos o debate a uma guerra, estamos querendo

dizer que, assim como na guerra, em um debate também há estratégias a serem seguidas. Utilizamos os argumentos verbais como defesa a um possível ataque, na guerra utilizamos recursos bélicos e na escrita utilizamos uma boa argumentação como arma. Em ambas as “guerras” o objetivo final é vencer e avançar no confronto, seja ele argumentativo ou bélico. Logo, DEBATE É BATALHA.

Lakoff e Johnson (2002 [1980]) destacam algumas características das metáforas conceptuais que são o *princípio da invariabilidade*, há uma projeção parcial da estrutura do domínio-fonte no domínio-alvo, ou seja, há correspondência entre dois domínios de experiência. Outra característica diz respeito às projeções metafóricas são *unidirecionais*, pois os elementos do domínio-fonte servem para explicar o domínio-alvo, não sendo possível o contrário. Além disso, o mesmo domínio-alvo pode ter *várias projeções metafóricas*, por exemplo, na explicação de uma noção abstrata como IDEIAS podemos encontrar metáforas conceptuais variadas (IDEIAS SÃO PESSOAS, IDEIAS SÃO COMIDAS, entre outras.). Por último, as projeções metafóricas podem ter uma *organização estrutural hierárquica*, por exemplo, a metáfora AMOR É VIAGEM está em uma posição hierárquica mais baixa, pois existe uma metáfora mais geral que é VIDA É VIAGEM.

Entre outros autores e linguistas cognitivos, Kövecses (2005) também se debruça nos estudos sobre a metáfora conceptual e destaca as metáforas em *primárias* e *congruentes*. As *metáforas primárias* são aquelas que apresentam uma universalidade, geralmente são ligadas a esquemas imagéticos de quantidade e verticalidade, como, por exemplo, BOM É PARA CIMA, RUIM É PARA BAIXO.

As *metáforas congruentes* são influenciadas por experiências sensoriais, além de contextos socioculturais em que estão inseridas. Por exemplo, o sentimento de raiva na metáfora PESSOA COM RAIVA É CONTÊINER SOB PRESSÃO (“Vou explodir de tanto ódio”) é conceptualizado de formas diferentes de acordo com cada cultura inserida. Kövecses (2005) destaca que em cada país a raiva é localizada em um lugar diferente, mostrando a influência da cultura em nosso modo de pensar e ver o mundo. Enquanto no Japão a raiva está localizada no estômago, em Zulu está no coração, já na China está no corpo inteiro, ou seja, dependerá do contexto e esse pode ser variado.

Kövecses (2017, 2020) propõe uma maneira mais abrangente de analisar as metáforas em níveis de esquematicidade na denominada Teoria da Metáfora

Conceptual Estendida³, em que busca sanar alguns problemas metodológicos e oferecer uma nova compreensão sobre o fenômeno, por considerar que a análise das metáforas não se restringiria apenas no mapeamento de domínio-fonte e domínio-alvo e sim se expandiria em outros níveis de análise, desde os esquemas imagéticos até os espaços mentais, ou seja, toda a estrutura hierárquica é considerada.

O modelo da teoria estendida para metáfora considera a esquematicidade um conceito crucial, visto que entender a esquematicidade é entender a relação entre os conceitos. Kövecses (2017, 2020) adota o conceito de esquematicidade de Langacker (1987, p. 492), para quem a “[e]squematicidade consiste em uma precisão relativa da especificação ao longo de um ou mais parâmetros”. A proposta de Kövecses (2017, 2020) parte da ideia de que nosso conhecimento advém de conhecimentos organizados em nosso sistema conceptual de forma hierárquica entre as estruturas conceptuais tomadas como níveis de análise.

Assim, no modelo de Kövecses (2017, 2020), o nível mais esquemático e menos específico é o dos esquemas imagéticos. Responsáveis pelo alicerce do sistema conceptual, são padrões esquemáticos que ajudam no processamento da informação. Essas noções sensório-motoras são moldadas e derivadas através dessas interações repetidas do nosso corpo com as coisas que nos rodeiam no mundo físico (JOHNSON, 1987). O corpo funciona como um formador ativo de ideias. De acordo com Gibbs e Colston (1995, p. 347), os esquemas imagéticos são “*gestalts* experienciais que emergem a partir da atividade sensório-motora, conforme manipulamos objetos e nos orientamos no tempo e no espaço”. São estruturas cognitivas que surgem diretamente de nossa observação e da interação cotidiana.

Por exemplo, o ato de *pegar um objeto* envolve uma série de esquemas imagéticos, como se locomover até o objeto (MOVIMENTO-TRAJETÓRIA), a ação de segurar, conter (CONTATO-FORÇA-CONTÊNER). Consistem em representações permanentes que refletem as experiências corporais.

Alguns dos esquemas imagéticos mais frequentes são os seguintes: CONTÊNER, ORIGEM-PERCURSO-DESTINO, PERCURSO (ou caminho), ELO (“link”/ligação), FORÇA, EQUILÍBRIO (ou balança), BLOQUEIO, REMOÇÃO, CONTRAFORÇA, COMPULSÃO, PARTE-TODO, CENTRO-PERIFERIA, EM CIMA-EM BAIXO, FRENTE-TRÁS, DENTRO-FORA, PERTO-LONGE,

³ As quatro estruturas conceptuais (esquema imagético, domínio, *frame* e espaço mental) são analisadas por Kövecses (2017, 2020) em termos de esquematicidade e contiguidade. Nas nossas análises, trabalharemos com alguns níveis metafóricos, por isso sintetizamos essa teoria.

CONTATO, entre outros. Por exemplo, a ideia que temos do EQUILÍBRIO é algo que aprendemos ao longo da vida, através de experiências corporais de equilíbrio e de desequilíbrio.

O nível dos domínios conceptuais é menos esquemático que o dos esquemas imagéticos. São ativados por meio de correspondências ontológicas, são mais ricos em informação se comparados aos esquemas imagéticos. Embora utilize a palavra *domínio* na análise multiníveis das metáforas, devido à relação entre os conceitos de *frame* e domínio, Kövecses (2017, 2020) trabalha com as noções de domínio e domínio-matriz de Langacker, que conceitua domínio como “[u]ma área coerente de conceptualização em relação à qual unidades semânticas podem ser caracterizadas”⁴ (LANGACKER, 1987, p. 488); e domínio-matriz como um nível mais esquemático que reúne conceitos que caracterizam diferentes aspectos do domínio. Langacker (1987, p. 492), define esquematicidade como uma “precisão relativa da especificação ao longo de um ou mais parâmetros”⁵

O nível dos *frames*, para Kövecses (2017, 2020), é menos esquemático que o dos domínios. Segundo Charles Fillmore (2006 [1982]), *frames* organizam conceptualmente um “sistema de conceitos relacionados, de tal forma que, para entender qualquer um deles, é necessário compreender toda a estrutura em que se enquadram”⁶ (FILLMORE, 2006 [1982], p. 373). Trata-se de um sistema de conhecimento armazenado na memória de longo prazo, e, assim como domínios e esquemas imagéticos, é derivado das experiências do indivíduo no mundo.

Os espaços mentais consistem no nível mais específico e menos esquemático do modelo multiníveis. Preenchem com valores específicos os papéis que compõem os *frames*. Kövecses (2017, 2020) adota o conceito de espaço mental de Fauconnier e Turner (2002, p. 40), segundo os quais, tais espaços são

pequenos pacotes conceituais construídos à medida que pensamos e falamos, para fins de compreensão e ação local [...] estão conectados ao conhecimento esquemático de longo prazo, como o *frame* de caminhada ao longo de um caminho, e ao conhecimento específico de longo prazo, como a

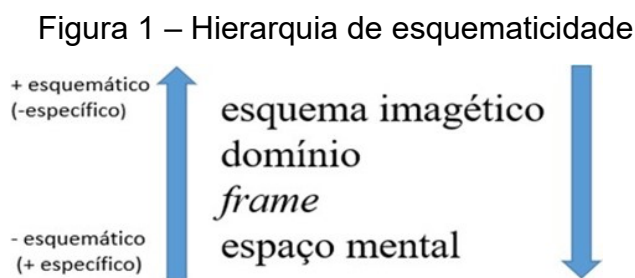
⁴ No original: *[a] coherent area of conceptualization relative to which semantic units may be characterized.*

⁵ No original: *[r]relative precision of specification along one or more parameters.*

⁶ No original: *By the term ‘frame’ I have in mind any system of concepts related in such a way that to understand any one of them you have to understand the whole structure in which it fits.*

memória de uma escalada ao Monte Rainier realizada em 2001 por uma pessoa⁷.

De modo a representar a hierarquia de esquematicidade das quatro estruturas conceptuais a que Kövecses se refere segue a Figura 1.



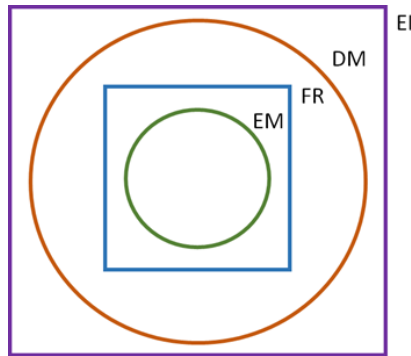
Fonte: KÖVECSES (2020, p. 52). Adaptado para o português.

Os esquemas imagéticos funcionam como conceitos-fontes em metáforas conceptuais gerais como MAIS É PARA CIMA, EVENTOS SÃO OBJETOS, entre outros. São estruturas analógicas que fundamentam domínios, *frames* e espaços mentais de forma flexível e dinâmica, representada pelas setas nos dois sentidos na Figura 1. Por exemplo, o *frame* CONSTRUÇÃO (como processo) elabora o aspecto CONSTRUÇÃO do domínio CONSTRUÇÃO e o *frame* SUPORTE (físico) elabora o aspecto ESTRUTURA do domínio CONSTRUÇÃO. Por último, os espaços mentais, processados *online* por falantes em contextos específicos de acordo com seus objetivos comunicativos.

A hierarquia baseada em esquematicidade também se relaciona à contiguidade, como observamos na Figura 2, em que o esquema imagético (EI), nível mais abrangente, inclui o domínio-matriz (DM), o *frame* (FR) e o espaço mental (EM).

⁷ No original: *Mental spaces are very partial assemblies constructed as we think and talk for purposes of local understanding and action [...] are connected to long-term schematic knowledge, such as the frame for walking along a path, and to long-term specific knowledge, such as a memory of the time you climbed Mount Rainier in 2001.*

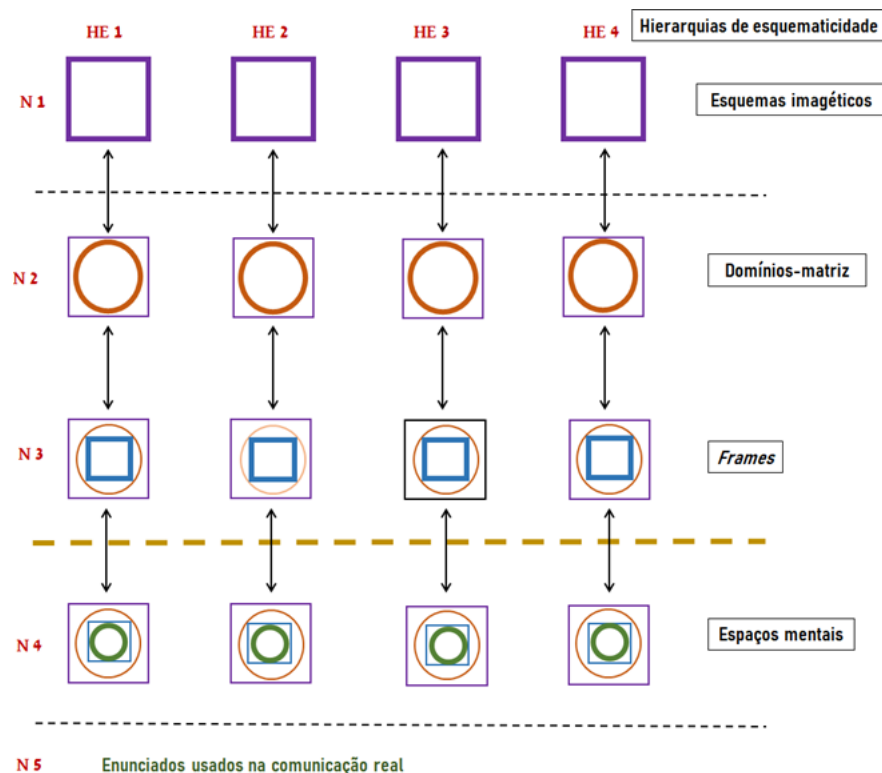
Figura 2 – Relação entre estruturas conceituais por inclusão



Fonte: KÖVECSES (2020, p. 52). Adaptado para o português.

Os esquemas imagéticos são corporificados, altamente esquemáticos, abstratos e de padrões flexíveis, por isso englobaria todos os outros (domínio-matriz, *frame* e espaço mental). Assim, o modelo de análise multiníveis para metáfora conceptual de Kövecses (2017, 2020) trabalha com uma hierarquia em termos de esquematicidade e contiguidade, conforme é ilustrado na Figura 3.

Figura 3 – Relação de esquematicidade e contiguidade



Fonte: KÖVECSES (2020, p. 55). Adaptado para o português.

Na Figura 3, observamos as estruturas conceptuais em quatro hierarquias esquemáticas (HE) diferentes. A linha pontilhada que separa ESQUEMAS IMAGÉTICOS e DOMÍNIOS/FRAMES assinala a natureza analógica dos esquemas imagéticos, diferentemente dos domínios e *frames*. A linha pontilhada em negrito entre DOMÍNIOS/FRAMES e ESPAÇOS MENTAIS indica que os domínios e os *frames* estão na memória de longo prazo, enquanto os espaços mentais são usados no processamento *online* na memória de trabalho. A linha pontilhada entre N4 e N5 separa o conceptualdo linguístico.

A hierarquia de esquematicidade (e contiguidade), proposta por Kövecses (2020 e outros textos) para postulação de metáforas em diferentes níveis, relaciona-se a quatro tipos de contextos que motivam o surgimento de metáforas: contextos situacional, discursivo, cognitivo-conceptual e corporal, visto que

o uso de muitas metáforas linguísticas e conceptuais que ocorrem naturalmente é praticamente impossível de explicar sem levar em conta o papel do contexto. Em outras palavras, a TMC precisa adotar um componente contextual – além de outros componentes, como estrutura conceptual, função cognitiva e experiencial (corporificação), caráter corporificado e base neural⁸ (Kövecses, 2020, p. 93).

Tais contextos estão envolvidos na produção de metáforas em discursos específicos em situações específicas. Essa concepção se baseia na tradição de Langacker (1987), segundo a qual o significado (literal e figurativo) é sempre dependente do contexto, pois o

discurso anterior é um determinante importante (junto com o contexto, o conhecimento de base etc.) do [...] espaço discursivo corrente (EDC) [...] um espaço mental que compreende tudo o que se presume ser compartilhado pelo falante e pelo ouvinte como base do discurso em um determinado momento⁹(LANGACKER, 2008, p. 59).

O contexto situacional envolve o ambiente físico, a situação social e a situação cultural, abarcando, assim, variedade de fatores contextuais. O contexto discursivo diz

⁸ No original: *the use of many naturally occurring linguistic and conceptual metaphors is virtually impossible to explain without taking into account the role of context. In other words, CMT needs to embrace a contextual component – in addition to its other components, such as its conceptual structure, cognitive function and embeddedness, embodied character, and neural basis.*

⁹ No original: *The prior discourse is a major determinant (along with context, background knowledge, etc.) of what I call the current discourse space (CDS). The CDS is a mental space comprising everything presumed to be shared by the speaker and hearer as the basis for discourse at a given moment.*

respeito ao discurso circundante (co-texto linguístico), ao conhecimento sobre os principais elementos do discurso, aos discursos anteriores sobre o mesmo tópico e às formas dominantes de discurso relacionadas a um determinado assunto (KÖVECSES, 2020, p. 97).

Sistema conceptual metafórico, ideologia, conhecimento sobre eventos passados e interesses e preocupações são fatores que integram o contexto cognitivo-conceptual. O corpo consiste em um contexto para surgimento e escolha de metáforas no discurso, devido à possibilidade de ativação de seus aspectos em uma situação comunicativa.

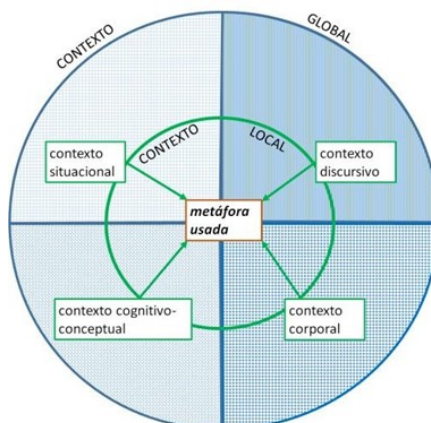
O corpo não é apenas responsável pela produção de centenas de metáforas conceituais através das muitas correlações entre a experiência subjetiva e a sensório-motora [...] mas também pode privilegiar o uso de metáforas particulares em contextos locais mais imediatos¹⁰ (KÖVECSES, 2020, p. 100, tradução nossa).

Os fatores contextuais que compõem os quatro tipos de contextos podem ser categorizados em dois tipos gerais: contextos locais e contextos globais. O primeiro está ligado ao conhecimento específico dos conceptualizadores sobre aspectos da situação comunicativa imediata. O contexto global está relacionado ao conhecimento compartilhado por toda uma comunidade de conceptualizadores sobre o ambiente de sua comunidade (físico, social, cultural). Kövecses (2020, p. 100) ressalta que a “distinção entre contexto local e global é principalmente de natureza teórica. Em muitas situações comunicativas reais, não há uma linha divisória acentuada entre os dois tipos de contexto”¹¹. Essa relação fluida entre os tipos gerais de contexto é ilustrada por Kövecses (2020, p. 101), conforme a Figura 4.

¹⁰ No original: *The body is not only responsible for the production of hundreds of conceptual metaphors through the many correlations between subjective and sensory-motor experience [...] but it can also prime the use of particular metaphors in more immediate, local contexts [...]*.

¹¹ No original: *The distinction local and global context is mostly of theoretical nature. In many actual communicative situations, there is no sharp dividing line between the two types of context.*

Figura 4 – Síntese dos tipos de contexto



Fonte: KÖVECSES (2020, p. 101), retomado de Kövecses (2015), adaptado para o português.

Ligados à teoria da metáfora conceptual, em sua abordagem fundadora de Lakoff e Johnson (2002 [1980]), entre outros estudos na LC, estão os processos metonímicos, que passamos a tratar na próxima seção.

1.5 Metonímia conceptual

Por se tratar de processos conceptuais, metáforas e metonímias estão ligadas, a ponto de, para muitos estudiosos, as metonímias consistirem em bases para metáfora. Uma primeira distinção entre tais processos conceptuais é o fato de que as metáforas são constituídas em relações de substituição e similaridade, em que “A É B”, sendo “A” o domínio-alvo, geralmente mais abstrato, e “B” o domínio-fonte, mais concreto, de modo que entendemos um domínio em termos de outro, por exemplo, RAIVA É FOGO (“Eu estava com fogo nos olhos”), MENTE É MÁQUINA (“A minha mente não está funcionando hoje.”), BOM É PARA CIMA (“Ela faz um trabalho de alta qualidade), entre outras.

Já as metonímias advêm de uma relação de contiguidade, em que

[...] um elemento ou entidade conceitual (coisa, evento, propriedade), o veículo, fornece acesso mental a outra entidade conceitual (coisa, evento,

propriedade), o alvo, dentro do mesmo *frame*, domínio ou modelo cognitivo idealizado [MCI]" (Kövecses 2006, p. 99, tradução nossa¹²).

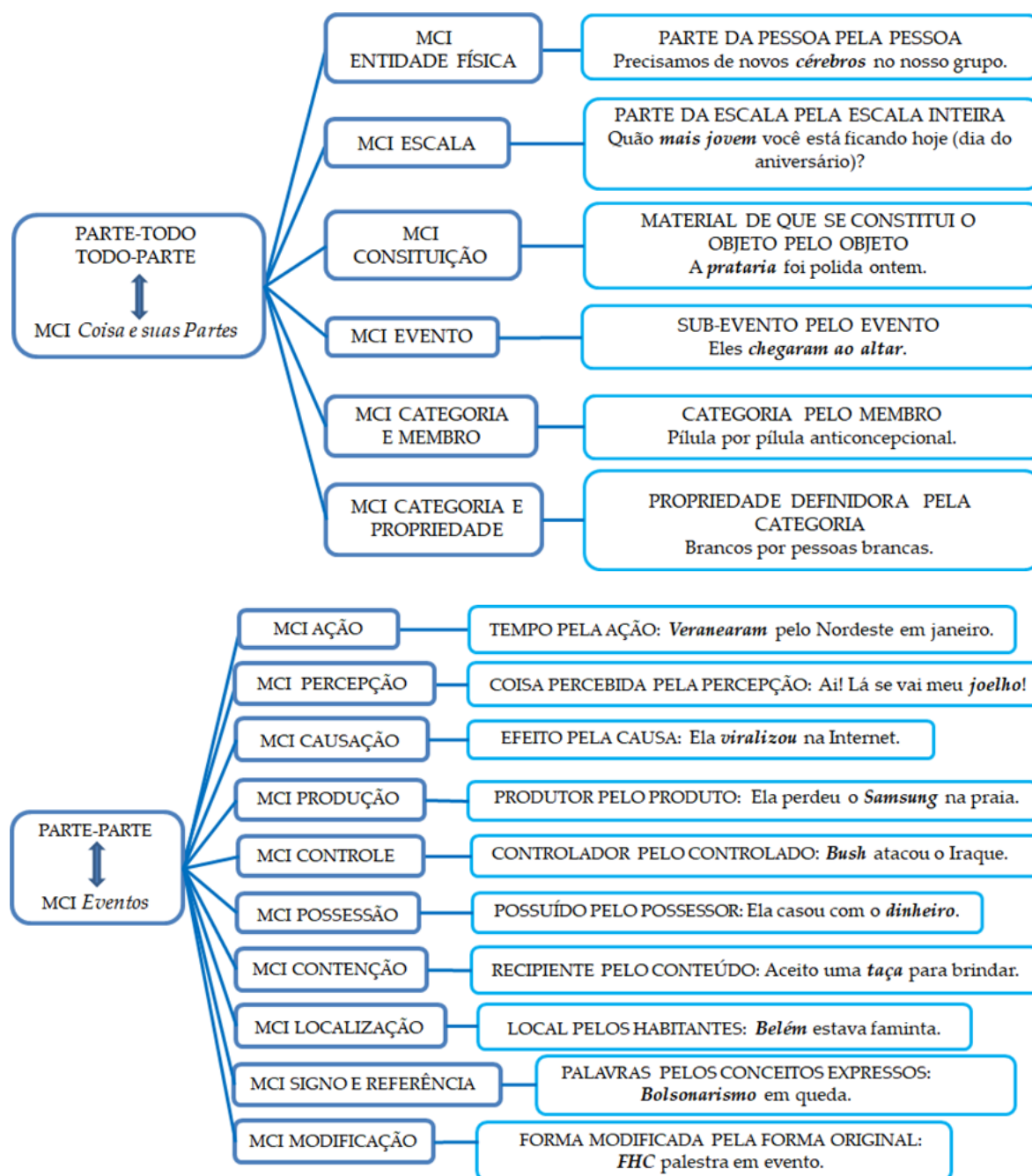
Ou seja, uma projeção que ocorre no interior de um único domínio. Os MCI's (Modelos Cognitivos Idealizados) são estruturas de conhecimento relativamente estáveis que são construídas com bases em experiências repetidas. Assim, dentro do mesmo domínio, a metonímia direciona a atenção mental do conceito menos saliente para o mais saliente.

Além da função de propiciar o acesso cognitivo, ressaltada na definição de metonímia de Kövecses (2006), outras funções metonímicas são destacadas por Littlemore (2015), a saber: (i) criação e manutenção da coesão e coerência no discurso por meio de uma referência anafórica; (ii) referência exofórica, quando invoca informações complexas fora do texto; (iii) estabelecimento/construção do processo de realce, colocando em primeiro plano as informações mais importantes para o falante; (iv) explicação do funcionamento de atos de fala ilocucionários, que não envolvem relações de forma e função aleatórias, mas ligações metonímicas claras entre o que é dito e o que é pretendido; (v) construção de relações entre comunidades discursivas, por meio do uso de características linguísticas específicas associadas (ou não) a determinado discurso ou a membros de uma comunidade de fala. Além disso, as metonímias desempenham de funções criativas, ligadas a intenção comunicativa, como avaliação, humor e eufemismo.

Segundo Kövecses (2006, 2010), que retoma Radden e Kövecses (1999, p. 29-43), as metonímias podem ser categorizadas em TODO-PARTE, PARTE-TODO e PARTE-PARTE, tendo por base a noção de MCI. Na Figura 6, adaptada de Littlemore (2015, p. 22), são apresentados e exemplificados os tipos de metonímia postulados por Radden e Kövecses (1999, p. 29-43).

¹² No original: *Metonymy is a cognitive process in which a conceptual element or entity (thing, event, property), the vehicle, provides mental access to another conceptual entity (thing, event, property), the target, within the same frame, domain, or idealized cognitive model (ICM). We can conceive of this as a "within-domain mapping", where the vehicle entity is mapped on the target entity.*

Figura 5 – Tipos de metonímia



Fonte: LITTLEMORE (2015, p. 22), a partir de RADDEN e KÖVECSSES (1999, p. 29-43). Adaptado para o português.

Segundo Littlemore (2015), existem três princípios determinantes na seleção dos veículos metonímicos: experiências humanas (interações sociais), seletividade perceptual (relação da visão de mundo e o funcionamento cerebral) e preferências culturais (a cultura influencia diretamente no nosso pensamento). Outros fatores podem influenciar, como, por exemplo, se compararmos a escrita de um escritor comum com a de um poeta, o poema pode ser vago, usar eufemismo, além de ser

repleto de conceitos estereotipados, diferente de um texto comum e formal que preza por necessidade de clareza e relevância (princípios comunicativos). Além de estilos de escrita diferentes, o texto, intencionalmente, pode usar de recursos metonímicos a fim de atingir determinado grupo social, ou seja, comunidade discursiva (existem metonímias que são facilmente compreendidas dentro do âmbito policial, por exemplo, que não são tão explícitas fora desse contexto).

No contexto policial do estado do Rio de Janeiro, por exemplo, existe o termo “ganso” muito utilizado para se referir às pessoas, geralmente homens, usuários de drogas ou com algum envolvimento com o tráfico de drogas. Tal termo pode ganhar outros sentidos de acordo com o batalhão e o Estado em que tal termo é usado. A associação de um animal com uma pessoa se dá devido ao movimento da cabeça e a forma de andar desse grupo serem típicas do animal, por isso são associados ao animal ganso. Assim, é possível conceptualizar a metáfora USUÁRIO DE DROGAS É GANSO, com base nas metonímias CARACTERÍSTICA DA PESSOA PELA PESSOA e MEMBRO PELA CATEGORIA (PARTE-TODO).

A ativação do pensamento metonímico e metafórico ocorre por meio da integração ou mesclagem conceptual, teoria resumida na próxima seção.

1.6 Um poderoso mecanismo criativo

A mesclagem ou integração conceptual é uma estratégia imaginativa que permite ao indivíduo projetar em uma nova cena elementos de cenas distintas. Isso corre através de uma operação mental que nos habilita criar novos sentidos por compressões e descompressões continuadas, tudo isso acontece *online* no discurso.

A operação ocorre através do estabelecimento de uma projeção parcial entre pelo menos dois espaços mentais iniciais que são o *input 1* e o *input 2*, ativados por gatilhos linguísticos, imagéticos, sonoros, entre outros sinais usados na comunicação humana, organizados por *frames*, que, por sua vez, podem estar ligados a aspectos culturais fundamentados por modelos cognitivos idealizados (MCIs).

Associando-os à noção de *frame*, cada palavra evoca um *frame*, o significado da palavra depende da experiência do falante. Charles Fillmore (2006 [1982]) defende que *frame* são bases do conhecimento que ajudam no processamento da informação,

são estruturas mentais que ajudam a moldar a maneira como enxergamos o mundo e as coisas. Os modelos cognitivos idealizados são estruturas através das quais sistematizamos nosso conhecimento de mundo.

Além dos espaços de *input* 1 e 2, numa configuração do processo de mesclagem, há ainda a presença de um espaço genérico que funciona como base para processamento da rede de integração, porque reúne informações comuns aos dois *inputs*, dando estabilidade à rede. O espaço mescla, que resulta das projeções dos espaços de *input* e indexa um novo significado. Logo, a operação de mesclagem envolve pelo menos quatro espaços mentais, estruturados por MCIs, metáforas e esquemas imagéticos, entre outros. Esses espaços mentais são temporários, criados durante o processo de construção de significado.

Mark Turner (1996) salienta que somos essencialmente criativos, o processo de mesclagem ou integração conceptual é a origem das ideias, pois estamos a todo momento comprimindo e descomprimindo relações e ideias em *frames* distintos. Assim, teoria da integração conceptual (TIC) é a grande alavanca da mente humana. A mescla não é apenas uma abstração dos espaços mentais, ela contém novas ideias de forma comprimida.

Turner (1996) exemplifica com o homem-leão, um dos exemplos mais antigos conhecidos de uma representação artística e a mais antiga estátua já descoberta, criada entre 35 000 e 40 000 anos. A conceptualização para esse pensamento contém um espaço mental para o leão e outro espaço mental para homem, há o espaço genérico alimentando os espaços envolvidos e o espaço mescla HOMEM LEÃO que origina a nova ideia. Assim, o homem-leão tem elementos que não pertencem nem ao leão nem ao homem. Turner finaliza dizendo que podemos internalizar essa mescla, mantê-la em nossa mente e recuperá-la quando quisermos usar para pensarmos a identidade e o nosso lugar no mundo.

O potencial imaginativo propiciado pela mesclagem ocorre por meio dos três “i” da mente humana (FAUCONNIER; TURNER 2002): (i) *identidade*, ligada à capacidade de reconhecer semelhanças e diferenças, isto é, estabelecer identidade e oposição; (ii) *integração*, capacidade de relacionar tais semelhanças ou diferenças de forma dinâmica, integrando-as com vistas a elaborar novos sentidos; (iii) *imaginação*, capacidade necessária para a produção criativa desses novos sentidos. Essa capacidade imaginativa nos possibilita, por exemplo, pensar ficcionalmente.

A compreensão alcançada por meio da integração deve-se às relações

conceptuais denominadas relações vitais (FAUCONNIER; TURNER, 2002, p. 92), porque propiciam processamento dos elementos ativados seletivamente nos espaços mentais numa escala humana, otimizada. A compressão das relações vitais pode ocorrer entre e dentro dos espaços mentais das redes de integração conceptual. Fauconnier e Turner (2002) elaboraram uma taxonomia das compressões mais basilares da nossa cognição, conforme a seguinte lista:

1. MUDANÇA – quando há conexão entre um elemento e outro, por exemplo, A Fera se transformando em um príncipe no filme “A Bela e a Fera”. Ocorre entre diferentes espaços, ou dentro de um espaço mescla. Nesse último caso, estabelecendo uma relação de UNICIDADE/ SINGULARIDADE, como, por exemplo, o HOMEM LEÃO, que surge da compressão das identidades do homem e do leão, respectivamente em cada *input*, resultando em uma entidade singular na mescla por meio de uma mudança nas respectivas identidades projetadas na mescla.
2. IDENTIDADE – relação vital mais básica que ocorre através do processo imaginativo. Espaços mentais contendo um bebê, uma criança, um adolescente e um adulto com relações de identidade pessoal, apesar das diferenças manifestas, podem ser conectados por identidade a outras relações vitais.
3. TEMPO – está relacionado à memória, à mudança, à simultaneidade, além de configurar o nosso entendimento de causalidade. Por exemplo, quando resumimos uma história estamos comprimindo muitos acontecimentos importantes.
4. ESPAÇO – assim como o TEMPO, os espaços costumam ser comprimidos na mescla. Nessa relação, um lugar pode representar um evento, por exemplo, Bastilha para se referir a Revolução Francesa.
5. REPRESENTAÇÃO – por exemplo, o autor encenando um personagem ou um desenho representando a pessoa. Um *input* corresponde à coisa representada, enquanto o outro corresponde ao elemento que representa. Importante ressaltar que não necessariamente as entidades precisam ser equivalentes, por exemplo, em uma bola de futebol representando o planeta Terra durante uma aula, há a relação vital interna de singularidade.
6. SIMILARIDADE – é uma relação vital do espaço interno que liga elementos com propriedades compartilhadas, por exemplo, quando olhamos para dois retalhos de tecidos e vemos a semelhança em sua cor, essa percepção direta de semelhança é uma cena de escala humana;

7. CATEGORIA – é uma relação vital como propriedade. A categoria é como uma relação vital do espaço interior, visto que a mescla pode comprimir a relação vital do espaço exterior como analogia em categoria na mescla.
8. INTENCIONALIDADE – abrange um grupo de relações ligadas a desejo, medo, crença, memória e outras atitudes mentais. A INTENCIONALIDADE é crucial porque tudo o que fazemos, pensamos e sentimos baseia-se nessas relações.
9. PAPEL-VALOR – é o papel que determinado elemento representa dentro dos espaços mentais, por exemplo, quando falamos “Lula” automaticamente associamos ao papel de presidente da República do Brasil. Assim, “Lula” é um valor para o papel de presidente.
10. ANALOGIA – depende da compreensão do valor da função, acontece quando dois espaços muito diferentes possuem um *frame* em comum, representado pela compressão de papel e valor. Os *inputs* sendo diferentes permanecem interligados através de um conector de identidade, ou seja, um mesmo *frame* conceptual é partilhado pelos espaços mesclas das redes de integração.
11. DESANALOGIA – é o processo contrário da ANALOGIA. A relação entre espaços externos por DESANALOGIA pode ser comprimida no espaço interior como uma relação por MUDANÇA, que pode então ser comprimida em SINGULARIDADE na mescla.
12. CAUSA-EFEITO – é a relação vital em que concebemos as informações como sendo consequência ou efeito de um elemento causador, como, por exemplo, a relação entre toras de madeira e cinzas, a queima da madeira é a causa que promove a consequência/efeito, que são as cinzas.
13. PARTE-TODO – por exemplo uma pessoa identificada e a outra a sua fisionomia retratada, no espaço mescla esses dois *inputs* serão comprimidos dentro de uma singularidade.

Desse modo, comprimimos e descomprimimos relações vitais/conceptuais com o objetivo de tornar mais claro e eficiente o processo de construção de sentido, tornando viável a sua memorização. A separação entre essas relações vitais é um artifício textual, pois tipicamente ocorrem em conjunto.

Fauconnier e Turner (2002) evidenciam a existência de alguns tipos de redes de integração que aparecem com maior frequência na construção de significados, apontando quatro tipos principais: rede simples, rede espelhada, rede de escopo único e rede de escopo duplo.

As estruturas das redes de integração simples apresentam um espaço que influencia o outro na criação da mescla. Essa rede é formada por um espaço (*input 1*), ativado por um *frame* que contém funções e outro espaço (*input 2*) que contém valores; no espaço mescla, a estrutura emergente associa valores e funções, criando um sentido.

As redes de integração espelhadas são caracterizadas por apresentarem um mesmo *frame* organizacional, o qual é projetado no espaço genérico e também espelhado pelas duas entradas. Além disso, a mescla herda elementos de ambos os espaços para a formação de sentido.

Nas redes de integração de escopo único, os espaços de entrada possuem *frames* organizacionais diferentes e apenas um deles é responsável pela organização do espaço mescla. De acordo com Fauconnier e Turner (2002), são altamente assimétricas e produtivas em termos de um domínio cognitivo sobre o outro, característica das metáforas conceituais, por isso são protótipos altamente convencionais para conceptualização de metáforas fonte-alvo.

As redes de integração de escopo duplo apresentam dois espaços de *input* com diferentes (e frequentemente conflitantes) *frames* organizacionais, os quais contribuem para estrutura emergente do espaço mescla. Nesse tipo rede, encontramos espaços mesclas bastante criativos, muito comuns em campanhas publicitárias.

Essas complexas operações são realizadas inconscientemente e ativadas na mente através de formas linguísticas. Para Turner (1996), nós somos a origem das ideias, nós (seres humanos) somos os responsáveis por criar mesclas das quais emergem as novas ideias.

1.7 Multimodalidade como uma potência criativa

A partir da visão de Lakoff e Johnson (2002 [1980]) da metáfora como uma forma de pensamento, Forceville (2006, 2008, 2017) propõe a ativação de conceitos metafóricos em outros tipos de comunicação, que não apenas o linguístico, conforme o modo de sinalização empregado. Para tal, Forceville (2006, p. 382) define modo ou

modalidade como “um sistema de signos interpretável por causa de um processo de percepção específico”¹³, como “(1) sinais pictóricos; (2) sinais escritos; (3) sinais falados; (4) gestos; (5) sons; (6) música; (7) cheiros; (8) sabores; (9) toque”¹⁴ (FORCEVILLE, 2006, p. 383).

A partir desses diferentes modos de sinais usados na comunicação, Forceville (2008, p. 464) concebe “metáforas pictóricas, caracterizadas por terem alvo e fonte são inteiramente renderizados em termos visuais, assim como suas irmãs verbais têm alvo e fonte inteiramente renderizados na linguagem”¹⁵ (FORCEVILLE, 2008, p. 464). Nas metáforas multimodais, “alvo e fonte são representados, exclusiva ou predominantemente, em modos diferentes”¹⁶ (FORCEVILLE, 2006, p. 384), com base em três critérios:

1. Dado o contexto em que ocorrem, os dois fenômenos pertencem a categorias diferentes;
2. Os dois fenômenos podem ser classificados como alvo e fonte, respectivamente, e capturados em um formato A É B que força ou convida um destinatário a mapear um ou mais traços, conotações ou recursos [...] da fonte no alvo;
3. Os dois fenômenos (isto é, alvo e fonte) são tratados em diferentes sistemas de sinais, modos sensoriais ou ambos¹⁷ (FORCEVILLE, 2008, p. 469).

Para exemplificar a diferenças entre metáforas pictóricas monomodais e multimodais, Forceville (2006, p. 384-385) trabalha com a metáfora fictícia GATO É ELEFANTE: como metáfora pictórica em um filme de animação, o gato poderia ser retratado com o focinho parecido com uma tromba e orelhas grandes e agitadas, mostrando o gato com um dossel nas costas, no qual está sentado um típico cavaleiro de elefante indiano, justapondo gato e elefante numa mesma pose saliente.

¹³ No original: [...] *a mode is a sign system interpretable because of a specific perception process.*

¹⁴ No original: (1) *pictorial signs*; (2) *written signs*; (3) *spoken signs*; (4) *gestures*; (5) *sounds*; (6) *music*; (7) *smells*; (8) *tastes*; (9) *touch*.

¹⁵ No original: *Pictorial metaphors are monomodal: their target and source are entirely rendered in visual terms, just as their verbal sisters have a target and source entirely rendered in language.*

¹⁶ No original: *multimodal metaphors are metaphors whose target and source are each represented exclusively or predominantly in different modes.*

¹⁷ No original: 1. *Given the context in which they occur, the two phenomena belong to different categories.* 2. *The two phenomena can be slotted as target and source, respectively, and captured in an A IS B format that forces or invites an addressee to map one or more features, connotations, or affordances [...] from source to target.* 3. *The two phenomena are cued in more than one sign system, sensory mode, or both.*

No entanto, a metáfora se tornaria multimodal, se ouvíssemos um som de trombeta ou se outro gato gritasse “Elefante!”, quando visse o primeiro. Não se trata de um caso de sinestesia, uma vez que não há fusão dos dois domínios. Nesse caso, o domínio-fonte ELEFANTE seria acionado em dois modos – som e linguagem, respectivamente – diferentes do domínio-alvo – visual.

Como destaca Forceville (2006, 2008), o desenvolvimento dos estudos sobre metáforas pictóricas e multimodais só foi possível a partir da definição de metáfora conceptual de Lakoff e Johnson (2002 [1980]), em que utilizam a palavra “coisa” (compreender e experienciar uma coisa por meio de outra, p. 48). Essa definição “reúne um equilíbrio feliz entre precisão e imprecisão”¹⁸ (2008, p. 462), levando ao desenvolvimento de metáforas multimodais.

Contudo, diferente das metáforas ativadas pela linguagem verbal, interpretadas sob o esquema subjacente ABSTRATO A É CONCRETO B, as metáforas pictóricas e multimodais podem ser representadas por OBJETO CONCRETO A É OBJETO CONCRETO B, ou VISUAL A É VERBAL B / VERBAL A É VISUAL B (FORCEVILLE, 2017, p. 28 e 29). Nas Figuras 5 e 6, exemplificamos esses esquemas de interpretação/verbalização.

Figura 6 – Metáfora MÁQUINA DE CAFÉ É MORDOMO/SERVO/GARÇON



Fonte: Forceville, 2008, p. 468.

¹⁸ No original: *strikes a felicitous balance between precision and vagueness*.

Figura 7 – Metáfora RIO É PESSOA



Fonte: Disponível em:

<https://www.facebook.com/sinafoficial/photos/pb.100071951204650.-2207520000./1045712258948697/?type=3>. Acesso em: 10 de janeiro de 2024.

Na Figura 6, o alvo da propaganda é a cafeteira, cujo formato, a depender do contexto cultural, é similar a uma pessoa curvada servindo café. Na Figura 7, segundo Bernardo, Nunes e Silva (2024, em submissão), na propaganda da Sinaf, empresa que vende seguros e assistência funerária, o Rio de Janeiro é conceptualizado como uma PESSOA que recebe parabéns pelo aniversário de sua fundação, já que a propaganda foi postada em 1º de março de 2019. A empresa, também conceptualizada como PESSOA, devido à venda de serviços funerários, fala de parabéns, mas também cria um sentido negativo para a expressão *lindo de morrer*. Logo, na análise de Bernardo, Nunes e Silva (2024, em submissão), “o cenário visual (VISUAL A – ALVO), que representa metonimicamente o Rio de Janeiro, é categorizado como um local cujas belezas escondem perigos mortais (VERBAL B – FONTE)”.

Como os modos não-verbais de comunicação não possuem o ‘é’ ou ‘é como’ para sinalizar uma relação de identidade metafórica entre duas entidades pertencentes, em um determinado contexto, a categorias diferentes, uma questão que merece atenção é por qual meio estilístico a semelhança é ativada” (FORCEVILLE, 2006, p. 319, tradução nossa¹⁹).

Nessa concepção, Forceville (2006, p. 391-392, tradução nossa) estabelece

¹⁹ No original: *Since non-verbal modes of communicating by definition do not have the “is” or “is like” in order to signal a metaphorical identity relation between two entities belonging, in the given context, to different categories, one issue that deserves attention is by what stylistic means the similarity is triggered.*

sinais para indicação da semelhança metafórica entre dois fenômenos, que podem funcionar de forma isolada e combinada, a saber:

Semelhança perceptual. Isso só pode funcionar como um gatilho no caso de metáforas monomodais: apenas uma representação visual pode se parecer fisicamente com outra representação visual; somente um som pode se parecer fisicamente com outro som. No caso de semelhança visual, há várias opções: duas coisas podem se parecer porque têm o mesmo tamanho, cor, posição, postura, textura, materialidade etc. Observe que a semelhança não precisa residir nas “coisas”, mas podem surgir em sua maneira de representação: quando são fotografadas, por exemplo, do mesmo ângulo incomum ou filmadas com o mesmo movimento incomum da câmera.

Preenchimento de um slot esquemático inesperadamente. Colocar uma coisa em determinado contexto pode fortemente, mesmo que inevitavelmente, evocar um tipo diferente de coisa, a saber, para a qual o contexto especificado é o lugar natural ou convencional. Em outras palavras, encontramos desvios em relação a *gestalts* ou esquemas típicos. Por exemplo, quando em um ambiente musical um estojo de violino contém uma chave inglesa, isso sugere a metáfora CHAVE INGLESA É VIOLINO.

Sinalização simultânea. Se duas coisas são sinalizadas em modos diferentes, a identificação metafórica é alcançada ao representar de forma saliente o alvo e a fonte ao mesmo tempo. Por exemplo, um beijo pode ser acompanhado pelo som de um acidente de carro, de um aspirador de pó ou de um barulho de correntes, para indicar mapeamentos metafóricos de, digamos, desastre, rotina doméstica sombria e prisão, respectivamente. Como alternativa, em uma variante do mecanismo anterior, duas coisas díspares podem ser vinculadas por causa do preenchimento inesperado de um espaço, como quando uma fotografia de um beijo tem a legenda “aprisionamento”²⁰.

Partindo dessa concepção, Forceville (2006, 2008, 2017 entre outros textos), postula quatro tipos de metáforas pictóricas, a saber:

²⁰ No original: *Perceptual resemblance. This can only function as a trigger in the case of monomodal metaphors: only a visual representation can perceptually resemble another visual representation; only a sound can perceptually resemble another sound. In the case of visual resemblance, there is a range of choices: two things can resemble one another because they have the same size, colour, position, posture, texture, materiality, etc. Note that the resemblance need not reside in the “things” themselves, but may surface in their manner of representation: they may for instance be photographed from the same unusual angle, or filmed with the same unusual camera movement.*

*Filling a schematic slot unexpectedly. Placing a thing in a certain context may strongly, even inescapably, evoke a different kind of thing, namely the thing for which the given context is the natural or conventional place. Put differently, we encounter deviations from typical *gestalts* or schemas. For example, when in a musical environment a violin case contains a monkey wrench, this suggests the metaphor MONKEY WRENCH IS VIOLIN (or v.v.).*

Simultaneous cueing. If two things are signalled in different modes, metaphorical identification is achieved by saliently representing target and source at the same time. For instance a kiss could be accompanied by the sound of a car crash, of a vacuum cleaner, or of the clunking of chains, to cue metaphorical mappings of, say, disaster, dreary domestic routine, and imprisonment, respectively. Alternatively, in a variant on the previous mechanism, two disparate things can be linked because of an unexpected filling of a slot, as when a photograph of a kiss has the caption “imprisonment.”

- (i) *metáfora contextual*, quando “[u]m objeto é metaforizado por causa do contexto visual em que é colocado”²¹ (FORCEVILLE, 2008, p. 464);
- (ii) *metáfora híbrida*, em que “[d]ois objetos que consistem normalmente em entidades distintas são mesclados fisicamente em uma única ‘gestalt’ ”²² (FORCEVILLE, 2008, p. 465);
- (iii) *símile pictórico*, quando [d]ois objetos são representados na íntegra de maneira que sejam parecidos. As técnicas disponíveis para identificar essa semelhança são múltiplas: semelhança na forma, posição, cor, iluminação, função etc.”²³ (FORCEVILLE, 2008, p. 466);
- (iv) *metáfora integrada*, em que “[u]m fenômeno, experimentado como objeto unificado ou *gestalt*, é representado em sua totalidade de maneira tal que se assemelha a outro objeto ou *gestalt*, mesmo sem pistas contextuais”²⁴. A máquina de café da Figura 5, ilustrada por Forceville é um caso de metáfora integrada.

Quando esses tipos de metáfora pictórica figuram junto a outro(s) modos de sinalização, cumprindo os seguintes critérios já citados, temos metáforas multimodais.

Levando em consideração que o pensamento humano é baseado em manifestações verbais e não verbais, investigar a metáfora multimodal é de suma importância. Além disso, compreender e interpretar os textos multimodais exige criticidade por parte dos leitores, interpretar uma imagem não é uma tarefa automática e autoevidente como inicialmente pode parecer, pois está intrinsecamente ligada ao grupo social e cultural e exige uma postura crítica e ideológica na análise.

Forceville (2017) defende que as metáforas visuais são direcionadas a comunidades específicas de espectadores que já possuem um conhecimento prévio cultural. Embora muitas metáforas conceptuais sejam universalmente concebidas baseadas na corporificação, existem aquelas baseadas e construídas culturalmente.

²¹ No original: *An object is metaphorized because of the visual context in which it is placed.*

²² No original: *Two objects that are normally distinct entities are physically merged into a single “gestalt”.*

²³ No original: *Two objects are represented in their entirety in such a way that they are made to look similar. The techniques available to cue this similarity are manifold: similarity in form, position, color, lighting, function, and so on.*

²⁴ No original: *A phenomenon experienced as a unified object or gestalt is represented in its entirety in such a manner that it resembles another object or gestalt even without contextual cues.*

Os estudos de Forceville (2006, 2008, 2017 entre outros textos), em termos conceituais, podem alinhados à Gramática do Design Visual de Kress e Van Leeuwen (2001, 2006), cujos recursos descritivos propiciam um detalhamento dos textos multimodais como produto sociossemiótico. Assim, na próxima seção, passaremos à síntese dessa gramática visual.

1.8 Gramática do Design Visual (GDV)

Kress e van Leeuwen (2006) partem de conceitos da Linguística Sistêmico-Funcional, especificamente as metafunções de Halliday (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2014 [1985]), ao criarem a Gramática do Design Visual (GDV), porque

o design visual, como todos os modos semióticos, cumpre três funções principais. Para usar os termos de Halliday, toda semiótica cumpre tanto uma função “ideacional”, uma função de representar “o mundo ao nosso redor e dentro de nós”, quanto uma função “interpessoal”, uma função de encenar interações sociais como relações sociais. Todas as entidades de uma mensagem – textos – também tentam apresentar um “mundo do texto” coerente, o que Halliday chama de função “textual” – um mundo no qual todos os elementos do texto são coerentes internamente, e que, por sua vez, é coerente com o seu ambiente relevante. Quer participemos numa conversa, produzamos um anúncio ou toquemos uma peça musical, estamos simultaneamente a comunicar, a fazer algo para, por ou com outros no aqui e agora de um contexto social (trocar notícias com um amigo; persuadir o leitor de uma revista a comprar algo; entreter o público) e representar algum aspecto do mundo “lá fora”, seja em termos concretos ou abstratos (o conteúdo de um filme que vimos; as qualidades do produto anunciado; um estado de espírito ou sentimento melancólico ou energia exuberante transmitida musicalmente) e unimos essas atividades em um texto coerente ou evento comunicativo (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 15, tradução nossa²⁵).

²⁵ No original: *[the] visual design, like all semiotic modes, fulfils three major functions. To use Halliday's terms, every semiotic fulfils both an 'ideational' function, a function of representing 'the world around and inside us' and an 'interpersonal' function, a function of enacting social interactions as social relations. All message entities – texts – also attempt to present a coherent 'world of the text', what Halliday calls the 'textual' function – a world in which all the elements of the text cohere internally, and which itself coheres with its relevant environment. Whether we engage in conversation, produce an advertisement or play a piece of music, we are simultaneously communicating, doing something to, or for, or with, others in the here and now of a social context (swapping news with a friend; persuading the reader of a magazine to buy something; entertaining an audience) and representing some aspect of the world 'out there', be it in concrete or abstract terms (the content of a film we have seen; the qualities of the advertised product; a mood or melancholy sentiment or exuberant energy conveyed musically), and we bind these activities together in a coherent text or communicative event.*

Assim, dessas três metafunções, surgem os três significados da GDV, caracterizados adiante, para descrição de produções multimodais: significados representacional, interativo e composicional. Kress e van Leeuwen (2001) definem multimodalidade “como o uso de vários modos semióticos na concepção de um produto ou evento semiótico, juntamente com a forma particular como esses modos são combinados”²⁶ (p. 20) na comunicação, definida, por sua vez, “como um processo no qual um produto ou evento semiótico é articulado ou produzido e interpretado ou usado”²⁷ (KRESS; VAN LEEUWEN, 2001, p. 20). Logo, “a produção e o uso de objetos e ambientes projetados consiste em uma forma de comunicação”²⁸ (p. 20).

A GDV apresenta recursos para análise dos elementos textuais e imagéticos que compõem as produções multimodais, entre essas as capas de revista, visto que assim como é possível analisar a sintaxe na linguagem escrita também é possível analisar os sintagmas visuais, utilizando os aparatos metodológicos da GDV. Para GDV, o texto apenas escrito também é multimodal, pois pode apresentar diferenças na diagramação da página, no formato e nas cores das letras, na formatação do parágrafo, entre outros aspectos.

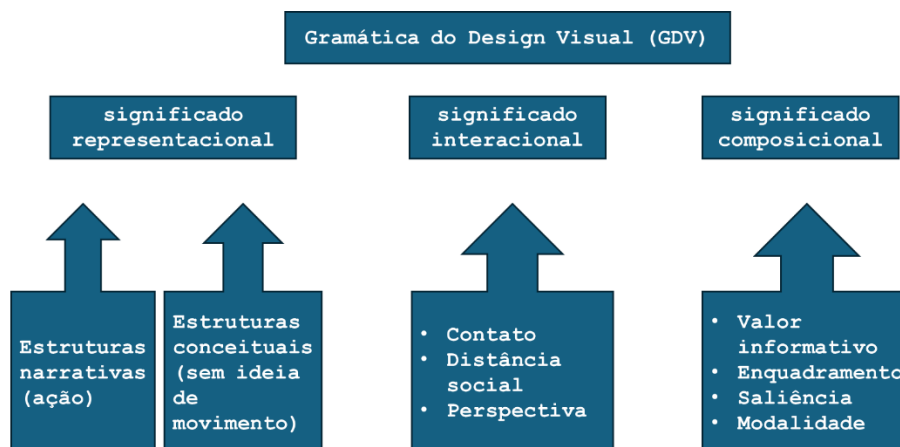
Na Figura 8, expomos os tipos de significado descritos na GDV, os quais passamos a sintetizar em seguida com base na formulação de Vicentini e Costa (2016) e Vicentini (2023). Cada tipo de significado apresenta subtipos.

²⁶ No original: *We have defined multimodality as the use of several semiotic modes in the design of a semiotic product or event, together with the particular way in which these modes are combined.*

²⁷ No original: *We defined communication as a process in which a semiotic product or event is both articulated or produced and interpreted or used.*

²⁸ No original: *It follows from this definition that we consider the production and use of designed objects and environments [...] as a form of communication.*

Figura 8 – Os significados na GDV



Fonte: A autora (2024) com base em Kress e van Leeuwen (2006)

1.8.1 Significado representacional

A construção do significado representacional está ligada à identificação e à descrição dos participantes da cena representada (pessoas, lugares ou coisas) no ato semiótico. Para tal, Kress e van Leeuwen (2006, p. 48) diferenciam os participantes representados na fala, escrita ou imagem (pessoas, lugares ou coisas, incluindo coisas abstratas) e participantes interativos, aqueles que participam do ato de comunicação (observadores /ouvintes /leitores) e interagem com os participantes representados. A construção desse tipo de significado pode ser estruturada narrativamente, quando um participante que executa uma ação (ator) em relação a outro (alvo, denominado meta).

Essa conexão é marcada por meio de um vetor, que, a depender do vetor e do número de participantes envolvidos, subdivide a estrutura narrativa em acional, reacional, mental e verbal. As narrativas acionais são caracterizadas por ações assinaladas visualmente. Essas ações se subdividem em estruturas transacionais, não transacionais e bidirecionais.

Nas estruturas narrativas transacionais, é possível perceber participante que executa a ação, denominado "ator", e o participante "alvo" do vetor, aquele que recebe a ação, denominado de "meta": o objetivo da mensagem. A estrutura narrativa não transacional ocorre quando apenas um participante que esboça uma ação, o ator, porém sem direcioná-la a nada ou ninguém. Na estrutura narrativa bidirecional, de

cada participante parte um vetor, uma ação, de modo que ambos são afetados, tornando-se simultaneamente ator e meta.

Nas estruturas narrativas reacionais, observamos a direção do olhar do participante, do qual parte o vetor; por isso, é a presença de traços humanos ou humanoides. Esse tipo de narrativa também pode ser transacional ou não transacional. No primeiro tipo,

o alvo do olhar do participante é localizado, reconhecido na composição visual. É preciso ter no mínimo dois participantes, em que um se denomina reator, aquele do qual parte o vetor pelo olhar, e um que se nomeia fenômeno, aquele em que(m) recai o vetor do olhar (VICENTINI, 2023, p. 82).

No segundo tipo, narrativa reacional não transacional, “o fenômeno não está presente na cena, ou seja, não se consegue identificar o alvo do olhar do reator, como em uma propagação visual” (VICENTINI, 2023, p. 82).

As estruturas narrativas verbais e mentais são caracterizadas, respectivamente, pela presença de balões de fala ou de pensamento. O participante que emite um enunciado (balão) é o dizente e o balão representa o enunciado, ao passo que participante que expressa um pensamento, também por meio de balão, é o experienciador do fenômeno (pensamento no balão).

Por não representarem ações, as estruturas conceituais não são caracterizadas pela postulação de vetores. Nessa concepção, os participantes são mais generalizados por meio de processos classificacional, analítico e simbólico. “O processo classificacional traz pessoas, lugares ou coisas diferentes numa imagem, separando-os simetricamente através da composição para ressaltar as semelhanças ou diferenças entre eles” (VICENTINI, 2023, p. 85), caracterizando a “classe” a que pertencem, ou a que se relacionam.

O processo analítico de construção do significado, em uma estrutura conceitual, ocorre por meio do estabelecimento de “uma relação entre os participantes da cena, apresentados com base em uma estrutura semiótica que implica, necessariamente, uma relação entre parte e todo” (VICENTINI, 2023, p. 85). Como aponta Vicentini (2023, p. 85), esse “recurso da GDV se assemelha ao conceito de metonímia”, evidenciando, assim, uma interseção entre as teorias cognitivas e a visão sociosemiótica da GVD.

Para finalizar os processos de construção de significado representacional, as estruturas conceituais simbólicas estão ligadas ao reconhecimento da identidade dos participantes, que podem ser atributivas ou sugestivas. Nos casos de estruturas conceituais atributivas, há, pelo menos, dois participantes:

um participante (portador) cujo significado ou identidade estará constituído na relação, e outro participante apresentará o significado ou a própria identidade (atributo simbólico), visualmente demonstrados por ângulos salientes e/ou associados a valores simbólicos. Já o sugestivo existe apenas um participante, o portador. Nesse caso, o processo de construção do significado ressalta a “disposição” ou “atmosfera” da imagem, formada por meio de foco, cores, realce do contorno ou da silhueta do participante representado (VICENTINI, 2023, p. 86).

Para ilustrar esse recurso, citamos as produções multimodais analisadas por Vicentini (2023, p. 87), nas Figuras 9 e 10.

Figura 9 – Processo simbólico atributivo



Fonte: Vicentini, 2023, p. 87.

Figura 10 – Processo simbólico sugestivo



Fonte: Vicentini, 2023, p. 87.

Nos termos de Vicentini (2023, p. 86), na Figura 9,

observa-se um processo simbólico atributivo. Identificamos dois migrantes, os portadores, segurando uma bandeira do estado de São Paulo, que é o atributo simbólico, que lhes conferem a identidade de ser paulista, além de transpassar um valor simbólico de pertencimento/acolhimento.

Ainda nos termos de Vicentini (2023, p. 86), na Figura 10, destaca-se “a atmosfera, através de uma etiqueta sobre a boca (parte do corpo que garante a possibilidade de emissão da palavra) demonstrando um processo simbólico sugestivo de opressão/silenciamento”.

1.8.2 Significado interativo

Ligado à “interação social entre os participantes representados na imagem e os participantes interativos, ou seja, observador/leitor dos textos” (VICENTINI, 2023, p. 88), na construção do significado interativo, a modalidade visual é estruturada para “convocar os observadores/leitores a uma interação e sugerir algumas atitudes, ações” (VICENTINI, 2023, p. 88). Essa a “interação” pode ocorrer por meio de um contato: “conceito que leva em conta a propagação visual, a linha do olhar do participante representado na imagem” (VICENTINI, 2023, p. 88).

Uma forma de contato, definida na GDV, é a demanda, que ocorre

quando o participante representado incide o olhar diretamente para o observador, estabelecendo um ‘contato visual’, uma relação (imaginária) com ele. A demanda representa uma interação com uma afinidade social entre os participantes do ato semiótico (VICENTINI, 2023, p. 88).

O contato também ocorre por meio de oferta. Nesse caso, não há direcionamento do olhar do participante representado ao observador, ficando aquele disponível como informação para este. Assim, participante representado apenas se *oferece* para contemplação do observador.

Outro parâmetro interativo é a distância social: “recurso que indica uma interação imaginária de maior ou menor proximidade social entre os participantes do ato semiótico” (VICENTINI, 2023, p. 89), dentro do espaço imagético simulado em diferentes planos (fechado, médio, aberto). No plano fechado, retratam-se a cabeça e

ombro do participante representado, como uma fotografia 3x4, criando uma intimidade entre os participantes; no plano médio, o retrato do participante representado é estendido até próximo ao joelho, conceituando uma distância tida como social; o plano aberto apresenta uma fotografia de todo o corpo do participante representado, “estabelecendo uma relação impessoal entre os participantes, um distanciamento” (VICENTINI, 2023, p. 89).

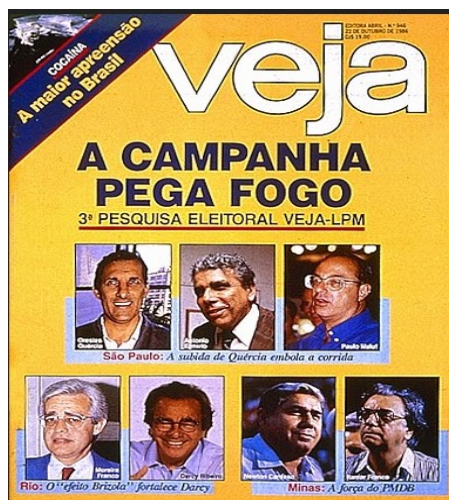
O recurso da distância social, segundo Vicentini (2023, p. 89) revela grande teor cultural do recurso, na medida em que algo pode ser familiar em uma cultura pode não o ser em outra(s). Esse aspecto cultural, ressaltado por Vicentini (2023) pode ser consubstanciado, por exemplo, no papel das fotografias 3x4 em nosso cotidiano, visto que são prototipicamente usados em documentos, o que poderia levar ao questionamento da relação de intimidade caracterizada GDV.

No entanto, mantivemos em nossa análise, tal relação porque o rosto na LC é metonimicamente tomado para caracterizar as pessoas. Sempre que nos lembramos de alguém, citado por um interlocutor, é o rosto que vem à nossa mente. Como ativar, trazer à mente, nos aproxima da pessoa lembrada, mantivemos fotos de rosto como um tipo de plano fechado em razão da conceptualização de INTIMIDADE como PROXIMIDADE (ESPACIAL, MENTAL OU CULTURAL).

A manutenção dos corpos retratados da cabeça ao tronco como plano médio, mesmo nos casos de exposição corporal maior, devido ao vestuário ou à ausência do mesmo, se pautou pela distância em termos de foco de mais aberto da imagem e ao fato de culturalmente os famosos serem tomados metonimicamente como um modelo a ser seguido com base em estereótipos socialmente cultuados. Portanto, uma relação menos íntima/próxima.

Nas Figuras 11 a 13, ilustramos os diferentes planos nas capas de revistas. Em 11, os políticos são representados em plano fechado com fotos da cabeça ao ombro. Em 12, temos um plano médio, já que a foto da atriz expõe seu tronco. Em 13, a imagem do urso aparece em plano aberto com corpo inteiro retratado.

Figura 11 – Plano fechado



Fonte: Revista Veja 1986

Figura 12 – Plano médio



Fonte: Revista Capricho²⁹

Figura 13 – Plano aberto



Fonte: Revista Veja, São Paulo, 15 abr. 2015.

O significado interativo envolve, ainda, a construção de perspectiva, a partir do “modo como os participantes representados são retratados pelo produtor da imagem” (VICENTINI, 2023, p. 91), criando um ponto de vista sobre os participantes representados horizontal e/ou verticalmente, de modo a revelar atitudes subjetivas ou

²⁹ Fonte: <http://ego.globo.com/famosos/noticia/2012/01/bruna-marquezine-aparece-de-biquini-em-capa-de-revista-teen.html>

objetivas. Em termos de ângulo horizontal, o participante representado está sendo retratado num ângulo frontal, estabelecendo a interação de intimidade, ou oblíquo promovendo imparcialidade.

Os ângulos de observação vertical estão ligados ao posicionamento da câmera fotográfica, constituindo relações de poder, conforme o ângulo esteja alto, ao nível dos olhos, ou baixo. No ângulo alto, a câmera fotográfica está elevada, causando “a sensação de que o participante interativo está num plano mais elevado que o do participante representado” (VICENTINI, 2023, p. 93), conferindo poder ao observador em relação ao participante representado. O ângulo ao nível dos olhos expressa uma igualdade entre os participantes representado e interativo. No ângulo baixo, “quando a câmera fotográfica estaria abaixada, a impressão é que o participante representado está num plano mais elevado que o observador” (VICENTINI, 2023, p. 93), expressando poder do participante representado sobre o participante interativo.

A diferença entre atitudes objetivas e subjetivas com que tais planos podem ser usados na construção de uma perspectiva, também está ligada às imagens científicas e técnicas na expressão de atitudes objetivas, em oposição a imagens artísticas na revelação de atitude subjetiva.

1.8.3 Significado composicional

A última categoria de recursos da GDV, a do significado composicional, que diz respeito à “forma como os elementos representacionais e interativos se relacionam entre si, a forma como são integrados num todo significativo”³⁰ (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 176). Essa composição ocorre com base nos seguintes recursos: valor informativo, enquadramento, saliência e modalidade³¹.

O valor informativo está ligado à posição dos elementos na produção visual ou multimodal (esquerda-direita, superior-inferior, centro-margem). Em culturas com

³⁰ No original: [...] *the composition of the whole, the way in which the representational and interactive elements are made to relate to each other, the way they are integrated into a meaningful whole.*

³¹ Apesar de Kress e Van Leeuwen (2006) tratarem da modalidade como um recurso à parte, adotamos a abordagem de Vicentini e Carmo (2010), que incluem esse recurso entre os significados composicionais, porque se relacionam à disposição de elementos e participantes no texto.

leitura da esquerda para direita, como a nossa, ao separar uma composição pelo eixo vertical, os elementos mantidos à esquerda seriam “dados”, familiares ao observador/participante interativo, uma informação conhecida, ao passo que à direita figurariam os elementos “novos”, algo relevante a se deve prestar mais atenção.

Se a divisão da composição ocorrer a partir do eixo horizontal, seus elementos serão distribuídos nas partes superior e inferior. Assim, os elementos da parte superior seriam representativos do “ideal”, das informações destacadas e relevantes da composição, enquanto os elementos da parte inferior representariam o “real”, a realidade a ser mudada; logo uma informação mais conhecida ou familiar. Os elementos centrais, por sua vez, são nucleares em termos informacionais, em relação aos elementos situados à margem desse núcleo, seriam subordinados à informação central.

O recurso do enquadramento está relacionado à presença ou ausência de elementos que criam linhas divisórias, ou de linhas de enquadramento reais, na composição.

A conexão ocorre quando os elementos conectados representam uma coerência na informação, por exemplo, através das semelhanças e rimas de formas ou cores e pela ausência de espaços vazios entre os componentes. Do mesmo modo, a desconexão pressupõe uma unidade separada de informação, podendo ser criada através de linhas de enquadramento (finas ou grossas), espaços vazios entre os elementos, por contraste de formas ou cores (VICENTINI, 2023, p. 98).

O recurso da saliência é gerado por elementos, como participantes e/ou sintagmas representacionais e interativos, que atraem a atenção do observador. Tal recurso ocorre por meio de diversos aspectos visuais e textuais, como “contrastes de cores, tamanho dos elementos, luminosidade, letras em caixa alta, dentre outros” (VICENTINI, 2023, p. 98). Na Figura 14, podemos observar esse conceito na parte textual “Diabetes” “Ele vai pegar você?”, devido ao destaque tanto na cor escolhida (amarelo para o termo diabetes) como também no formato e tamanho das letras, sendo diferenciados dos demais.

Figura 14 – Recurso da saliência



Fonte: Revista Época

A modalidade é um recurso que concerne ao “valor de verdade ou credibilidade” dos atos semióticos “sobre o mundo” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 155). Esse valor verdade surge conforme os elementos sejam apresentados em termos naturalísticos, abstratos ou tecnológicos. A modalidade naturalista está ligada a traços próximos à “realidade”; a abstrata é composta de traços menos específicos; a tecnológica é composta elementos técnicos, como gráficos, diagramas e outros. As Figuras 15 a 17 ilustram uma modalidade naturalista nas fotos dos políticos, da atriz e do urso. Já brigadeiro como isca no anzol da Figura 14 pode ser interpretado uma modalidade abstrata, evidenciando os males que a ingestão de doces pode causar à saúde.

Segundo Kress e van Leeuwen (2006, p. 154-155),

[u]ma teoria semiótica social da verdade não pode pretender estabelecer a verdade absoluta ou a inverdade das representações. Ela só pode mostrar se uma dada ‘proposição’ (visual, verbal ou de outra forma) é representada como verdadeira ou não. Do ponto de vista da semiótica social, a verdade é uma construção da semiose e, como tal, a verdade de um grupo social específico surge dos valores e crenças desse grupo (tradução nossa³²).

Nessa concepção, a modalidade “é ‘interpessoal’ em vez de ‘ideacional’”. Não expressa verdades ou falsidades absolutas, mas produz verdades compartilhadas,

³² No original: *A social semiotic theory of truth cannot claim to establish the absolute truth or untruth of representations. It can only show whether a given ‘proposition’ (visual, verbal or otherwise) is represented as true or not. From the point of view of social semiotics, truth is a construct of semiosis, and as such the truth of a particular social group arises from the values and beliefs of that group.*

alinhando leitores ou ouvintes com algumas declarações e distanciando-os de outras”³³ (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 155). Ao propor oito marcadores de modalidade, os autores os apresentam em gradação, porque recursos visuais “podem representar pessoas, lugares e coisas como se fossem reais, como se realmente existissem dessa forma, ou como se não existissem – como se fossem imaginações, fantasias, caricaturas, etc.”³⁴ (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 156).

Citamos aqui apenas as definições desses marcadores, a fim de demonstrar a relação entre a modalidade e outros recursos resumidos até aqui, como saliência e enquadramento, por exemplo.

- (1) Saturação de cor, uma escala que vai desde a saturação total da cor até à ausência de cor; isto é, para preto e branco.
- (2) Diferenciação de cores, uma escala que abrange uma gama de cores maximamente diversificada para monocromático.
- (3) Modulação de cores, uma escala que vai de cores totalmente moduladas, com, por exemplo, o uso de muitos tons diferentes de vermelho, até cores lisas e não moduladas.
- (4) Contextualização, uma escala que vai da ausência de antecedentes até aos antecedentes mais plenamente articulados e detalhados.
- (5) Representação, uma escala que vai da abstração máxima à representação máxima do detalhe pictórico.
- (6) Profundidade, uma escala que vai da ausência de profundidade até a perspectiva maximamente profunda.
- (7) Iluminação, escala que vai da representação mais plena do jogo de luz e sombra até à sua ausência.
- (8) Brilho, uma escala que vai de um número máximo de diferentes graus de brilho até apenas dois graus: preto e branco, ou cinza escuro e cinza mais claro, ou dois valores de brilho da mesma cor (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 160-163, tradução nossa³⁵).

³³ No original: [...] *that modality is ‘interpersonal’ rather than ‘ideational’. It does not express absolute truths or falsehoods; it produces shared truths aligning readers or listeners with some statements and distancing them from others.*

³⁴ No original: *Visuals can represent people, places and things as though they are real, as though they actually exist in this way, or as though they do not – as though they are imaginings, fantasies, caricatures, etc.*

³⁵ No original: (1) *Colour saturation, a scale running from full colour saturation to the absence of colour; that is, to black and white.* (2) *Colour differentiation, a scale running from a maximally diversified range of colours to monochrome.* (3) *Colour modulation, a scale running from fully modulated colour, with, for example, the use of many different shades of red, to plain, unmodulated colour.* (4) *Contextualization, a scale running from the absence of background to the most fully articulated and detailed background.* (5) *Representation, a scale running from maximum abstraction to maximum representation of pictorial detail.* (6) *Depth, a scale running from the absence of depth to maximally deep perspective.* (7) *Depth, a scale running from the absence of depth to maximally deep perspective.* (8) *Depth, a scale running from the absence of depth to maximally deep perspective.* (7) *Illumination, a scale running from the fullest representation of the play of light and shade to its absence.* (8) *Brightness, a scale running from a maximum number of different degrees of brightness to just two degrees: black and white, or dark grey and lighter grey, or two brightness values of the same colour.*

Ressaltamos que os recursos da GDV não são estanques. Podem coocorrer de forma combinada e em um gradiente.

Resumidos os fundamentos da análise, passaremos, no próximo capítulo, aos estudos sobre o verbo *pegar*.

2 ESTUDOS SOBRE O VERBO *PEGAR*

Estudiosos como Rodrigues (2004, 2006), Sigiliano (2006, 2008), Leite (2011) e Silva (2016) analisaram o verbo *pegar*. Rodrigues (2004, 2006) apresenta uma visão funcionalista analisando enunciados como “eu peguei e sai”, além do verbo *pegar* a autora também trabalha com outros verbos como “ir” e “chegar”, olhando para os processos de integração de cláusulas. Dentre esses, os estudos de Sigiliano (2006, 2008) merece destaque por se tratar de uma análise cognitivista, corrente teórica que compactua com nosso embasamento científico.

Sigiliano (2008), trabalha com o aspecto semântico do verbo *pegar* e mostra como as noções de MOVIMENTO e MUDANÇA são atuantes nas construções com esse verbo. Através da análise dos dados da fala mineira (audiência do Procon de Juiz de Fora), a autora comprova uma rede de significados através de seis esquemas orientados pelo esquema imagético CONTÊINER. Segundo a autora, são os seguintes (2008, p. 246-250):

- *Esquema 1: “peguei sanfona”*; temos um sujeito “eu” (A) que realiza um movimento em relação à sanfona (B). Ao alcançar a sanfona (B), o sujeito (A) movimenta o seu corpo em direção a esse objeto e o aproxima de seu corpo. Dessa forma, o sujeito inclui a sanfona em seu *contêiner* abstrato, que é representado pela ideia de trazer a sanfona para perto de seu corpo.
- *Esquema 2: “já vou pegar outra firma”* A “escolhe” B e o encaminha para um *contêiner* determinado. O constituinte e sujeito “eu” (A) demonstra querer escolher outra firma (B) para realizar o serviço.
- *Esquema 3: “pego fogo” e “pegá (gripe)”*. O fogo e a gripe (constituintes (B)) realizam um movimento até os elementos representados pelo constituinte (A) – “madeira”, em (10) e “eu”, em (11) – e se inserem no contêiner dos mesmos. Assim, o fogo se insere no contêiner da madeira, queimando-a; e a gripe se insere no contêiner do ser humano, o corpo humano.
- *Esquema 4: “pegava lá no Gerardo de Parma...”* “ia *pegá* um caminhão ali naquele Gerardo de Parma”. O constituinte (A) se movimenta até (B) e se insere no contêiner do mesmo. Nesse caso, “nóis” (A) movimenta-se até o caminhão (B) que se encontra no “Gerardo de Parma” e se insere nele.
- *Esquema 5: “eu te pego de carro”*. O “eu” (A) se movimenta até “te”, o falante (B), e o insere no contêiner em que estava A – o contêiner do carro.
- *Esquema 6: “o Vasco pega outro Rubro-Negro hoje: o Atlético-PR”*. O Vasco (A) se direciona para o local de encontro com o Atlético (B) e vice-versa, a fim de se enfrentarem no campo que é o contêiner “englobador” de A e B.

Podemos notar que Sigiliano trabalha com a noção do CONTÊINER em todos os

seus seis esquemas, em Secundino (2018) trabalhamos com a transformação dos esquemas imagéticos para explicar os diferentes grupos de sentido.

Leite (2011) trabalha com o *pegar* lexical, aspectual e discursivo no tempo verbal pretérito perfeito (primeira e segunda pessoa do singular- peguei, pegou) através da escita informal encontrada em sites de relacionamentos como *Orkut* e *Twitter*. A partir de vinte e cinco ocorrências de cada uso, o *pegar* discursivo é o mais frequente (72%), seguido pelo *pegar* lexical (56%) e por último o *pegar* aspectual (32%). A autora destaca a noção de MOVIMENTO como atuante nas construções com o verbo *pegar*.

Silva (2016) analisa as construções idiomáticas com o verbo *pegar* através do *corpus* da Fala Goiana, os dados foram gravados e transcritos pelo Grupo de Estudos Funcionalistas da UFG. Silva (2016) analisa contruções como “pegar com Deus”, a idiomaticidade da expressão é constatada quando conseguimos substituí-la por elemento semelhantes, assim como “pegando com Jesus”, “pegando com Virgem Maria”. Já “segurando com Deus” ou mesmo “agarrando com Deus” não apresenta igual produtividade. Ou seja, o verbo *pegar* não demonstra flexibilidade, o que prova que o verbo sofreu mutações de sentido.

Secundino (2018), apesar de não ter trabalhado com as construções idiomáticas, observou ocorrências em exemplos como *pegar com Deus* “...e a gente tem que se *pegar* com Deus...cada vez mais” (fala, relato de opinião) e *pegar no pé* “acho que eles não deveriam assim *pegar* muito no pé dos alunos sem saber da vida deles...” (*Corpus D&G Rio de Janeiro 2*, fala, relato de opinião).

Diante do exposto, percebemos que poucos foram os estudos que investigaram a rede polissêmica do verbo *pegar* à luz da Linguística Cognitiva (Sigiliano, 2008; Leite, 2011; Silva, 2016). Tal fato fez com que motivasse a pesquisa de mestrado (SECUNDINO, 2018) sobre as multissignificações do verbo *pegar* partindo de dados do *corpus* D&G do Rio de Janeiro a partir do esquema imagético básico e das subsequentes transformações que posteriormente verificamos que resultam em mudança de FOCO (SECUNDINO; SALIÉS, 2023).

Secundino (2018) contemplou dados tanto da língua falada quanto da língua escrita dos *corpora* do D&G – Discurso e Gramática. Na seção seguinte, mostramos de forma sumarizada os resultados obtidos no *corpus* D&G em duas tabelas, mostrando exemplos de cada caso, além de trazer novas reflexões sobre os resultados obtidos a partir da reanálise feita em 2023 (SECUNDINO; SALIÉS, 2023).

A fim de dar novos desdobramentos ao estudo sobre a polissemia do verbo *pegar* até então investigado, pesquisamos nosso objeto de estudo em textos multimodais, nas revistas, e complementamos a análise dos sentidos através de vias teóricas ainda não utilizadas por nenhum dos autores descritos. Pretendemos explorar os sentidos do verbo *pegar* através da mesclagem conceptual e explorar as imagens através do recurso da Gramática do Design Visual (2001, 2006), mas antes de apresentarmos essa nova proposta, cabe retornar ao estudo de Secundino (2018) a fim de relembrar o caminho teórico e metodológico até então utilizado para desvendar os sentidos envolvidos nos usos desse verbo.

- **Revisitando o *corpus* D&G**

O *corpus* D&G (Discurso e Gramática) encontra-se disponível *online* pelo site <http://www.discursoegramatica.letras.ufrj.br/>. Tal *corpus* é composto por dados de uso de linguístico de 5 cidades (Rio de Janeiro, Niterói, Rio Grande, Juiz de Fora e Natal) e apresenta as modalidades escrita e oral da língua, além de diversidade na faixa etária, escolaridade e sexo dos participantes. Os dados foram gerados na década de 90 e os tipos textuais encontrados são narrativa de experiência pessoal, narrativa recontada, descrição de local, relato de procedimento e relato de opinião.

A cidade selecionada para análise dos dados foi o Rio de Janeiro. Em um total de 147.802 palavras, 413 casos com o verbo *pegar* foram encontrados e analisados qualitativamente em Secundino (2018), agrupando os resultados obtidos em 6 grupos de sentidos.

Secundino e Saliés (2023) sumariza os usos do verbo *pegar* encontrados no *corpus* D&G do Rio de Janeiro, tendo como base os esquemas imagéticos, suas transformações e os padrões inferenciais, tais usos são sumarizados na Tabela 1, “o uso prototípico que motiva as subcategorias é o *pegar objetos* que estrutura sentidos distintos ao metaforizar o esquema básico OBJETO” (Secundino e Saliés, 2023, p. 28). De acordo com Secundino e Saliés (2023) “o esquema age como domínio-fonte para a conceptualização de entidades tangíveis e manipuláveis pelas partes do corpo humano” (p. 28). As entidades podem tanto ser animadas (humanas ou animais) como podem ser entidades nocionais.

Tabela 1 – Sentidos do verbo *pegar* no *corpus* D&G Rio de Janeiro: mecanismos cognitivos

N=413		
Sentidos	Mecanismos cognitivos	N
1. <i>Pegar objetos</i>	MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-FORÇA-CONTÊINER TRAJETOR É CONTÊINER	274
2. <i>Pegar seres animados</i>	OBJETO, MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-FORÇA, (CONTÊINER) TRAJETOR É CONTÊINER E/OU MARCO É CONTÊINER SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS	65
3. <i>Pegar meios de transporte</i>	MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-FORÇA, CONTÊINER MARCO / MEIOS DE TRANSPORTE SÃO CONTÊINERES TRAJETOR É OBJETO	33
4. <i>Pegar discursivo</i>	OBJETO, MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CAUSA-EFEITO V1 (verbo <i>pegar</i>) + V2 (verbo de ação ou descendi) EVENTO É OBJETO DISCURSO É TRAJETÓRIA / DESFECHO É LOCAL	31
5. <i>Pegar ideias</i>	MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-FORÇA, CONTÊINER TRAJETOR É CONTÊINER IDEIAS SÃO OBJETOS	7
6. <i>Pegar orientacional</i>	MOVIMENTO-TRAJETÓRIA TRAJETÓRIA É ORIENTAÇÃO DE DIREÇÃO LOCAIS SÃO OBJETOS	3

Fonte: SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 28.

Secundino e Saliés (2023) concluem que os seis grupos de sentidos encontrados foram motivados pelo esquema OBJETO. Os esquemas de MOVIMENTO-TRAJETÓRIA estão presentes em todas as ocorrências.

Em sua maioria (grupos 1, 2b-d, 3, 5), há também transformação do esquema imagético TRAJETÓRIA em CONTATO-FORÇA, CONTÊINER, como é o caso do sentido prototípico (*pegar objetos*) e do *pegar ideias* em que o TRAJETOR se transforma em CONTÊINER (a cabeça do sujeito discursivo). No caso do *pegar meios de transporte*, a lógica dos esquemas envolvidos é invertida, pois é o MARCO que se transforma em CONTÊINER. No que tange a essa lógica, cabe-nos sublinhar que tanto no *pegar com força violenta* quanto no *pegar relações amorosas* ambos TRAJETOR e o MARCO são CONTÊINERES, já que ambos os corpos se movem e se aproximam um do outro. Já o *pegar discursivo* implica deslocamento no discurso e relações de CAUSA-EFEITO na narrativa, fazendo do desfecho o ponto de chegada (OBJETO por LOCAL de chegada). Tais transformações são responsáveis por mudanças no foco de atenção e, conseqüentemente, na significação do verbo (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 29-30)

A Tabela 2 sumariza os aspectos discursivos e contextuais envolvidos nos usos do verbo *pegar*.

Tabela 2 – Sentidos do verbo *pegar* no *corpus* D&G Rio de Janeiro: aspectos discursivos e contextuais

Sentidos	Aspectos discursivos e contextuais	Foco de atenção
1. <i>Pegar objetos</i>	Relações poder/posse Inferências contextuais e socioculturais	CONTÊINER
2. <i>Pegar seres animados</i>	2a Relações de poder / conhecimento compartilhado Inferências contextuais / pressuposições	EFEITO da AÇÃO
	2b Situação discursiva	CONTÊINER
	2c Inferências contextuais Conhecimento sociocultural Efeitos pragmáticos	PROPÓSITO
	2d Conhecimento sociocultural Inferências contextuais	AÇÃO
3. <i>Pegar meios de transporte</i>	Contexto social / experiência cotidiana Conhecimento compartilhado	CONTÊINER
4. <i>Pegar discursivo</i>	Gênero (narrativa) / desfecho narrativo	MARCO
5. <i>Pegar ideias</i>	Gênero (relato de opinião) – conjecturas Inferência contextual Situação discursiva	PERSPECTIVA IDEIA
6. <i>Pegar orientacional</i>	Contexto social / experiência cotidiana Inferências contextuais	DIREÇÃO

Fonte: SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 30.

Portanto, para além da metaforização de OBJETO, Secundino e Saliés (2023) afirmam que há mapeamentos metafóricos e metonímicos motivados pelo contexto social e discursivo. O grupo (2), por exemplo, é estruturado pela metáfora conceptual SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS, esse grupo apresenta quatro subgrupos. A diferença dos subgrupos de sentidos ocorre pela situação e contexto discursivo.

Metonimicamente, as partes do corpo humano (mãos, braços, mente) funcionam com TRAJETORES, CONTÊINERES e MARCOS em uma relação que reafirma a corporificação da mente (Johnson, 2007) na significação. Outras como CONTROLADOR POR CONTROLADO, OBJETO POR LOCAL de chegada,

CONTATO CORPORAL POR AGRESSÃO, CONTATO CORPORAL POR RELAÇÕES SEXUAIS, iluminam o papel do contexto. Esses processos cognitivos atuam em conjunto com pistas discursivas e contextuais que evocam domínios específicos, por exemplo, o de agressão e de relações amorosas, acessíveis pelo nosso conhecimento de mundo via gatilhos linguístico-discursivos presentes no contexto e situação discursiva (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 30).

Além disso, cabe ainda salientar as principais formas do verbo *pegar* encontradas no *corpus* D&G, representadas na tabela 3. Em um total de 413 ocorrências, a forma *pega* (presente do indicativo; 3p. sg.) e a forma *pegou* (pretérito imperfeito do indicativo; 3p.sg.) foram as mais frequentes, seguidas por *pegar* (infinitivo), *pego* (presente do indicativo, 1psg.) e *peguei* (pretérito imperfeito do indicativo, 1p.sg.), conforme a Tabela 3.

Tabela 3 – Principais ocorrências de *pegar* no *corpus* D&G

Formas	Frequência
Pega	127
Pegar	81
Pegou	78
Pego	48
Peguei	26

Fonte: Secundino e Salies, 2023, adaptado de SECUNDINO, 2018, p. 55-58.

No que tange ao aspecto verbal³⁶, as formas mais recorrentes de *pegar* são as que sinalizam repetição de processo (iteração). Os entrevistados relatavam, geralmente, algum procedimento (por exemplo: uma receita culinária), eles se referiam ao preparo de algum prato, portanto, o uso da forma ‘pega’ relaciona-se ao gênero textual. Já a segunda forma (‘pegou’) ocorreu com alta frequência na narrativa recontada, os entrevistados se recordavam de alguma história marcante e reproduziam a história, geralmente em terceira pessoa.

Posto isso, exemplificaremos cada caso encontrado. No excerto 1, temos o exemplo do grupo 1 (*pegar objetos*), um relato de experiência em sala de aula. Os

³⁶ Aspecto é uma categoria verbal de TEMPO, não dêitica, através da qual se marca a duração da situação e/ou suas fases, sendo que estas podem ser consideradas sob diferentes pontos de vista, a saber: o do desenvolvimento, o do completamento e o da realização da situação (TRAVAGLIA, 1985, p. 53).

esquemas imagéticos MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-CONTÊNER, FORÇA estruturam a construção do sentido, ganhando proeminência o esquema de CONTÊNER, nesta acepção de *pegar*.

Excerto 1: Pegar um objeto (274 ocorrências)

Ele *pegou* a caneta e deu uma espetada no [praço]³⁷ do garoto que estava sentado na minha frente, e jogou a caneta no meu colo.

(*Corpus D&G* Rio de Janeiro, escrita, narrativa de experiência pessoal).

Nesse contexto, a caneta é o alvo, fonte de interesse do deslocamento das mãos até o MARCO que é o objeto, estabelecendo CONTATO com o alvo e consequentemente se transformando em CONTÊNER com o uso de FORÇA para controlá-lo.

Ou seja, as mãos do TRAJETOR metonimicamente o representam (PARTE-TODO), assim como representam o poder de controle que ele exerce sobre o objeto (CONTROLADOR-CONTROLADO). O foco recai sobre o ato de conter o OBJETO, alvo do interesse do deslocamento. Dentre os atributos desse OBJETO, encontram-se *ser percebido via visão e/ou tato, ser inanimado, manipulável pelas mãos, passível de ser deslocado e ocupar um lugar no espaço* (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p.15)

Secundino e Saliés (2023) destacam que o TRAJETOR só se desloca porque tem interesse no alvo, no caso o OBJETO. O interesse decorre de questões contextuais (Kövecses, 2020), iluminadas pelo discurso. Johnson (1987), Lakoff e Turner (1989) e Lakoff (1993) já haviam sublinhado o papel do esquema OBJETO como o precursor de outros.

O grupo 1 (pegar objetos - 274 ocorrências) foi o mais frequente:

Segundo Lakoff, temos detectores de movimento e localização de objetos no espaço, visando sua manipulação e subsequente conceptualização da estrutura interna de eventos em termos de MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-CONTÊNER. Os casos de *pegar objetos* (grupo 1) recrutam essa lógica, pois é o sentido mais frequente (274 ocorrências), constituindo-se naquele que emerge como o mais central e que servirá de âncora para inferências e generalizações sobre a categoria, sendo o *pegar prototípico* (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 17).

³⁷ Todos os elementos com colchete [] servem para representar que tais desvios ortográficos ou gramaticais foram retirados de forma fidedigna do *corpus* D&G e está presente nas narrativas dos entrevistados.

Logo em seguida, temos o grupo 2 (*pegar seres animados* - 65 ocorrências). Trata-se de um grupo de sentidos licenciado por duas metáforas: PESSOAS SÃO OBJETOS e ANIMAIS SÃO OBJETOS ou simplesmente SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS. Nesse grupo 2, outros subgrupos surgiram, por isso a divisão de (2a), (2b), (2c) e (2d).

Excerto 2: *pegar seres animados* (65 ocorrências)

“Certo dia uma amiga minha *pegou* sua irmã e foi fazer umas compras na Tijuca...o homem em voz baixa chamou a sua atenção, mostrou-lhe uma pequena arma e disse para ela passar para ele o dinheiro, relógio e pulseira...”

(*Corpus D&G* Rio de Janeiro, escrita, narrativa recontada).

Secundino e Saliés (2023) afirmam que “os exemplos do grupo 2 (*pegar seres animados*) têm sua origem nas cenas espaciais do grupo 1 (*pegar objetos*), com as quais estabelecemos conexões à luz de nossa experiência socioculturalmente situada”(p.17). O grupo de sentido 2 (*pegar seres animados*) são licenciados pela metáfora conceptual SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS, a diferença para o grupo 1 é que o MARCO é um ser animado, a transformação CONTATO-FORÇA, CONTÊINER envolve parâmetros situacionais. Tal grupo apresenta diferenciação nos efeitos do grau da FORÇA, em cenas que envolvem contextos de briga, acidente, prisão de bandidos ou mesmo captura. Secundino e Saliés (2023) observam que há efeitos de prototipicidade dentro do próprio grupo, fazendo com que fosse subgrupado em quatro (2a, 2b, 2c e 2d), levando em consideração a frequência, os contextos e os parâmetros envolvidos.

Em (2a) temos as ocorrências de *pegar* em *cenar de briga*, *contexto de acidente* (30 ocorrências) e constituem a maioria do grupo (2a). Nesse subgrupo, são recorrentes o uso de *pegar* na acepção de agressão/ violência.

Excerto (2a): *pegar* em *cenar de briga* (30 ocorrências)

“um monte de moleque para *pegar* ele... *pegaram* e o machucaram” (narrativa recontada, escrita)

“aí os garotos mandaram ele nunca mais subir lá...porque senão eles iam *pegar* ele...naporrada...” (narrativa recontada, fala)

Já no subgrupo (2b) fica clara a intencionalidade do agente em ajudar/socorrer.

Excerto (2b): *pegar seres animados visando ajudar* (24 ocorrências)

“...e teve um dia lá que eu *peguei* um passarinho... um filhotinho...né? Ele estava com ferida no bico...né? Acho que acertaram alguma pedra... aí a gente eu *peguei* ele...cuidei dele...” (fala, narrativa recontada).

Em (2c), temos as ocorrências de *pegar seres animados com foco no propósito* (7 ocorrências), como segue o excerto abaixo:

Excerto (2c): pegar seres animados com foco no propósito (7 ocorrências)

o pai dela acha que ela *pegou* no [ofanato] para [quirar] (escrita, narrativa recontada)

Certo dia uma amiga minha *pegou* sua irmã e foi fazer umas compras na Tijuca... (escrita, narrativa recontada)

Secundino e Saliés (2023) explicam que neste grupo de sentido (2c):

O CONTATO entre o TRAJETOR e o MARCO é causado por outros eventos (CAUSAS SÃO FORÇAS) e gera efeitos pragmáticos como cumprir uma missão profissional, social ou moral. Nele, incluímos usos de *pegar* em colocações lexicais tais como “...a empresa mandou que...me pegassem...levassem pra uma delegacia”, “...aí ela *pegou* ele e levou pra terra...”. O MARCO ou entidade localizada (OBJETO) é retirado de um CONTÊINER (a casa, o orfanato, o mar) para ser deslocado até outro CONTÊINER (a delegacia, a casa do narrador, a areia da praia), visando outra ação ou objetivo. Ou seja, aqui a objetificação do MARCO motiva dois cursos de MOVIMENTO-TRAJETÓRIA-CONTATO-CONTÊINER que se sobrepõem, dando proeminência ao propósito da ação de *pegar* e não à ação de *pegar* em si, que compõe a estrutura decausalidade (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p.20)

Excerto (2d): pegar com a conotação de relação amorosa (4 ocorrências)

aí uma garota falou que vai bater ne::la por causa do mari/ porque ela quer *pegar* o pai dela...está *pegando* o pai...quase que mata a garota ((riso)) foi a maior confusão... (fala, narrativa recontada)

Todas as ocorrências do verbo *pegar* que coisificam a pessoa foram agrupadas como *pegar seres animados* e incluem tanto a acepção de pegar uma pessoa em contato físico (sexual), como também de oferecer uma carona, além de contato com exercício de força, com acepção de bater, prender, capturar, por isso foram subgrupados.

Secundino e Saliés (2023) concluem que as acepções no grupo 2 (*pegar seres animados*) incluem o CONTATO com uso de FORÇA a fim de controlar o alvo (bater, agredir, ferir); o CONTATO com objetivo de cuidar do alvo (cuidar, socorrer); além do deslocamento até o alvo com o objetivo de ajudar e por fim, o contato físico (sexual).

Logo após, temos o grupo 3 (*pegar meios de transporte*) -- “ele *pegou* um ônibus cheio” como ilustrado no excerto 3. São ocorrências estruturadas pelos esquemas imagéticos MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, CONTATO-FORÇA. O esquema imagético CONTÊINER ganha um destaque especial neste grupo, aqui os seres humanos que são contidos “O MARCO então se transforma em CONTÊINER e o corpo do sujeito discursivo (o TRAJETOR) passa a ser a coisa contida.” (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 23)

Excerto 3: pegar meios de transporte (33 ocorrências)

“...ele *pegou* um ônibus cheio...né? aí no momento que ele ia soltar do ônibus... tinha uma se/uma senhora não...uma...mulher que devia...que devia ter uns trinta e poucos anos assim... eledisse...né?” (*Corpus D&G* Rio de Janeiro, fala, narrativa recontada).

Os casos presentes nesse grupo são licenciados pela metáfora primária MEIOS DE TRANSPORTE SÃO CONTÊINERES, tendo em vista que o sujeito discursivo se move em direção a um meio de transporte, seja um ônibus, barca, carro, trem, entre outros e nele se inseri. Diferente de um brinquedo, o meio de transporte é um objeto que não conseguimos carregar pelas mãos.

O grupo 4 (*pegar discursivo*) geralmente presente em relatos escritos e orais de experiências pessoais evoca uma estrutura de EVENTO. No excerto 4, o pai da narradora é um taxista, logo o primeiro registro do verbo *pegar* significa oferecer seu serviço de locomoção a um passageiro.

Excerto 4: pegar discursivo (31 ocorrências)

Meu pai num dia *pegou* um passageiro no aterro e o moço contou a ele que tinha sido assaltado no ônibus e que os assaltantes levaram o salário dele todo, pois ele tinha acabado de receber obrigaram a ele a saltar do ônibus, ele então pediu meu pai que ultrapassa-se o ônibus, quando o meu pai conseguiu ultrapassar o ônibus ele queria que meu pai solta-se do carro e oajuda-se a *pegar* os ladrões, meu pai disse que não ia e ele começou a receber santo dentro do carro, com isso meu pai deu-lhe um tapa e ele caiu para fora do carro, então meu pai *pegou* foi embora com o carro. (escrita, relato de experiência)

Já o segundo registro do verbo *pegar*, “pegar os ladrões”, instancia o sentido de (pegar seres animados com força violenta). Há um MOVIMENTO até um MARCO com o qual o TRAJETOR estabelece CONTATO e o contém à FORÇA. O terceiro registro do verbo

pegar foi a construção “pegou e foi” que chamamos como “pegar discursivo”. Tal uso, como já apontado por Secundino (2018) é muito comum na oralidade, mas tal uso foi verificado também em texto escrito. A construção “pegar +(e) + verbo2” é responsável por movimentar o próprio discurso e tem como objetivo destacar o assunto posteriormente introduzido para o interlocutor focar na informação nova.

O grupo 5 (*pegar ideias*) é licenciado pela metáfora conceptual IDEIAS SÃO OBJETOS. Diferente dos outros grupos, o CONTATO do TRAJETOR com o MARCO acontece no plano nocional, ou seja, no plano das ideias.

Excerto 5: *pegar ideias (pegar hipotético/ fictício)*, 7 ocorrências

pegar ideias ...querem dar projetos revolucionários para educação num país que eu acho que podia *pegar* um prédio velho...reformatar e manter... (relato de experiência, fala)

Um programa de computador é semelhante ao alfabeto no qual *pegamos* várias letras e formamos uma palavra. (relato de procedimento, escrita)

Eu gosto de botar bastante quantidade...eu gosto de ver aquilo encorpado...de você *pegar* nãoé aquele caldo ralo não... (relato de procedimento, fala)

Dessa forma, Secundino e Saliés (2023) observam e concluem que “os narradores conceptualizam as ideias como coisas materiais, passíveis de serem pegadas” (p.26). Os sujeitos discursivos deslocam-se até as ideias e estabelecem CONTATO com elas, mentalmente.

A relação corpórea (CONTATO) do sujeito com a meta (a ideia) é mediada por sua mente (o CONTÊINER). O ato de *pegar* algo só acontece no plano das ideias (CONTATO transforma-se em CONTÊINER com a FORÇA mental). Esse grupo oferece uma percepção subjetiva, conforme destaca Secundino e Saliés (2023).

O grupo 6 (*pegar orientacional*) são estruturados pela metáfora conceptual DESTINOS SÃO OBJETOS. Há um MOVIMENTO-TRAJETÓRIA, seguimos uma direção com o objetivo de chegar a um destino, seja uma passagem na estrada ou qualquer região delimitada no espaço físico.

Excerto 6: *pegar orientacional (3 ocorrências)*

A gente saiu correndo, *pegamos* a passagem errada e tivemos que descer por um matagal atéconseguir voltar para o túnel. Ao chegar de novo ao carro, o reboque já tinha chegado e rapidamente o carro foi rebocado (relato de experiência, escrita)

...em vez de *pegar* pra dentro do túnel a gente *pegou* como se estivesse indo pro outro lado...(relato de experiência, fala)

Secundino e Saliés (2023) observam no segundo excerto que “é nossa experiência social com cenas semelhantes que nos permite interpretar a situação, pois o MCI de caminho é implicado na situação discursiva” (p.27). Dessa maneira, “pegar para dentro do túnel” pode ser interpretado como “pegar a estrada”.

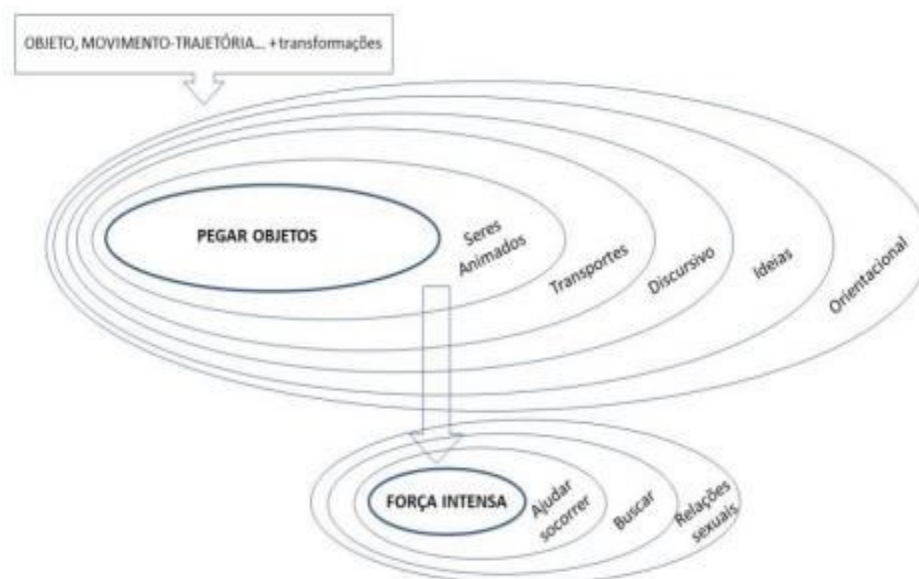
Tendo como base os esquemas imagéticos e suas transformações, os usos de *pegar* encontrados no *corpus* D&G Rio de Janeiro foram agrupados em seis grupos de sentidos. Totalizando 147.802 palavras, 413 casos foram encontrados e analisados qualitativamente. O uso prototípico que motiva as subcategorias é o *pegar objetos*. Os esquemas imagéticos que motivam a extensão da categoria para usos distintos são MOVIMENTO-TRAJETÓRIA-CONTATO, presentes em todas as ocorrências.

Dessa forma, o verbo *pegar* implica ação, os OBJETOS são alvo de interesse do deslocamento, dos quais o TRAJETOR intenciona se aproximar para pegá-los. Secundino e Saliés (2023) conclui que as acepções encontradas ilustram

o processo de objetificação (Szwedek, 2002; 2011) assim como as transformações de esquemas imagéticos, mudanças no foco de atenção e sentido, consoantes às propostas de Johnson (1987), Lakoff (1987), Gibbs; Colston (1995) e Turner (1996). Esses sentidos não representam homônimas, pois interrelacionam-se e encadeiam-se de domínios mais concretos para outros mais abstratos (Silva, 2016; Sweetser, 1990), confirmando nossas expectativas (SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 33).

Em Secundino (2018), as multissignificações do verbo *pegar* sinalizaram a formação de uma categoria radial, mostrando relações motivadas entre os seis grupos de sentido. Foi confirmada não só a polissemia da construção já anteriormente apontada por Sigiliano (2008), Leite (2011) e Silva (2016), mas também uma rede que se estende a partir de um centro prototípico que é o mais inclusivo e mantém laços comuns com todas as radiais, mesmo que cada uma delas se distinga por atributos específicos como a transformação do TRAJETOR em CONTÊINER (Grupo 1), do MARCO em CONTÊINER (Grupo 4), do MOVIMENTO-TRAJETÓRIA em CAUSA-EFEITO (Grupo 3) e pela presença ou ausência de FORÇA no CONTATO como MARCO (*pegar seres animados com exercício de FORÇA*). Essa estrutura radial encontra-se ilustrado na Figura 15.

Figura 15 – Categoria radial do verbo *pegar*



Fonte: SECUNDINO; SALIÉS, 2023, p. 32. Adaptado de SECUNDINO, 2018, p. 50.

Secundino e Saliés (2023) concluem que o uso e compreensão dos variados sentidos do verbo *pegar* passam pela percepção dos esquemas OBJETO, MOVIMENTO-TRAJETÓRIA e da experiência que temos com suas transformações em outros esquemas como CONTATO-CONTÊINER, FORÇA-CONTATO ou CAUSA-EFEITO. Entendê-los é entender os diferentes usos do verbo *pegar*.

Com a análise do verbo *pegar* em capas de revistas selecionadas pretendemos contribuir para o aprofundamento das descrições do verbo *pegar* que frequentemente aparece em nossa língua, dando continuidade ao trabalho já desenvolvido por Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023). Além de dar um novo enfoque e promover desdobramentos investigativos com produções multimodais. Pretendemos explorar as mesclas para explicar os diferentes usos do verbo *pegar*.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo, trataremos da natureza da pesquisa e dos procedimentos adotados na configuração dos dados selecionados para análise.

3.1 Natureza da pesquisa, objetivos e questões norteadoras

O estudo do verbo *pegar* em capas de revistas, pode ser caracterizado, quanto à sua natureza, como pesquisa considerada básica, já que não envolverá uma aplicação prática. Em termos da forma de abordagem, configura-se como um estudo qualitativo, na medida em que, embora tenha sido feito um levantamento considerável na busca de capas com o verbo *pegar*, a análise será qualitativa, a partir dos seis sentidos de *pegar* dos trabalhos de Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023).

No que tange ao seu objetivo geral, o trabalho pode ser considerado descritivo-exploratório, porque envolve a busca de relações entre os conceitos que servirão de base para o estudo. Quanto aos procedimentos técnicos empregados em sua realização, a pesquisa pode ser caracterizada como bibliográfica, devido ao papel dos conceitos na análise dos dados, e documental, devido ao fato de as capas serem buscadas nos sítios das revistas, portanto com valor documental, via Google Imagens.

A fim de alcançar o objetivo de explicar os aspectos sociocognitivos dos usos do verbo *pegar* em capas de revistas, o estudo será norteado pelas seguintes perguntas:

- 1) Quais são os sentidos do verbo *pegar* encontrados nas capas de revistas selecionadas?
- 2) Existem novos sentidos para o verbo *pegar* nas capas de revistas selecionadas em relação ao estudo de Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023)?
- 3) Como a multimodalidade das capas de revistas selecionadas contribuem para a construção de sentido do verbo *pegar*?

Acreditamos que, com a resposta a tais questões, poderemos identificar os sentidos mais usuais e entender as extensões de sentidos do verbo *pegar* nas produções multimodais das capas selecionadas, entendendo as motivações sociocognitivas envolvidas em seus usos. Esse objetivo geral abarca os seguintes objetivos específicos.

- 5) Validar se os usos do verbo *pegar*, identificados nas capas de revistas, refletem os grupos de sentidos encontrados em Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023);
- 6) Avaliar e distinguir os usos do verbo *pegar* presentes nas capas selecionadas;
- 7) Mostrar como tais usos podem ser explicados pela Integração ou Mesclagem Conceptual e pelos recursos da Gramática do Design Visual;
- 8) Evidenciar como/se as imagens contribuem para a formação de sentido na capa de revista.

A abordagem sociocognitiva que pretendemos delinear com este estudo compreende teorias e conceitos da Semântica Cognitiva, incluindo os estudos de Forceville (2006, 2008, 2017), e a Gramática do Design Visual de Kress e Van Leeuwen (2001, 2006), cujo arcabouço sociossemiótico para descrição dos aspectos multimodais das capas complementam os mecanismos conceituais subjacentes a construções de sentido. Nessa concepção, esperamos contribuir com reflexões teóricas para análise de produções multimodais.

3.2 Levantamento e configuração dos dados

Para responder à primeira questão e alcançar os objetivos específicos (1) e (2), iniciamos uma busca das capas, usando predominantemente a ferramenta Google Imagens, a fim de levantar e selecionar capas de revistas de domínio público com emprego do verbo *pegar*. O primeiro levantamento foi realizado em 2022; o segundo, em janeiro de 2024.

Após os dois levantamentos, encontramos, em 11 revistas distintas, em total de 33 edições, 34 ocorrências do verbo *pegar*, a saber *Capricho* (12 ocorrências), *Época* (4 ocorrências), *Veja* (6 ocorrências), *Marie Claire* (2 ocorrências), *Ana Maria* (2 ocorrências), *Caras* (2 ocorrências), *Contigo* (1 ocorrência), *Tititi* (1 ocorrência), *Cabelos & Cia* (1 ocorrência), *Piauí* (1 ocorrência) e *Istoé Dinheiro* (1 ocorrência). Todas essas capas se encontram nos Anexos A e B: em A, as capas selecionadas para análise e suas respectivas matérias; em B, apenas as capas das demais edições.

Como o principal critério de seleção de capas é a presença do verbo *pegar*, a amostra é composta de perfis diversos em termos de temas destacados nas capas e de perfil das revistas: política e negócios, cultura, moda, beleza e televisão. No Quadro 1, elencamos, em ordem cronológica, as ocorrências do verbo *pegar* nas 33 edições, com os sentidos analisados em Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023) informados.

Quadro 1 – Cronologia de ocorrências do verbo *pegar* e grupo de sentido

<i>Capricho</i>	<i>Época</i>	<i>Veja</i>
1970- “Pega ladrão. Aprenda a se defender deles” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 1989- “Pega aids no beijo?” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i> <i>Subgrupo pegar doença</i> 2003- “O que pega e o que mica no verão” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i> 2007- “O que vai pegar neste inverno?” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i> 2009- “13 maneiras de usar os vestidos que vão <u>pegar</u> nesta estação.” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i> 2010- “Pegação na turma”	1998- “A campanha <i>pega</i> fogo” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> 2010- “ <u>Diabetes. Ele vai <i>pegar</i> você?</u> ” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i> <i>Subgrupo pegar doença</i> 2012- “ <u>Ele ainda vai te <i>pegar</i></u> ” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i> <u>“Ai, se eu te <i>pego</i>”</u> <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2019- “Sem militares <i>pega</i> mal” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i>	1986- “A campanha <i>pega</i> fogo” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> 1991- “Aids, o vírus <i>pega</i> o Pelé do basquete” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i> <i>Subgrupo pegar doença</i> 1998- “ <u>Peguei Aids do meu marido</u> ” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i> <i>Subgrupo pegar doença</i> 2006- “Temos que <i>pegar</i> pelo menos três.” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i> 2007- “ <i>Pegou</i> geral” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2015- “O bicho vai <i>pegar</i> ” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i>

<i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2011- “Não sou do tipo que <i>pega e esquece</i>” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2011- “Moda praia: os biquínis que vão <i>pegar</i> nesta estação.” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i> 2013- “<i>Pegava fácil</i>” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2013- “Dançar muito, <i>pegar</i> geral ou se apaixonar...” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2013- “Damon e Elena estão se <i>pegando</i> na vida real” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2014- “Nail art. Bigodinho, militar, geométrica... É <i>pegar</i> ou <i>pegar</i>” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i>		
Marie Claire	Ana Maria	Caras
2004- “As palavras que fazem o sexo <i>pegar</i> fogo.” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> 2013- “<i>Pegar</i>, beijar, transar. A paquera em tempos de <i>tinder</i>.” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i>	2015- “A moda que vai te <i>pegar</i> neste inverno.” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i> <i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i> 2017- “Os perigos de <i>pegar</i> muito sol.” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i>	2017- “Antes de estrear a comédia policesca <i>Pega Pega</i> na Tv, trio de protagonistas formado por Marcelo Serrado, Nanda Costa e Thiago Martins encabeça almoço em Angra dos Reis”. <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i> 2020- “Após <i>pegar</i> COVID-19, Top Júlia Pereira apresenta sua Suzanne.” <i>Grupo de sentido 1 (pegar objetos)</i> <i>Subgrupo pegar doença</i>
Contigo	Tititi	Cabelos & Cía
2017- “Como vai ser <i>Pega Pega</i> a nova trama das 7 da Globo.” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i>	2017- “Se é <i>Pega Pega</i> também vou <i>pegar</i> geral.” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i>	2014- “Descubra a nova técnica de mechas que vai <i>pegar</i> nos salões.” <i>Grupo de sentido 5 (pegar ideias)</i>

		<i>Subgrupo de sentido pegar tendência</i>
<i>Piauí</i>	<i>Istoé Dinheiro</i>	
2015- “Até o Anderson Silva foi <i>pego</i> no antidoping. Que fase, Brasil!” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i>	2021- “Por que o avanço de uma gigante sobre a outra <i>pegou</i> o mercado de surpresa e quais os riscos do negócio.” <i>Grupo de sentido 2 (pegar seres animados)</i>	
Total de marcas de revistas		11
Total de edições		33
Total de ocorrências do verbo <i>pegar</i>		34

Fonte: A autora, 2023.

Como podemos observar no Quadro 1, a edição mais antiga com verbo *pegar* na capa foi da *Capricho* em 1970, ao passo que a mais recente foi da *Época* 2019, no que diz respeito as revistas selecionadas. Observamos ocorrências de *pegar* categorizadas nos grupos de sentidos já delineados por Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023), a saber:

- (i) grupo de sentido 1 (*pegar objetos*), que corresponde ao sentido prototípico do verbo *pegar*, geralmente ligado a cenas com manipulação de objetos, foi empregado em manchetes de 2 capas. Nessa concepção, o sujeito se movimenta porque tem a intenção de chegar até o objeto e contê-lo, corresponde à acepção de segurar, como em “Temos que *pegar* pelo menos três” (*Veja*, 2006), referente à propina, e “Os perigos de *pegar* muito sol” (*Ana Maria*, 2017), ligado a um cenário em que nossa pele *pega* sol, se expondo aos raios solares e restando seus efeitos.
- (ii) grupo de sentido 2 (*pegar seres animados*), licenciado pela metáfora SERES ANIMADOS SÃO OBJETOS. Nesse grupo existem efeitos de prototipicidade, sendo dividido em 4 subgrupos de sentidos: (2a) bater/capturar (cenas que envolvem brigas – “*pegaram* e machucaram”); (2b) ajudar/socorrer (“*peguei* o passarinho e cuidei dele”), (2c) buscar (“ela *pegou* a irmã e foi fazer compras”) e (2d) *pegar* com a conotação de relação amorosa, o contato físico corporal nesta acepção fica em evidência (“ela quer *pegar* o pai da amiga”). Os sentidos desse grupo encontrados nas capas de revistas se referem ao subgrupo (2a) “*Pega* ladrão!

Aprenda a se defender deles” (sentido de capturar, *Capricho*, 1970) e (2d) “Damon e Elena estão se pegando na vida real” (relação amorosa, *Capricho*, 2013). Foram encontradas 14 ocorrências desse sentido nas capas selecionadas.

- (iii) grupo de sentido 5 (*pegar ideias*), licenciado pela metáfora conceptual IDEIAS SÃO OBJETOS, em que o CONTATO ocorre no plano das ideias, sendo, assim, nocional. Tal uso é comum em situações hipotéticas, sendo a mente o CONTÊINER, como em “A campanha pega fogo” (*Época*, 1998). Sabemos que a campanha não pega fogo de verdade, a combustão do fogo só acontece no plano das ideias. Encontramos 6 empregos desse sentido.

Além desses sentidos analisados em Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023), outros sentidos foram evidenciados nas capas de revistas como “pega mal”, expressão muito comum na oralidade, além de “é pegar ou pegar”. Encontramos três sentidos novos em relação aos estudos anteriores: (i) *pegar doença*, tanto o sentido de contrair (“Pega AIDS no beijo?” – *Capricho*, 1989), quanto o de transmitir/atingir (“Diabetes. Ele vai pegar você?” – *Época*, 2010), em 5 capas; (ii) *pegar tendência* (“Moda praia: os biquínis que vão pegar nesta estação” – *Capricho*, 2011), em 7 capas; (iii) *pegar envolvendo surpresa* (“Até o Anderson Silva foi pego no antidoping. Que fase, Brasil!” – *Piauí*, 2015), em 2 capas. Voltaremos a esses sentidos adiante.

Duas revistas de ideologia voltada para a esquerda foram buscadas: *Piauí* pertencente à *Folha de São Paulo* e *Istoé Dinheiro*. No site da *Piauí*, que apresenta edições desde 2006, encontramos apenas um registro do verbo *pegar*. Da mesma forma, na *Istoé Dinheiro* encontramos apenas um registro: essa revista, pertencente à Editora Três, lançada em 1997, é considerada a primeira e única revista semanal de economia e negócios no Brasil. A busca da *Istoé Dinheiro* foi feita através da página oficial da revista no Instagram “@istoe-dinheiro”, que contempla capas de revistas do período de 2019 até 2024: um período referente a cinco anos.

Além dessas, também fizemos o levantamento de capas das revistas *Carta Capital* e *Exame*, no entanto não obtivemos sucesso para o registro do verbo *pegar*. A revista *Carta Capital*, criada em 1994, pertence a Editora Basset. No site, cada seção tem em média 10 revistas, segmentada de acordo com a edição. Analisamos uma média de 130 revistas e não encontramos ocorrência do verbo *pegar*. A revista

Exame, criada em 1967, transformou-se em uma revista de negócios e economia. Atualmente pertence à Editora e Comércio Valongo. No *site* da *Exame*, há edições de 1999 até 2023, porém não encontramos a ocorrência do verbo *pegar*.

Na busca geral via Google Imagens, encontramos alguns registros do verbo *pegar*, em revistas destinadas ao público adulto (*Playboy*, *Sex Way*, *Vip* e *Brazil Sex Magazine*³⁸), com conotação sexual, sentido elencado por Secundino (2018) no grupo de *pegar seres animados*. Tais revistas não foram consideradas em nossa análise, mas cumpre registrar que encontramos 7 ocorrências de *pegar*. Por se tratar de revistas destinadas ao apelo sexual, é esperado que as ocorrências girem em torno do sentido de *pegar* para referência a relações sexuais; no entanto, outro sentido pode ser observado, o *pegar* com sentido de tendência (“28 páginas de tudo que vai *pegar* neste inverno”). Tal sentido é novo em relação aos de grupos de sentidos elencados por Secundino (2018).

Depois dos períodos de buscas das capas com verbo *pegar*, selecionamos para análise, capas das revistas *Capricho*, *Veja* e *Época*, por se tratar de revistas que apresentaram variedade de sentidos desse verbo. Essas três revistas foram as que mais tiveram registros do verbo *pegar* em diferentes grupos de sentidos, além de serem as mais representativas no aspecto criativo das imagens, ou seja, no aspecto multimodal. As revistas *Capricho* e *Veja* pertencem à Editora Abril e a revista *Época*, à Globo.

Outro critério que norteou a escolha dessas três revistas foi a *Capricho* ter sido a primeira revista destinada ao público-alvo de adolescentes, logo antevemos encontrar usos do verbo *pegar* mais variados e/ou inovadores, o que se confirmou no maior número de ocorrências de *pegar*. Já as outras duas revistas foram selecionadas por serem revistas de grande repercussão nacional. Além disso, foram as revistas que mais tiveram ocorrência do verbo *pegar*, o que pode estar relacionado ao fato de serem revistas de temas diversificados.

³⁸ Nessas revistas, voltadas para o público masculino, é comum encontrar referência à mulher como objeto sexual (*pegar* com a conotação sexual). Supomos que tais achados são muito mais extensos, mas não realizamos o levantamento para cada revista. Apenas a título de exemplificação, transcrevemos as 7 ocorrências.

Revista *Sex Way* nº 12, 1999, Editora MCM- “A nossa campeã do Windsurf quer *pegar* outras ondas”

Revista *Brazil Sex Magazine* 2010, nº 107, Editora 2 M - “Alana e Laisa um gostoso *pega* pra *capar*.”

Revista *Vip* 2002, nº 209, Editora Abril- “*Pega-pega* de meninas...”

Revista *Vip* 2003, nº 217- “28 páginas de tudo o que vai *pegar* neste inverno”

Revista *Vip* 2005, nº 237- “Isso aqui vai *pegar* fogo!”

Revista *Playboy* 2012- “A bunda de Silvio Santos é muito boa de *pegar*”

Revista *Playboy* 2011 nº 430- “Por que a temporada de 2011 vai *pegar* fogo”

4 CAPAS DE REVISTAS: CONCEPTUALIZAÇÃO E MULTIMODALIDADE

Neste capítulo, as seções serão iniciadas com a imagem da capa em análise, antecedida pelo título dado à capa, serão analisadas seis capas, sendo duas da *Época*, duas da *Capricho* e duas da *Veja*, seguindo uma sequência cronológica ascendente.

4.1 Capa *Época* 2010

Figura 16 – *Diabesidade*



Fonte: *Época*, 2010.³⁹

Na imagem da Figura 16, vemos um brigadeiro no anzol e a indagação “Diabetes, ele vai pegar você?”, logo em seguida o enunciado: “Uma perversa combinação de obesidade com diabetes – a diabesidade – é hoje o maior desafio da

³⁹ Fonte: Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/edicoes-anteriores/p/12/>. Acesso em: 14 mar. 2021.

saúde no mundo. Como escapar dessa ameaça”.

O sentido comum do verbo *pegar* no domínio-matriz DOENÇA é o sentido de contrair doença. Porém, na capa, a acepção deixa de ser contrair e passa a ser atingir, visto que a doença é a agente da ação, tal sentido de contrair doença é dicionarizado e muito comum em nossa fala. No *corpus* D&G, esse sentido não foi muito presente; no entanto, nas análises das capas ele apareceu 5 vezes envolvendo doenças como Diabetes, AIDS e COVID-19. Tal acepção foi inserida em um novo subgrupo de sentido intitulado como *pegar doença*, parte do grupo 1: *pegar objetos*. Secundino (2018) postulou base conceptual nos esquemas imagéticos MOVIMENTO-TRAJETÓRIA-CONTATO, FORÇA e CONTÊINER, principalmente a noção de CONTÊINER, porque nosso corpo é o espaço para a doença entrar e se instalar.

Sendo assim, a doença, como um TRAJETOR, traça uma TRAJETÓRIA até o MARCO que é o corpo humano, fazendo com que o MARCO se transforme em CONTÊINER, permitindo a entrada do TRAJETOR. Logo, a manchete da capa chama a atenção para a inversão da ordem da ação, já que não somos nós que pegamos a doença, mas a doença que traça a trajetória até o nosso corpo e nos pega (“Diabetes, ele vai pegar você?”).

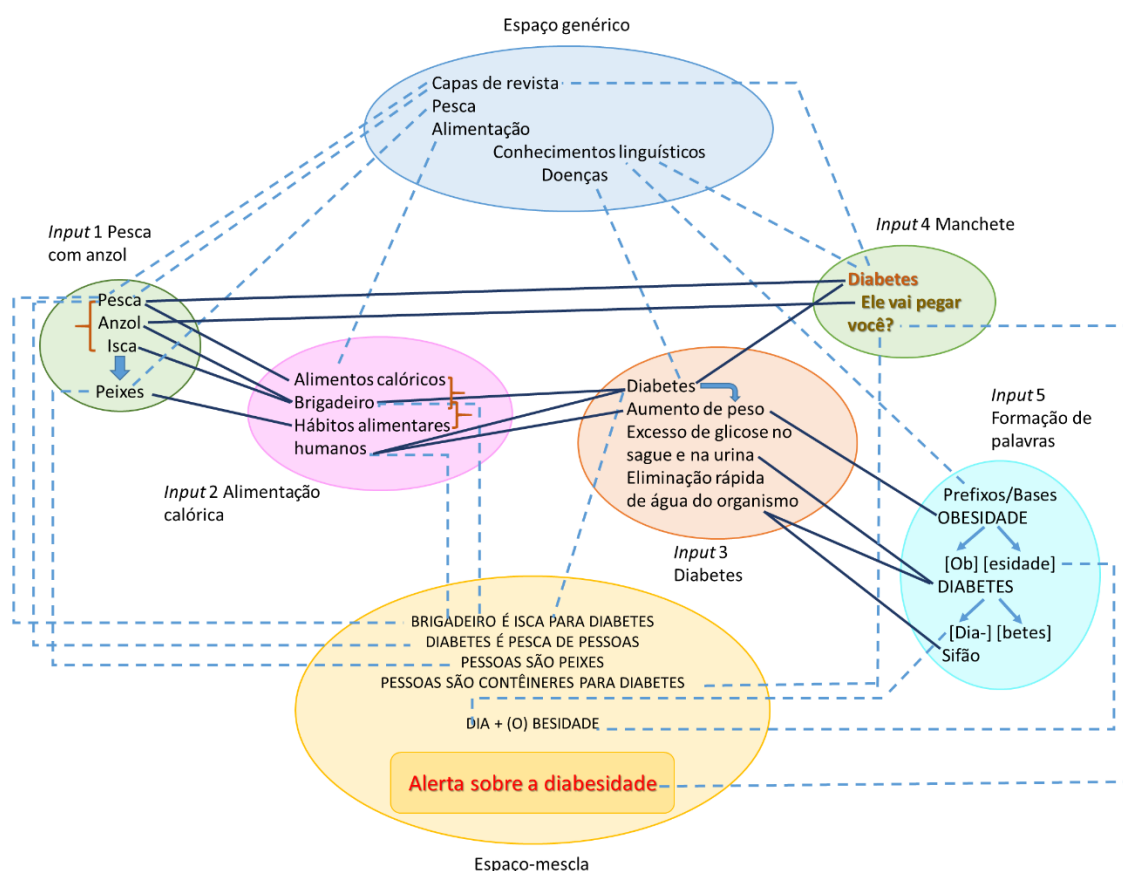
Outro fato que chama atenção é o termo *diabesidade*, uma composição lexical por truncamento resultante da fusão de *diabetes* e *obesidade*. Tal termo passou a ganhar notoriedade em 2001 a partir dos estudos do professor doutor Paul Zimmet, fundador do Instituto Internacional de Diabetes. Assim, a palavra *diabesidade* foi cunhada por Zimmet para exprimir a relação entre obesidade e diabetes e suas consequências para a saúde física.

O diabetes é uma doença do metabolismo que tem como principal característica o excesso de glicose no sangue. A glicose é um tipo de açúcar produzido a partir dos alimentos que ingerimos e é a nossa principal fonte de energia. No diabetes tipo 1, o organismo deixa de produzir insulina, o hormônio que leva a glicose para dentro das células, para que o açúcar seja usado como combustível. No diabetes tipo 2, o organismo não produz quantidade suficiente de insulina ou não consegue empregar o hormônio produzido de forma adequada. Sabemos que a ingestão de açúcar em excesso causa a obesidade que, por sua vez, aumenta o risco de desenvolver a doença.

O brigadeiro no anzol simboliza uma isca que pode levar ao diabetes que está pronto para pegar/atingir as pessoas que não dispensam uma guloseima. Essas

peças são presas fáceis para a doença diabetes. Assim, são postuladas as metáforas conceituais PESSOAS SÃO PEIXES (PESSOAS SÃO ANIMAIS), BRIGADEIRO É ISCA PARA DIABETES, DIABETES É PESCA DE PESSOAS e PESSOAS SÃO CONTÊINERES PARA DOENÇAS, como subjacentes à intenção da capa de chamar atenção para os maus hábitos alimentares que influenciam diretamente na nossa saúde física. Nesse caso, a possibilidade de desenvolver diabetes, devido ao consumo excessivo de doces. Na Figura 17, expomos a rede de integração postulada para conceptualização da capa.

Figura 17 – Conceptualização da capa *Diabetesidade*



Fonte: A autora, 2023.

Postulamos para conceptualização da capa *Diabetesidade* uma megamescla (mescla múltipla), devido ao papel dos elementos dos cinco espaços iniciais de *input* na conceptualização. O espaço genérico fornece uma base conceptual, por meio de conhecimentos armazenados em domínios-matriz mais esquemáticos, ativados seletivamente: CAPAS DE REVISTA, PESCA, ALIMENTAÇÃO, CONHECIMENTOS LINGUÍSTICOS, DOENÇAS. Esses domínios-matriz, nos termos de Kövecses (2020), abarcam os *frames*

menos esquemáticos que fundamentam os cinco espaços de iniciais de *input*, cujos papéis são preenchidos pelos elementos ativados nos espaços mentais a partir na configuração visual da capa. Assim, segundo Bernardo (comunicação pessoal, 2024), é possível descrever a coerência conceptual que sustenta a rede ativada por meio das estruturas conceptuais em níveis, que, por sua vez, podem fundamentar metáforas.

O espaço de *input* 1 (I1) reúne elementos que consistem em valores para *frame* PESCA COM ANZOL, especificado na capa como pesca com anzol, entre outras modalidades de pesca, devido aos diferentes instrumentos e funções usados na atividade pesqueira. Internamente, observamos as compressões PARTE-TODO, em razão dos itens usados na “pesca” – “anzol” e “isca” –, e CAUSA-EFEITO, porque a pesca leva à obtenção de peixes. Na rede da Figura 17, as chaves assinalam relações PARTE-TODO e a seta as de CAUSA-EFEITO.

O espaço de *input* 2 (I2) reúne elementos que especificam o *frame* ALIMENTAÇÃO CALÓRICA, por meio de valores, em uma relação metonímica PARTE-TODO: “brigadeiro” (PARTE), inserido na subcategoria “alimentos calóricos” (TODO), faz parte dos “hábitos alimentares humanos” (TODO em relação à ingestão de alimentos calóricos – PARTE). O *input* 3 (I3) é composto de elementos ligados ao *frame* DIABETES: “aumento de peso”, “excesso de glicose no sangue e na urina” e “eliminação rápida de água do organismo” são sintomas (EFEITO) que caracterizam o diabetes (CAUSA).

O *input* 4 (I4) reúne os elementos verbais em foco da capa – “Diabetes” e “Ele vai *pegar* você?” – em razão do tipo e da cor da letra que caracterizam uma MANCHETE da matéria de capa da edição. Esse elemento está ligado à compressão PARTE-TODO, visto que diabetes é PARTE das doenças (TODO) que podem afetar seres humanos, daí a metáfora a PESSOAS SÃO CONTÊINERES PARA DIABETES, uma metáfora contextualizada surgida da projeção desse elemento no espaço-mescla. Logo, a palavra “diabetes”, destacada em amarelo e em letras maiores, gera reflexão com o questionamento sobre a doença para o público leitor. Tal questionamento gera curiosidade para leitura da matéria.

O *input* 5 (I5), assim como o quarto, fundamenta-se no caráter metonímico da linguagem em termos de mecanismo de categorização dos conhecimentos armazenados de forma otimizada na memória, entre esses, os conhecimentos linguísticos acerca dos processos de formação de palavras, *frame* que fundamenta o *input* 5, para conceptualização do termo *diabesidade*. Assim, “diabesidade” é uma palavra composta pelo prefixo e base das palavras “diabetes [dia-] [betes]” e

“obesidade [ob] [esidade]”, chamada de uma “perversa combinação” entre obesidade e diabetes. Ao final do subtítulo, encontra-se mais uma indagação (“Como escapar dessa ameaça?”), convidando, mais uma vez, o público leitor à reflexão, estimulando curiosidade sobre a matéria da revista, a fim de se precaver dessa doença tão nociva.

Quanto às relações conceptuais entre os elementos dos *inputs*, postulamos as seguintes conexões, representadas pelas linhas sólidas:

- CAUSA-EFEITO entre “pesca” (I1) e “alimentos calóricos” (I2); entre “brigadeiro” (I2) e “diabetes” (I3), “hábitos alimentares humanos” (I2) e “diabetes” (I3); entre “hábitos alimentares humanos” (I2) e “aumento de peso” (I3);
- ANALOGIA entre “anzol” (I1) e a frase “Ele vai pegar você?” (I4), devido ao sentido do verbo *pegar*;
- ANALOGIA e REPRESENTAÇÃO entre “isca” no “anzol” (I1) e “brigadeiro” (I2), visto que brigadeiro representa alimentos calóricos que causam diabetes;
- DESANALOGIA entre “pesca” (I1) e “diabetes” (I4), visto que a pesca da capa não traz peixes, mas diabetes;
- PARTE-TODO entre “peixes” (I1) e “hábitos alimentares humanos”(I2), pois se trata de um tipo de alimento consumido, mas, como “peixes morrem pela boca” também podem representar as pessoas que correm risco de se tornarem diabéticas, devido ao consumo exagerado de doces, daí a postulação da metáfora PESSOAS SÃO PEIXES (ANIMAIS);
- PROPRIEDADE entre “aumento de peso” (I3) e “OBESIDADE” (I5), “excesso de glicose no sangue e na urina”/ “eliminação rápida de água do organismo” (I3) e “DIABETES” (I5), “eliminação rápida de água do organismo” (I3) e sifão (I5), devido ao conhecimento sobre o papel desse sintoma na denominação do conceito DIABETES pela forma “diabetes [dia-] [betes]”. A relação conceptual PROPRIEDADE entre os elementos dos *inputs* 3 e 5 foi postulada em razão da ligação entre os sintomas (experiências corpóreas reais) e os conceitos de OBESIDADE e DIABETES expressos linguisticamente, por isso o uso de versalete para esses conceitos na rede.

Como atividade de PESCA (COM ANZOL) requer uso de isca, o esquema imagético FORÇA (ATRAÇÃO) também foi postulado como base analógica para conceptualização

dos demais níveis do I1, em razão do papel da isca na atividade pesqueira e do brigadeiro na sua relação com o I2. Peixes e seres humanos sentem-se atraídos por suas respectivas iscas, da mesma forma sentimos a atuação de forças físicas ou emocionais nas nossas vivências.

As ligações entre os elementos dos *inputs* e suas relações conceptuais são projetadas no espaço-mescla, em que inferências sobre o alerta para a diabetes surge como uma estrutura emergente, ligada à relação conceptual INTENCIONALIDADE, assinalada pelo retângulo amarelo no espaço-mescla. Essa inferência pode estar fundamentada pelas metáforas mais específicas e contextualizadas BRIGADEIRO É ISCA PARA DIABETES, DIABETES É PESCA DE PESSOAS, PESSOAS SÃO PEIXES, PESSOAS SÃO CONTÊINERES PARA DIABETES.

Em nível mais esquemático, com base nos domínios-matriz mais amplos, podemos postular metáforas mais esquemáticas, relacionadas a esses domínios: DOCES/ALIMENTOS CALÓRICOS SÃO ISCAS PARA DIABETES, PESSOAS SÃO ANIMAIS, PESSOAS SÃO CONTÊINERES PARA DOENÇAS. A metáfora DIABETES É PESCA DE PESSOAS está ligada à metáfora mais esquemática, em nível de esquema imagético, DOENÇAS SÃO FORÇAS DE ATAQUE.

Essas metáforas são oriundas de analogias com as experiências dos seres humanos com o ambiente: ALIMENTAÇÃO É EVENTO CÍCLICO, PESSOAS SÃO OBJETOS CONTÊINERES e DOENÇAS SÃO FORÇAS DE ATAQUE. O caminho conceptual envolve metáforas ligadas à alimentação e ao corpo como alvo para diabetes/doenças.

A conceptualização proposta para capa *Diabetes* evidencia a criatividade usada com objetivo de gerar curiosidade sobre a matéria completa, segundo a qual o número de pessoas obesas vinha apresentando uma crescente exponencial no mundo todo. De acordo com os dados da Federação Internacional de Diabetes⁴⁰, a obesidade vai produzir milhões de diabéticos nas próximas décadas (dados estatísticos estão na matéria da revista em anexo). O estímulo ao desenvolvimento de uma preocupação em se proteger contra o diabetes, evitando a obesidade através de uma dieta saudável, está presente na matéria completa, mas também bem marcada na imagem do brigadeiro no anzol, simbolizando o alimento que deve ser evitado para não se tornar uma presa fácil para a doença.

O uso do brigadeiro visa atingir o público, criando uma espécie de choque.

⁴⁰ Fonte: <https://idf.org/>

Afinal, esse doce, além de ser largamente aceito e popular, também nos remete a datas festivas, trazendo um sentimento de afeto e pertencimento. Ao ser recrutado como REPRESENTANTE de diversos doces maléficos para o nosso organismo (PARTE-TODO), a imagem do brigadeiro no anzol busca rompimento da relação sentimental estabelecida pelas pessoas com a comida, de modo a reforçar uma relação baseada na nutrição e não no desejo.

Todos os aspectos da conceptualização proposta para capa *Diabesidade* estão ancoradas nos contextos situacional, discursivo, cognitivo-conceptual e corporal. As questões ligadas à alimentação e às suas consequências para saúde (contexto corporal), recrutadas pelos elementos verbais e pictóricos da capa, estão baseadas em aspectos socioculturais, devido ao papel do brigadeiro em nossa cultura alimentícia.

O conhecimento sobre a função e a estruturação verbo-pictórica de capas de revistas repousa sobre o contexto discursivo. As bases socioculturais, corpóreas e discursivas licenciam o pensamento metafórico postulado e a forma de pensar sobre alimentação e saúde, o que configura o contexto cognitivo-conceptual.

No que tange aos aspectos multimodais, capas de revistas como um todo são produções multimodais, visto que são compostas por imagem e texto. Contudo, nesta capa, apenas a imagem do brigadeiro no anzol pode ser considerada uma metáfora pictórica contextual, visto que se trata de uma metaforização do brigadeiro como isca, devido ao contexto visual em que é colocado, preso a um anzol: BRIGADEIRO É ISCA, sob o esquema subjacente OBJETO CONCRETO A (ALVO) É OBJETO CONCRETO B (FONTE). O gatilho para semelhança metafórica é estabelecido por meio do preenchimento inesperado de um slot esquemático, já que brigadeiro se encontra no local inusitado, normalmente ocupado por uma isca, levando à ativação de uma espécie de choque nos leitores.

Essa metáfora pictórica torna-se multimodal, quando aliada visualmente à palavra “Diabetes”, destacada por letras amarelas grandes. Assim, o público leitor pode ativar a inferência entre doces e diabetes, viabilizando a metáfora no nível dos espaços-mentais BRIGADEIRO É ISCA PARA DIABETES, sob esquema subjacente VISUAL A É TEXTUAL B. Na informação complementar do lide, que detalha a manchete, as palavras “obesidade”, “diabetes” e “diabesidade”, embora com fonte menor, também em amarelo destacam informações mais relevantes para compreensão da relação entre o papel do brigadeiro e o surgimento do diabetes.

A esses aspectos sociognitivos, podemos relacionar a configuração da capa como um ato sociosemiótico, cujos recursos descritivos apontam a materialidade discursiva da construção de sentidos. Por meio da imagem do brigadeiro preso ao anzol, da manchete e do lide, em conjunto, podemos considerar um significado representacional estruturado como uma narrativa acional não transacional, porque esse conteúdo, como um ato semiótico, chama a atenção dos leitores (participantes interativos) sobre o perigo do diabetes, de modo a buscar o interesse pela leitura da matéria em destaque da edição.

Assim, a imagem, a manchete e o lide estabelecem uma interação com o público leitor por meio de um contato por oferta, visto que se dispõe como uma informação a ser contemplada ou sobre a qual se refletirá. O foco na ponta do anzol com o brigadeiro espetado nele caracteriza um plano fechado, que, aliado ao enunciado interrogativo da manchete, “Diabetes. Ela vai de pegar?”, cria uma relação social intimidade entre os participantes. Essa relação também está ligada a uma perspectiva de intimidade e proximidade, promovida pelo ângulo frontal ao nível dos olhos com que a imagem do brigadeiro preso ao anzol é apresentada na capa.

No que tange ao significado composicional, a posição central da imagem e da manchete abaixo da imagem, configurando um corte no eixo horizontal, pode ser considerado como marca de valor informacional que destaca a realidade que deve ser mudada, para que os casos de diabetes diminuam. A cor neutra de fundo, em um gradiente cinza que clareia das laterais para o centro, destaca a imagem do brigadeiro preso ao anzol e a cor amarela do texto, compondo um enquadramento coeso e saliente para a composição, cuja modalidade abstrata constroi o valor verdade dos males causados pelo diabetes, fruto da má alimentação.

4.2 Capa *Época* 2012

Figura 18 – *Teló vai te pegar*



Fonte: *Época*, 2010.⁴¹

Contextualmente, a capa com o cantor sertanejo Michel Teló (Figura 18), recebeu duras críticas na época da sua publicação, porque o público-alvo da revista *Época* (considerado elitista) não se agradou da atribuição da imagem de Teló (jovem, paranaense e sertanejo) à cultura popular brasileira para todas as classes, tendo em vista que consideravam a letra pobre, repetitiva e com cunho sexual. A música “Ai se eu te pego” estourou nas rádios e na TV em nível mundial em 2011, apesar de sua letra simples, cuja letra reproduzimos em seguida.

⁴¹ Fonte: <http://revistaepoca.globo.com/edicoes-antiores/p/12/>. Acesso: 14/03/2021.

Nossa, nossa
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai se eu te pego

Delícia, delícia
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai, se eu te pego

Sábado na balada
A galera começou a dançar
E passou a menina mais linda
Tomei coragem e comecei a falar

Nossa, nossa
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai se eu te pego

Delícia, delícia
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai, se eu te pego

Sábado na balada
A galera começou a dançar
E passou a menina mais linda
Tomei coragem e comecei a falar

Nossa, nossa
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai se eu te pego

Delícia, delícia
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai, se eu te pego

Nossa, nossa
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai se eu te pego

Delícia, delícia
Assim você me mata
Ai, se eu te pego
Ai, ai, se eu te pego hein

Nossa, nossa
Assim você me mata
Ai se eu te pego, ai ai se eu te pego

Delícia, delícia
Assim você me mata
Ai se eu te pego, ai ai se eu te pego

Os versos “Ai, se eu te pego / Ai, ai se eu te pego / Delícia, delícia / Assim você me mata” foram escolhidos mundialmente como um refrão da música de Teló, que viralizou na Internet, sendo inclusive traduzidos para outras línguas. Podemos notar a recorrência do verbo *pegar* e como ele é atuante e significativo não só na letra do Teló como na capa em que a foto do cantor aparece com várias mãos segurando o seu corpo, tal sentido construído imagetivamente está no cerne do verbo *pegar* que é “ter em si, trazer para si” (HOUAISS, 2001), ou seja, a origem do verbo já traz essa noção de traçar uma trajetória até o marco e contê-lo. Esquemas imagéticos como MOVIMENTO, TRAJETÓRIA, CONTATO, FORÇA, CONTÊINER são atuantes nesse contexto.

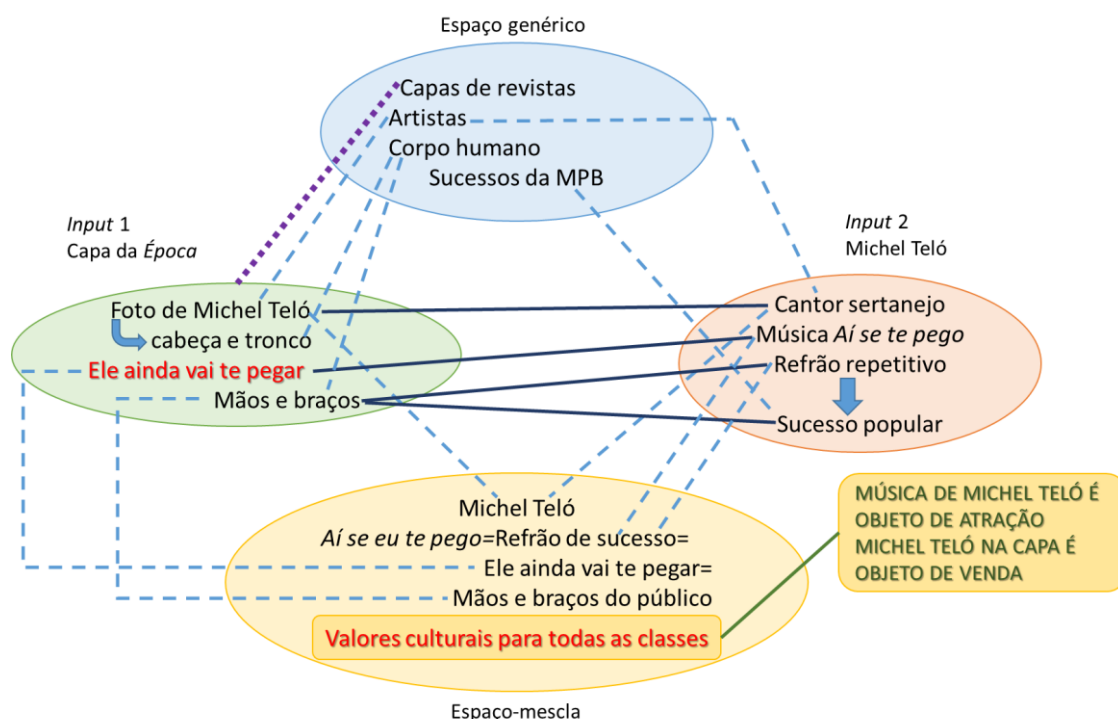
As mãos representam os fãs que tentam alcançar o cantor sertanejo (MOVIMENTO-TRAJETÓRIA-CONTATO), tal imagem mostra como o sertanejo vem ganhando força e se popularizando. O corpo do Teló representa o MARCO, as mãos exercem FORÇA para conter o cantor (CONTÊINER).

No enunciado “Ele ainda vai te pegar”, podemos estabelecer uma relação metonímica com a imagem do cantor, AUTOR PELA OBRA, pois não é necessariamente o Teló que nos *pegará* e sim a música dele. É a sua música intitulada “Ai se eu te

pego” que adentrará na mente das pessoas, COMPREENDER É PEGAR, afinal de contas, como a própria capa destaca, a música do Teló “traduz os valores da cultura popular para os brasileiros de todas as classes”. As mãos segurando o corpo do cantor traduz o quanto ele é querido e o quanto a sua música caiu no gosto popular. Outras metonímias subjacentes à conceptualização são FOTO PELA PESSOA e PARTE(S) DO CORPO DA PESSOA PELA PESSOA.

Na Figura 19, expomos a rede de integração postulada para conceptualização da capa.

Figura 19 – Conceptualização da capa *Teló vai te pegar*



Fonte: A autora, 2023.

O I1 é composto pelos elementos em destaque da capa da *Época*: “foto de parte do corpo de Teló”, “mãos e braços” e a manchete em destaque “Ele ainda vai te pegar”. A linha pontilhada roxa assinala a relação entre os elementos verbais e pictóricos da CAPA DA REVISTA ÉPOCA, como um *frame* do I1 e o domínio-matriz CAPAS DE REVISTA. Assim, nesse *input*, observamos as compressões de relações conceptuais/vitais PARTE-TODO, assinalada pela seta azul, porque a foto de Teló exhibe seu tronco e cabeça; IDENTIDADE e REPRESENTAÇÃO, devido ao papel que a foto evoca

ao retratar o artista. As mãos em seu corpo representam o(a)s fãs, por meio de parte de seus corpos, que, por sua vez, evocam o refrão da música; logo, uma relação vital PARTE-TODO.

O sucesso, representado pelas mãos de fãs, também está ligado à compressão CAUSA-EFEITO. Esse sucesso é representado por um cantor sertanejo, evocando, com base na metonímia MEMBRO DA CATEGORIA PELA CATEGORIA, um segmento musical que vinha aumentando seu público em todas as camadas da população, como é registrado no texto (lide) que complementa a frase em destaque com letras vermelhas.

O I2 representa o espaço mental do Michel Teló, em que valores são ativados para o *frame* MICHEL TELÓ, devido ao seu papel como cantor sertanejo e a sua contribuição para a cultura popular nacional, numa relação conceptual de REPRESENTAÇÃO. O conhecimento armazenado em nossa memória sobre o cantor Michel Teló aciona um *frame* com vários elementos, como jovem, rico, paranaense; no entanto, o que é destacado na revista é seu papel como cantor de música sertaneja.

Nessa configuração, o I2 também é ativado com base nas relações vitais PARTE-TODO, devido ao refrão de uma de suas músicas, “Ai se eu te pego”; e CAUSA-EFEITO, indicada pela seta azul, em razão do alcance mundial de sua música. Tais relações conceptuais são embasadas pelas metonímias MÚSICA PELO CANTOR e MEMBRO DA CATEGORIA PELA CATEGORIA.

Entre os *inputs*, são estabelecidas as seguintes relações vitais: (i) PAPEL-VALOR e REPRESENTAÇÃO na projeção entre a foto de Teló na capa e seu papel como cantor sertanejo; (ii) PARTE-TODO e ANALOGIA entre a frase “Ele ainda vai te pegar” e o refrão (PARTE) da música “Ai se eu te pego” (TODO); (iii) PARTE-TODO, ANALOGIA e CAUSA-EFEITO entre os elementos “mãos e braços”, “refrão repetitivo” e “sucesso popular”.

O espaço genérico, que funciona como uma base para manutenção da rede, reúne os elementos comuns aos dois *inputs*: “capas de revistas”, “artistas”, “corpo humano” e “sucessos da MPB”. Esses elementos consistem em gatilhos linguísticos para ativação de domínios-matriz CAPAS DE REVISTAS, ARTISTAS, CORPO HUMANO e SUCESSOS DA MPB, que abarcam os *frames*, menos esquemáticos, subjacentes ao espaços mentais, abertos pelos elementos verbais e pitóricos das capas.

As relações conceptuais ativadas por meio dos elementos dentro e entre os *inputs* 1 e 2 são projetadas e reforçadas no espaço-mescla, cuja estrutura emergente, expressa em um retângulo, destaca a INTENCIONALIDADE alcançada pelos elementos

verbais e pictóricos da capa: “valores culturais para todas as classes”. Dessa forma, evidencia a fama do Teló, através da música “Ai se eu te pego”, como um REPRESENTANTE da ampliação da popularização do segmento musical sertanejo. O retângulo ligado ao espaço-mescla contendo as metáforas MÚSICA DE MICHEL TELÓ É OBJETO DE ATRAÇÃO e MICHEL TELÓ EM CAPA É OBJETO DE VENDA consistem em elaborações da INTENCIONALIDADE e da função da capa de levar o público-alvo a comprar a revista. Tais metáforas contextualizadas no nível dos espaços mentais estão ligadas à metáfora PESSOAS SÃO OBJETO.

Assim, a composição da capa, que chama a atenção do consumidor para uma das matérias dessa edição, também busca cumprir a intenção de levar à compra da revista. Esse objetivo de venda nos remete metaforicamente à conceptualização do público-alvo como um OBJETO a ser pego, atraído pela capa.

No I2, o esquema PARTE-TODO fundamenta o papel de Teló como cantor do segmento sertanejo, assim como um de seus sucessos “Ai se eu te pego”. O segmento sertanejo pode ser conceptualizado como um CONTÊINER que abarca seus membros, também se relaciona ao sentido de posse do verbo *pegar*. MOVIMENTO/TRAJETÓRIA relaciona-se à carreira de Teló entre os cantores sertanejos, cujos sucessos exercem uma FORÇA DE ATRAÇÃO sobre o público. As metáforas MICHEL TELÓ EM CAPA É OBJETO DE VENDA e MÚSICA DE MICHEL TELÓ É OBJETO DE ATRAÇÃO surgem da projeção entre os elementos dos *inputs* 1 e 2 ativados pelo contexto verbal e pictórico da capa, sendo, assim, as mais contextualizadas, por isso mais específicas.

Os contextos situacional, discursivo, corporal e cognitivo- conceptual fornecem uma base para postulação dessas metáforas. O contexto situacional diz respeito aos aspectos culturais e sociais ativados pela capa: o sucesso da música de Teló que o divulgou em vários países, como integrante de um segmento musical em ascensão, quando a matéria foi publicada. O contexto discursivo leva o público-alvo a identificar tanto os elementos estruturais característicos de capas de revistas, como um gênero discursivo em funcionamento na nossa cultura jornalística, quanto os elementos envolvidos na interação, como o conhecimento dos papéis sociais evocados pela capa: um conteúdo produzido pela equipe da revista para seduzir o provável comprador.

O contexto corporal relaciona-se, nesta capa, ao papel que a imagem de Teló e as mãos e braços dos fãs representam na construção se sentido da capa em sua relação com os sentidos do verbo *pegar*, cuja corporificação de sentidos fundamenta

o significado de segurar/conter algo e o de relação sexual evocado pelo refrão da música. Esse tipo de contexto está ligado ao contexto cognitivo-conceptual, que abarca a história de Teló e o que este cantor representa no cenário sertanejo, sobretudo a destacada mudança nos valores culturais abrangendo todas as classes.

Teló e toda a categoria dos artistas exercem uma atração sobre o público apreciador do segmento sertanejo, daí as metáforas postuladas no nível dos esquemas imagéticos: (ARTISTA DE) SUCESSO É PARA CIMA / (ARTISTA DE) SUCESSO É FORÇA. A metáfora PESSOAS SÃO OBJETOS surge das experiências com objetos de forma, daí pessoas e objetos são metaforicamente conceptualizados como OBJETO.

As metáforas contextualizadas, postuladas a partir da imagem e texto da capa sobre Michel Teló e seu sucesso em todas as classes, surgidas das projeções no espaço-mescla, seguem o esquema subjacente VISUAL A É VERBAL B de Forceville (2017), devido à relação entre a manchete e a imagem de Michel Teló sendo pego por fãs. A relação entre esses elementos levam as metáforas MÚSICA DE MICHEL TELÓ É OBJETO DE ATRAÇÃO e MICHEL TELÓ EM CAPA É OBJETO DE VENDA ao status de multimodal contextual, em razão do sucesso musical do cantor e da atração do público leitor, a quem a revista quer vender a edição.

Podemos considerar a rede de conceptualização da capa *Teló vai te pegar* um caso rede de escopo duplo, porque os espaços iniciais de *input* são fundamentados por *frames* distintos, que fornecem material conceptual para construção de sentido do espaço-mescla. Porém, postulamos uma assimetria no papel dos *frames* dos *inputs* para construção de sentidos, visto que os elementos ligados ao *frame* MICHEL TELÓ são predominantes na conceptualização, em razão de seu papel na cultura musical. O *frame* do I1 desempenha uma função discursivo-pragmática, na medida em que contextualiza o conteúdo a ser tratado na revista.

Analisando as imagens, de acordo com os preceitos da GDV de Kress e Van Leeuwen (2006), observamos a ação de fãs, sendo representados apenas pelos braços e mãos, agarrando o corpo do cantor Teló, configurando a construção de sentido como uma estrutura acional transacional. A Figura 20 ilustra Teló e os fãs, ativados metonimicamente por braços e mãos, como participantes representados em destaque no centro da capa da revista.

Figura 20 – Construção de significado sociosemiótico da capa *Teló vai te pegar*



Fonte: A autora, 2023.

Em termos de significado interacional, o olhar do Teló é direcionado para o leitor da capa da revista: os participantes interativos, configura o estabelecimento de um contato por demanda. O fato de Teló ser representado no plano médio, retratado da cabeça ao início das pernas, revela uma proximidade socialmente aceita em nossa cultura entre o artista e o público leitor da revista. Em relação à perspectiva contruída pela forma como Teló é retratado na capa, o ângulo frontal (corte horizontal), ao nível dos olhos (ângulo vertical), constroi uma maior intimidade e igualdade com seu público. Essa interação é reforçada pelo sorriso do autor e pelos braços e mãos de seu público, esta última imagem imprime uma atitude subjetiva à forma como os participantes representados interagem com o leitor.

Na construção do significado composicional, destacamos o enquadramento coeso, aliado ao recurso da saliência, em que a foto de Teló se sobrepõe ao fundo claro, incluindo o nome da revista, cuja letra *o* é substituída pela cabeça do cantor. A cor e o tamanho da letra da manchete "Ele ainda vai te pegar", em contraste com a vestimenta preta do cantor, também tornam saliente a composição da capa, que chamam à atenção do público leitor para o sucesso do cantor Teló, que estaria alcançando uma camada da sociedade mais elitizada.

O nome do cantor também aparece em vermelho no texto do lide, explicando a manchete: “Com o sucesso ‘Ai se eu te pego’, o cantor paranaense Michel Teló traduz os valores da cultura popular para os brasileiros de todas as classes”. Dessa forma, o lide ressalta, em termos de valor informacional, uma informação sobre a realidade do cenário musical. Essa realidade é materializada por uma modalidade naturalística, com traços abstratos, devido aos braços e mãos das/dos fãs que pegam Teló, assim como são pegos por ele.

4.3 Capa *Veja* 1986

Figura 21 – Capa *Campanha eleitoral*



Fonte: *Veja*, 1986.

A capa mostra os principais políticos de cada estado, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, destacando aqueles que estavam em mais evidência e força naquela região, de acordo com a pesquisa eleitoral da revista *Veja*, realizada em 1986. A

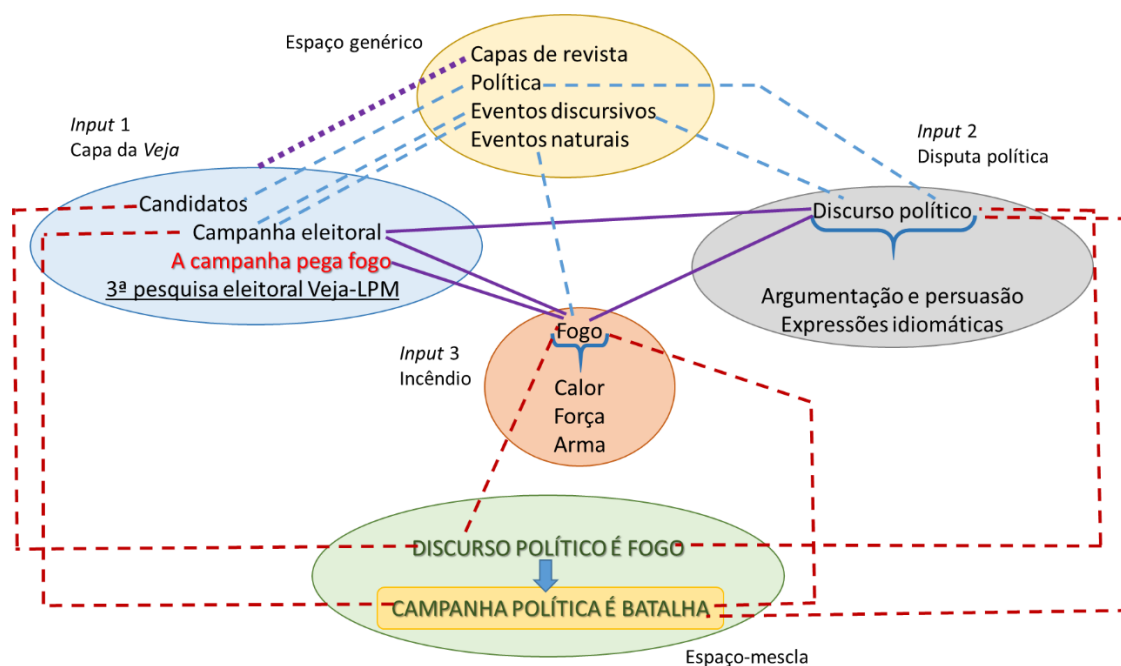
pesquisa da *Veja*, conforme mostra a matéria, aponta Orestes Quércia do PMDB como o principal candidato da cidade de São Paulo, enquanto no Rio de Janeiro o principal candidato apontado é Moreira Franco do PMDB, seguido por Darcy Ribeiro do PDT que se fortaleceu com o movimento Brizola. O principal nome apontado em Minas Gerais é do candidato Newton Cardoso do PMDB. A matéria da revista também mostra os resultados de outros estados como: Bahia, Ceará, Rio Grande do Sul, Paraná, Goiás e Pernambuco, todos com candidatos do PMDB na primeira posição de acordo com a pesquisa da *Veja*. Essa mesma manchete “A campanha pega fogo” pode ser verificada também na revista *Época* de 1998, conforme mostramos no Quadro 1, ambas tratando sobre política.

Sabemos que toda campanha política é pautada em discursos calorosos que visam defender suas ideias e projetos políticos; logo, várias metáforas conceptuais podem ser acionadas em nossas mentes, como, por exemplo, CAMPANHA POLÍTICA É BATALHA e DISCURSO POLÍTICO É FOGO, melhor analisadas adiante. A principal arma de um debate político são os argumentos bem contruídos e fundamentados, por isso os candidatos à eleição precisam defender ideias e se rebater possíveis ataques de seus adversários. Assim como em lutas há um confronto físico, na campanha política tal embate também fica evidenciado no plano das ideias.

Assim como os discursos políticos são conhecidos por serem calorosos, a campanha política também é conhecida dessa forma, a própria matéria da revista destaca que o cenário dos votos podem mudar a qualquer momento no calor da reta final da campanha política. Esse estado instável da campanha aciona em nossa mente um sinal de alerta da mesma forma que o elemento fogo nos alerta. A expressão “pega fogo” é usada metaforicamente para conceptualizar o debate no plano das ideias. Em Secundino (2018), o grupo de sentido 5 (*pegar ideias*) é licenciado pela metáfora conceptual IDEIAS SÃO OBJETOS. Diferente dos outros grupos, aqui o CONTATO do TRAJETOR com o MARCO se dá no plano nocional. Assim, os enunciadores conceptualizam as ideias como coisas materiais, passíveis de serem “pegas”.

Na Figura 22, expomos a rede de integração postulada para conceptualização da capa *Campanha eleitoral*.

Figura 22 – Conceptualização da capa *Campanha eleitoral*



Fonte: A autora, 2023.

A rede da Figura 22 pode ser categorizada como múltipla, visto que foi configurada com três espaços de iniciais de *input*, que projetam elementos e relações entre estes no espaço-mescla para construção do sentido. Os espaços iniciais são sustentados pelos domínios-matriz CAPAS DE REVISTA, POLÍTICA, EVENTOS DISCURSIVOS e EVENTOS NATURAIS, ativados pelos elementos do espaço genérico, a saber: “Capas de revista”, “Política”, “Eventos discursivos” e “Eventos naturais”.

O I1 reúne elementos que especificam o *frame* CAPA DA VEJA, menos esquemático em relação ao domínio-matriz CAPAS DE REVISTA, onde é destacada a matéria sobre o andamento da campanha. Logo, o I1 abarca os elementos verbais e pictóricos da capa: foto dos candidatos com melhor desempenho na pesquisa, citada no lide e a manchete “A campanha pega fogo”, numa relação conceptual (ou vital) PARTE-TODO.

O I2 reúne elementos que especificam o *frame* DISPUTA POLÍTICA, ligado ao domínio-matriz mais esquemático POLÍTICA. O *frame* DISPUTA POLÍTICA, em termos de sua realização verbal, também está ligado domínio-matriz EVENTOS DISCURSIVOS, visto que eleições são ganhas por meio de debates, apresentação de propostas, comícios, slogans criativos, entre outras estratégias comunicativas para convencimento dos

eleitores que caracterizam o “discurso político”, um tipo de EVENTO DISCURSIVO. Daí a presença dos elementos “Discurso político”, “Argumentação e persuasão” e “Expressões idiomáticas”, sendo os dois últimos elementos mecanismos partes do primeiro, por meio de uma relação PARTE-TODO, assinalada pela chave horizontal.

O terceiro *input*, fundamentado pelo *frame* INCÊNDIO, apresenta o elemento “fogo”, ativado nesse espaço-mental devido à expressão “pega fogo” da manchete. Incêndios relacionam-se metonimicamente ao domínio-matriz EVENTOS NATURAIS, que podem ser provocados por elementos naturais ou ação humana. A construção *pegar fogo* é usada na conceptualização de eventos que envolvem reações emocionais que provocam respostas físicas, devido a disputas e divergências de opiniões, como é o caso do discurso político típico de campanhas eleitorais.

Tais respostas físicas devem-se ao aumento da temperatura corporal em resposta a emoções, metaforicamente associada ao calor do fogo, que, por sua vez, se apresenta como uma força destruidora de uma arma, ou fornecedora de energia combustível. Assim, os elementos do I3 apresentarem o “fogo” e suas características, ligadas via PARTE-TODO, “calor”, “força” e “arma”.

Expressões idiomáticas relacionadas aos quatro elementos básicos da natureza são comuns: (i) “Em terra de cegos, quem tem um olho é rei”, para se referir a pessoas distraídas ou negligentes, ou quem não perde uma boa oportunidade; (ii) “Nossos planos falharam, o projeto não foi aprovado, foi tudo por água abaixo”, com sentido fracassar; (iii) “Suas intenções ficaram no ar”, com sentido de subentendido; entre outros elementos naturais, como *palavras ao vento*, em (iv) “Antes de jogar palavras ao vento, lembre-se que o vento pode soprar em você”, com sentido de fale menos, fale responsabilmente.

O emprego de *pega fogo* na manchete revela o acirramento da campanha eleitoral no plano discursivo, daí as metáforas contextualizadas sugidas das projeções dos *inputs* no espaço-mescla: CAMPANHA POLÍTICA É BATALHA e DISCURSO POLÍTICO É FOGO, em razão do calor e da força bélica do fogo metaforicamente representado em discursos de campanhas inflamados com objetivo de vencer oponentes políticos. Essas metáforas surgem das relações conceptuais entre os inputs, a saber:

- (i) PARTE-TODO entre “campanha eleitoral” (I1) e “discurso político” (I2), visto que este é PARTE do sucesso e eficácia daquela, além da imagem e outros fatores que compõem o perfil dos candidatos;

- (ii) CAUSA-EFEITO entre “campanha eleitoral” (I1), “fogo” (I3) e “discurso político” (I2), já que discursos políticos fortes e eficazes levam ao sucesso da campanha eleitoral;
- (iii) ANALOGIA e REPRESENTAÇÃO entre “discurso político” (I2) e “fogo” (I3), visto que o debate político caloroso representa uma disputa acirrada que causa “fogo” na briga eleitoral, por isso essas mesmas compressões ligam “manchete” e “fogo”.

Essas relações conceptuais entre os elementos dos *inputs* estão assinaladas na rede da Figura 22 pelas linhas sólidas roxas, que, em conjunto com as projeções, marcadas pelas linhas tracejadas azuis e vermelhas entre os espaços marcam a INTENCIONALIDADE do conteúdo da capa de destacar a matéria sobre eleições, chamando a atenção do público leitor para o cenário de BATALHA com que a CAMPANHA pode ser conceptualizada, devido a relação entre DISCURSO POLÍTICO e FOGO. Os contextos situacional, discursivo, cognitivo-conceptual e corpóreo embasam a conceptualização postulada.

Os elementos verbo-pictóricos da capa baseiam-se nos acontecimentos socioculturais em curso no período das eleições de 1986 (contexto situacional), que ligado à experiência com discursos políticos (contexto discursivo) e elementos naturais que causam reações corpóreas (contexto corpóreo) levam à conceptualização metafórica de campanha eleitoral como batalha, configurando o contexto cognitivo-conceptual. Assim, as bases socioculturais, corpóreas e discursivas licenciam o pensamento metafórico postulado.

Os pensamento metafórico sobre a campanha eleitoral de 1986 evocado pela capa da *Veja* é materializado pelos significados sociossemióticos evocados pela configuração da capa. Nesta, políticos figuram como participantes representados, chamando a atenção dos participantes interativos (público leitor), por meio de uma estrutura narrativa acional não transacional, porque apenas os políticos esboçam ações nas respectivas fotos, sem direcioná-las a nada ou a ninguém.

As feições positivas na maioria das fotos estabelece contato por oferta com os leitores, promovendo uma interação social em que não direcionam seus olhares diretamente observador, mas ficam disponíveis como informação de que seus desempenhos na campanha são superiores aos de outros candidatos. No caso da foto de Moreira Franco, podemos vislumbrar um contato por demanda, devido ao seu olhar direto e rosto sério, de modo a reforçar seu papel na campanha. Assim, é estabelecida

uma interação social marcada por intimidade entre participantes representados (candidatos) e observadores, devido ao plano fechado. Como apontamos na fundamentação teórica, as fotos da capa do tipo 3x4 podem ser interpretadas metonimicamente como um elemento focal para lembrança ou reconhecimento de uma pessoa – FACE PELA PESSOA.

Em termos de ângulo vertical com que os participantes representado e interativo são concebidos pelo produtor da imagem, observamos a construção de uma perspectiva pautada pela igualdade entre tais participantes, porque a imagem está ao nível dos olhos. No entanto, em termos de ângulo horizontal, alguns participantes estão sendo retratados num ângulo frontal, estabelecendo a interação de intimidade; outros, em um ângulo oblíquo, promovendo uma interação imparcial. Na Figura 23, as setas cor de rosa sinalizam uma perspectiva pautada pela interação mais íntima entre os participantes; as azuis marcam imparcialidade; as verdes ficam a meio caminho. Postulamos essa gradação com base não só no ângulo frontal ou oblíquo do rosto, mas também no semblante risonho ou neutro.

Figura 23 – Alguns recursos GDV observados



Fonte: A autora, 2023.

Em termos de significado composicional, relativo à união entre os elementos representacionais e interativos integradamente, podemos observar composição criada com base em um corte horizontal, visto que seus são distribuídos de cima para baixo. Na parte superior, abaixo do nome da revista, encontram-se informações novas, relevantes para o andamento do processo eleitoral acerca de pesquisas citadas no lide. Abaixo das informações novas, encontram-se as fotos dos candidatos, um conteúdo familiar para os leitores em potencial.

Os recursos do enquadramento e da saliência configuram uma composição ao mesmo tempo coesa e contrastante, em que fundo amarelo, representando o fogo⁴², contra as informações em letras grandes pretas da manchete e do lide, em letras menores, porém sublinhado em vermelho, que destaca a principal matéria da edição. A modalidade naturalista, impressa pelas fotos dos candidatos e as informações sobre o acirramento da campanha, apontado pela pesquisa de opinião, traços próximos à “realidade”, confere credibilidade às informações da capa, convidando potenciais leitores à compra da edição.

As metáforas postuladas a partir desse ato sociossemiótico podem ser consideradas contextuais, com base no esquema subjacente VERBAL A É VISUAL B, visto que a manchete, o lide e as fotos sobre o fundo amarelo compõem um quadro luminoso para sinalizar o andamento da campanha eleitoral.

⁴² Associamos à cor amarela ao fogo, tendo em vista que a chama do fogo pode apresentar tanto a cor azul (fogo do fogão), representando uma combustão completa, como também pode apresentar a chama amarela quando a combustão é incompleta (chama da vela). A chama amarela é conhecida como chama fria e a coloração se dá devido a presença do Carbono. A nossa interpretação também é reforçada e validada pelo fato de existirem tintas com o nome “amarelo fogo”, evidenciando que cognitivamente associamos o fogo à cor amarela, conforme o link <https://shop.turbotintas.com/tinta-poliester-lisa-amarelo-fogo-tt1154>

4.4 Capa *Veja* 1998

Figura 24 – Capa *Peguei AIDS do meu marido*



Fonte: *Veja*, 1998.

Na capa da *Época* (2010), foi retratado um brigadeiro no anzol para se referir a doença diabetes, mostrando a possibilidade de uma pessoa desenvolver a doença, devido às suas ações em termos de hábitos alimentares, muitas vezes inconscientes, daí metaforicamente *a doença pegar uma pessoa*. Na capa da *Veja* da Figura 24, observamos o mesmo sentido de *contrair doença*, em razão da manchete “Peguei AIDS do meu marido”, visto que, embora a forma verbal exiba uma aparente agentividade, devido ao tempo e à pessoa da conjugação do verbo, o sujeito sintático da frase da manchete é afetado pela doença, não um agente para o contágio.

Todavia, é possível observar diferenças em termos da conceptualização do caminho para o contágio das doenças evidenciadas pelas capas da *Época* e da *Veja*. Uma pessoa pode *ser pega pelo diabetes*, devido à obesidade causada por seus hábitos alimentares, ao passo que *pegar AIDS do marido* revela um afetamento disfarçado pela forma verbal, já que as próprias contaminadas denunciam o contágio, reforçando, portanto, o grau de afetamento, em razão da impossibilidade de defesa contra a contaminação.

A capa da revista *Veja* retrata vários rostos de mulheres que foram infectadas por seus parceiros e adquiriram AIDS (Síndrome da Imunodeficiência Adquirida), que

ataca diretamente o sistema imunológico, responsável por defender o organismo de doenças. A AIDS é adquirida através da infecção pelo vírus do HIV, cujo contágio pode ocorrer por meio da troca de fluídos corporais, como sangue, sêmen, secreções vaginais e leite materno.

No Brasil, a AIDS marcou a década de 80, período no qual apareceram os primeiros registros da doença, acometendo inicialmente o sexo masculino, em maior escala na região sudeste. De acordo com os dados do Ministério da Saúde, em 1998 (ano da capa da revista), o Brasil sofria com a epidemia da AIDS, pois, desde os primeiros casos registrados, a doença sofreu um crescimento exponencial.

A primeira fase da epidemia, que compreende até 1986, foi caracterizada pelos casos entre os homossexuais/ bissexuais, em sua maioria. Já a segunda fase (1987 a 1992), é marcada devido ao uso de drogas injetáveis, verificando-se o aumento de casos entre os heterossexuais. Nos últimos anos da década de 90, ocorre uma tendência de aumento de casos em mulheres, o que acarretou também em um aumento de casos de AIDS pediátrica. As mulheres, em sua maioria, contraíam a doença através de seus parceiros. Nesse cenário, a capa da *Época* (1998) cumpre o objetivo de alertar e conscientizar as mulheres sobre a importância da prevenção.

Toda epidemia envolve um sentimento de medo e insegurança, a AIDS, além desses sentimentos, ainda envolve o sentimento de vergonha por se tratar de uma doença tão estigmatizada, envolta em preconceito por parte da sociedade. Na capa, com base na psicologia das cores (SANTOS, s.d.; THIEL, 2019; RAPHAEL, 2023), podemos considerar o uso da cor vermelha como um recurso não só para chamar atenção, mas um sinal de alerta, urgência e perigo, sobre o sofrimento das mulheres infectadas pelos seus parceiros, cumprindo a função de alertar as mulheres para se protegerem sexualmente.

Foram encontrados, sob o domínio-matriz DOENÇA, cinco registros do sentido de *pegar doença* (contrair a doença ou ser atingido por ela), sendo três desses registros a doença infectocontagiosa HIV/ AIDS e as outras duas diabetes e COVID-19 (infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2). Esse sentido foi elencado como um subgrupo de *pegar objetos* (grupo 1) na categorização de Secundino (2018) e Secundino e Salés (2023), pois vírus é organismo que se aloja no corpo humano, causando-lhe danos; logo, um objeto estranho perigoso nas categorizações cotidianas do senso comum.

A matéria da revista *Veja* de 1998, intitulada “Dormindo com o inimigo”, traz relatos de mulheres que foram infectadas pela pessoa em quem mais confiavam, seus próprios maridos, a maioria das mulheres são mães e a maior parte delas só tomaram conhecimento da doença depois que seus parceiros adoeceram. Os homens geralmente escondiam a doença de suas parceiras, porque tinham medo do preconceito que enfrentariam de ser tachados como homossexuais pelos seus amigos. Já as mulheres tinham outra postura: assim que descobriam que estavam com o vírus do HIV, imediatamente já comunicam a família, buscavam apoio e tratamento. Na Figura 25, destacamos o perfil das mulheres infectadas pelos seus maridos e algumas frases típicas verbalizadas diante do diagnóstico.

Figura 25 – Perfil das mulheres e reações opostas de homens e mulheres

Reações opostas	
Frases típicas de homens e mulheres ao ser informados que estão contaminados pelo vírus da Aids, conforme depoimentos de médicos e pacientes colhidos por VEJA	
HOMENS	MULHERES
“Não é verdade. Vou fazer outro exame”	“É injusto. Nunca fiz nada para pegar Aids”
“Vão pensar que sou gay”	“Vou morrer. Quem vai cuidar dos meus filhos?”
“Vou levar a vida como se nada tivesse acontecido”	“Meus filhos precisam fazer um teste para saber se também estão contaminados”
“Minha mulher não pode saber”	“Meu marido me traiu. Eu mato aquele miserável”
“Não vou contar para ninguém”	“Vou contar para a minha família. Eles vão saber entender”
“Se minha mulher também pegou Aids, a culpa é minha”	“Não vou me separar porque não terei como me sustentar”
Comportamento de homens e mulheres heterossexuais. Não inclui homossexuais, viciados e pacientes de transfusão de sangue	

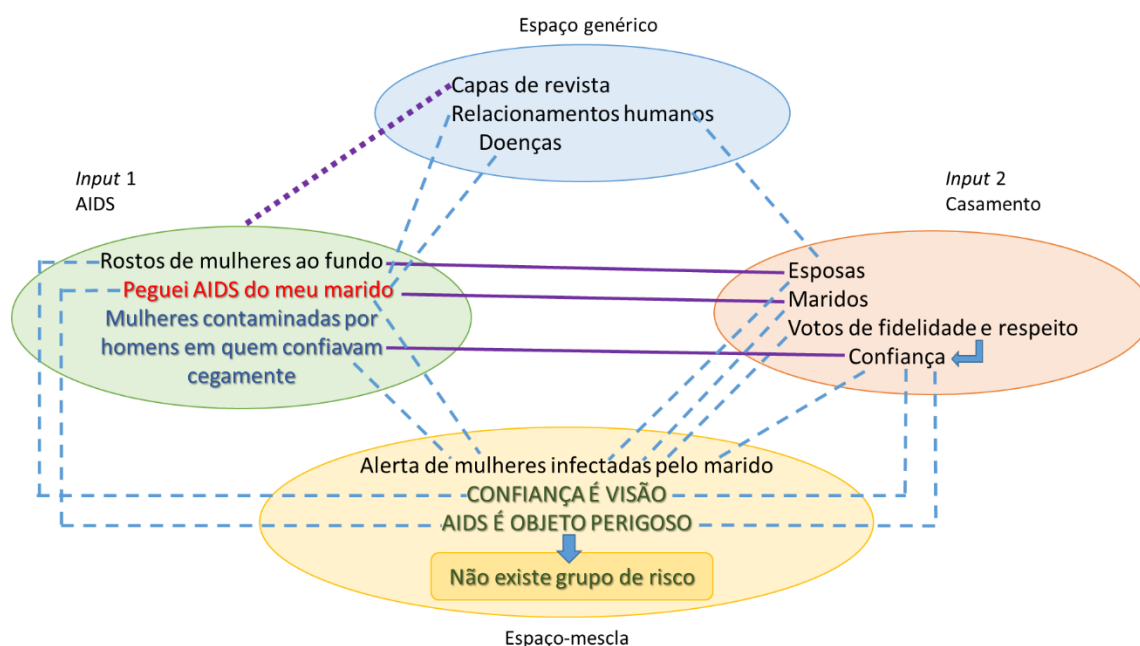
Perfil das mulheres infectadas pelos seus maridos:

- 76% são mães;
- 71% foram contaminadas por parceiros fixos;
- 59% descobrem que estão doentes depois que o marido adoece;
- 51% tem até o primeiro grau completo;
- 41% tem entre 25 e 35 anos;
- 40% trabalham.

Fonte: Matéria da revista *Veja*, 1998.

Na Figura 26, expomos a conceptualização proposta para a capa *Peguei AIDS do meu marido*, apontando o caminho conceptual para a tese da matéria central da edição: “não existe grupo de risco”.

Figura 26 – Conceptualização de *Peguei AIDS do meu marido*



Fonte: A autora, 2023.

Consideramos a rede de integração da Figura 26 um caso de escopo duplo, porque os elementos verbo-pictóricos da capa ativam dois *frames* distintos que fornecem material conceptual para construção de sentido no espaço-mescla. No I1, o *frame* AIDS é preenchido com valores ligados especificamente à transmissão da referida doença entre esposas e marido. Nesse contexto, o I2 reúne elementos ligados *frame* CASAMENTO, em especial, valores ligados aos “votos de fidelidade e respeito”, que levam (ou deveriam levar) à “confiança” entre os cônjuges, por meio de uma relação conceptual CAUSA-EFEITO.

Os *frames* dos *inputs* 1 e 2, integram domínios-matriz mais esquemáticos dos quais fazem parte, ativados pelos elementos do espaço genérico, a saber: CAPA DA VEJA-CAPAS DE REVISTAS; AIDS-DOENÇAS; CASAMENTO-RELACIONAMENTOS HUMANOS. A relação PARTE-TODO entre nosso conhecimento sobre capas de revistas em geral e capa da *Veja* é sinalizado na rede pela linha pontilhada roxa. Assim, no I1, encontram-

se os elementos “rostos de mulheres ao fundo”, frase da manchete e texto do lide, também ligados por PARTE-TODO, mesma relação conceptual ativada entre os elementos do I2: “esposas”, “maridos”, “votos de fidelidade e respeito”, “confiança”.

Entre os *inputs*, ocorrem as seguintes relações conceptuais ou vitais: (i) REPRESENTAÇÃO, PARTE-TODO e PAPEL-VALOR entre “rostos de mulheres ao fundo” (I1) e “esposas” (I2), visto que as fotos de mulheres reais são valores para o papel de “esposas” na instituição social casamento, representando aquelas que foram contaminadas pelos seus maridos. As mesmas relações vitais são estabelecidas entre “maridos que contaminaram suas esposas”, citados na manchete (I1), e o papel social de “maridos” (I2) em um casamento; (ii) ANALOGIA e PAPEL-VALOR entre “confiança cega”, citada no lide (I1), e a “confiança” naturalmente surgida dos votos de fidelidade e respeito firmados em um casamento. Essa ANALOGIA é cancelada no espaço-mescla por meio da relação vital DESANALOGIA, quando as esposas são contaminadas e surpreendidas quando seus maridos adoecem.

As projeções e as compressões entre e dentro dos *inputs*, assinaladas pelas linhas tracejadas, são reforçadas no espaço-mescla, em que, além do “alerta de mulheres infectadas pelo marido”, como um testemunho da realidade, envolvendo a transmissão do vírus HIV, ativam o pensamento metafórico por meio de CONFIANÇA É VISÃO e AIDS É OBJETO PERIGOSO. A primeira metáfora baseia-se na quebra da confiança cega das esposas, que não percebem as ações de seus maridos até que seja tarde.

A segunda metáfora está ligada ao esquema imagético OBJETO e ao verbo *pegar* da manchete, devido ao fato de pensarmos doenças como objetos que podem ser pegos metaforicamente. No espaço-mescla, surge como uma estrutura emergente, por meio da relação vital INTENCIONALIDADE, marcada pelo retângulo amarelo, a tese de que “não existe grupo de risco”, na medida em que esposas (ou mulheres em relacionamento com um único parceiro), supostamente fora de grupos de risco, como homossexuais e hemofílicos.

A metáfora CONFIANÇA É VISÃO pode ser descrita sob o esquema subjacente VISUAL A É VERBAL B, pois os rostos das mulheres contaminadas, ao fundo em toda a capa, materializam a manchete e o lide. Para a metáfora AIDS É OBJETO PERIGOSO, propomos o esquema subjacente VERBAL A É VISUAL B, já que o foco está no texto da manchete e do lide sobre uma moldura vermelha, ressaltando a periculosidade da AIDS e sua facilidade de transmissão, além do drama relativo ao contágio dos maridos, em uma quebra de confiança, esperada em um casamento.

Todos os aspectos da conceptualização são ativados pelos elementos verbo-pictóricos da capa que funcionam como um ato sociossemiótico que busca a atenção dos leitores. As esposas infectadas pelos seus maridos são participantes representadas que se dirigem aos participantes interativos por meio de seus rostos, por meio de uma estrutura narrativa acional não transacional, na medida em que transacional apenas o participante representacional esboça a ação de direcionar seus olhares ao público leitor.

Esse esboço de ação configura, em termos de significado interacional, uma interação social com os potenciais leitores da revista, ao estabelecer um contato por demanda com estes, devido à “linha do olhar do participante representado na imagem” (VICENTINI, 2023, p. 88). Assim, os rostos das esposas oferecem um testemunho do alerta da manchete, ficando disponíveis como informação para os leitores.

Devido ao plano fechado e frontal das fotos dos rostos das esposas, podemos perceber uma relação imaginária de intimidade e igualitária entre os participantes representando e interativo, a fim de promover certa familiaridade. O caráter testemunhal dos rostos das infectadas, em interação com as informações verbais, reforça o alerta de que todos fazem parte de um único grupo: pessoas que precisam ser alertadas sobre o risco de contágio.

Postulamos para o valor informativo do significado composicional uma configuração em dois níveis, devido à sobreposição da moldura vermelha sobre o fundo com os rostos das mulheres. Essa moldura desempenha um papel sociossemiótico de destacar a promessa de confirmação dos votos de um relacionamento pautado por respeito e fidelidade e a quebra de confiança, em razão da transmissão do vírus da AIDS pelos maridos, expressa na manchete.

O enquadramento é estabelecido pela separação entre a imagem de fundo com os rostos e a moldura vermelha com os textos da manchete e do lide, criando uma espécie de desconexão entre os elementos que compõem a capa. Assim, a moldura vermelha torna saliente a manchete e o lide, assim como, por contraste, os rostos com a cor da cútis das esposas, reforçando as consequências da quebra de confiança, apontada na informação verbal da capa.

Os elementos composicionais de construção do significado da capa conferem credibilidade ao anúncio da matéria destacada, caracterizando uma modalidade naturalística, com os traços realísticos dos rostos das esposas. Logo, a capa retrata o drama ligado à proliferação do vírus da AIDS em uma camada da sociedade

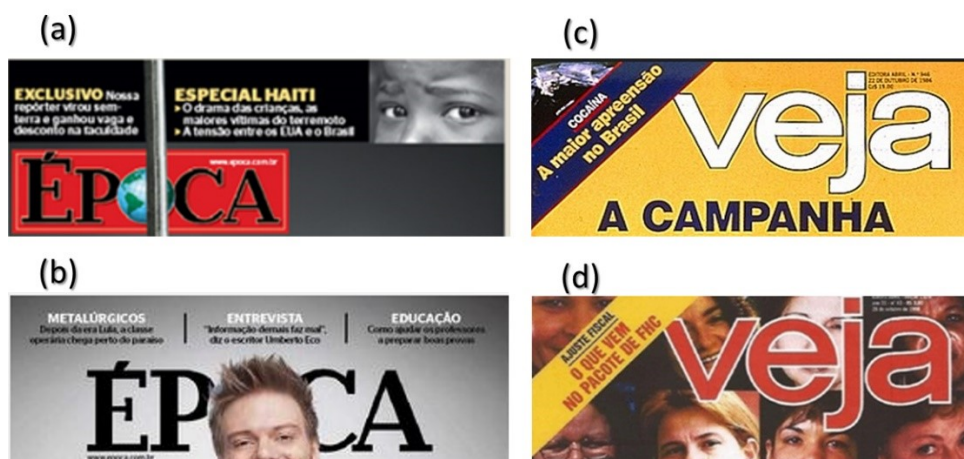
considerada fora do grupo de risco, reforçando a INTENCIONALIDADE do alerta da manchete e da matéria.

4.5 Capas *Capricho* 2009, 2011 e 2013

Diferente das revistas analisadas nas seções anteriores, as capas da *Capricho* não exibem uma relação entre a imagem da capa e a manchete em que aparece o verbo *pegar*. Na capa de 2009, a foto em destaque de Vanessa Hudgens, uma californiana de 20 anos, vinda de uma família milionária, que se tornou conhecida por protagonizar o musical *High School Musical*, está relacionada à matéria sobre como conciliou a carreira e o namoro com o ator e cantor Zac Efron. Na edição de 2013, a foto do casal Sophia e Fiuk está relacionada ao tema da edição, especialmente voltada para falar de relacionamento amoroso. Na matéria da revista, há uma entrevista do casal, contando um pouco da intimidade deles. Logo em seguida, uma seção que mostra alguns jovens atores solteiros, matéria anunciada com a expressão “pegava fácil”.

Além disso, há chamada para várias matérias das edições, sem dar destaque a uma grande matéria, como ocorre nas capas da *Época* e da *Veja*, em que uma a três manchetes secundárias, menos destacadas, são apresentadas na parte superior. Na Figura 27, ilustramos essa característica.

Figura 27 – Manchetes secundárias



Fonte: A autora, 2023.

Nas capas da *Capricho*, diferentemente, são apresentadas cinco a sete manchetes, algumas mais destacadas por meio do tamanho e da cor das letras. Outra característica comum às duas capas da *Capricho* é fato de a conceptualização de ambas envolver uma rede simples com dois espaços de *input*, porém um único *frame*. Nesse tipo de rede, um dos espaços de entrada ativa um papel (ou função), cujos valores são preenchidos por elementos do outro espaço.

Na capa da Figura 28, o único *frame* é o de MODA FEMININA, que fundamenta os elementos ativados no I2, ligado ao domínio-matriz MODA, de natureza mais esquemática, presente no espaço genérico. Os elementos ativados pela manchete da capa, “13 maneiras de usar os vestidos que vão pegar nesta estação!”, no I1, são valores de 2009 para MODA FEMININA. O conhecimento sobre CAPAS DE REVISTA, domínio-matriz mais esquemático, também no espaço genérico, permite a identificação das manchetes na capa da *Capricho*.

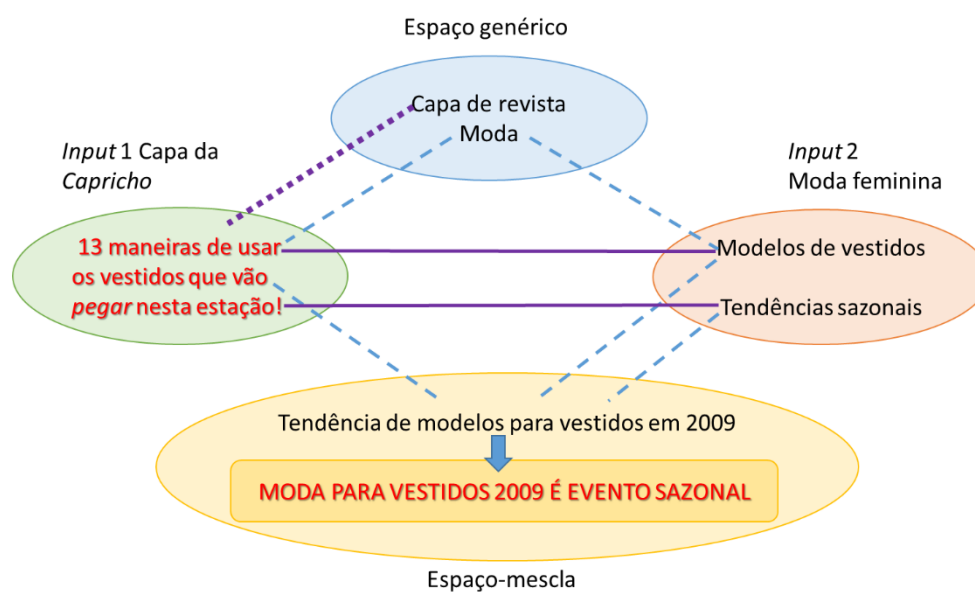
Na matéria são apresentadas as 13 maneiras de usar os vestidos, a saber: 3 formas de usar o vestido “balonê”, uma forma de usar o vestido “longo”, 2 formas de usar o vestido “camadas” (uma modelo usa esse vestido com a meia calça colorida, enquanto a outra usa o vestido sem meia calça), 2 formas de usar o vestido “micro curto” (com salto ou sapatilha), 2 formas de usar o vestido “jeans” (escuro e claro) e 3 opções de usar o vestido “camiseta”, com calça legging ou bermuda ciclista, alternando com sapatilha, tênis e salto alto. Esse modelo de vestido se encontra na moda 2024, depois de ser esquecido por um longo período, uma evidência do caráter sazonal e cíclico da moda. Na Figura 29, apresentamos a rede simples postulada para conceptualização da manchete sobre moda em vestidos em 2009 na capa da Figura 28.

Figura 28 – Capa *Tendência em vestidos*



Fonte: *Capricho*, 2009.

Figura 29 – Conceptualização de *Tendência em vestidos*



Fonte: A autora, 2023.

Como podemos observar na rede da Figura 29, os elementos ativados pela manchete da capa preenchem com valores específicos o *frame* MODA FEMININA: “modelos de vestidos” e “tendências sazonais”. O emprego do verbo *pegar*, nesse caso, com sentido específico de *pegar tendência*, pode ser considerado um subgrupo de *pegar ideias*, visto que as tendências em moda são ideias a pegadas, daí a relação com IDEIAS SÃO OBJETOS.

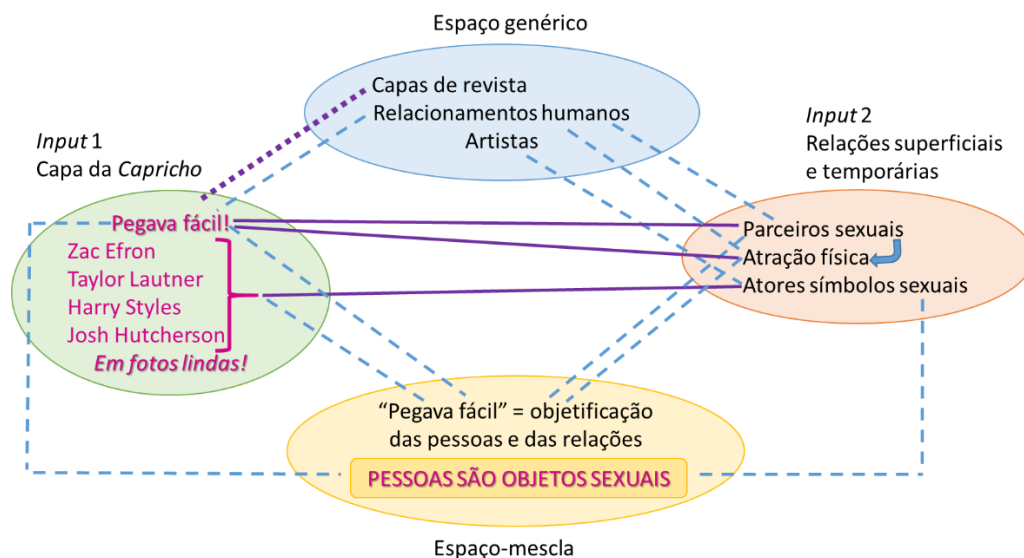
Na rede papel-valor proposta, os valores ativados pela manchete acerca das 13 maneiras de usar os vestidos da moda levam à metáfora contextualizada MODA PARA VESTIDOS 2009 É EVENTO SAZONAL. Essa metáfora está ligada à metáfora MODA É EVENTO SAZONAL, mais esquemática em nível de domínio-matriz. A metáfora surgida na mescla como uma estrutura emergente, registrada no retângulo amarelo, decorre das relações conceptuais PAPEL-VALOR e PARTE-TODO entre os elementos evocados pela manchete do I1 e os elementos do *frame* MODA FEMININA do I2. Em razão da coativação de compressões PAPEL-VALOR e PARTE-TODO, podemos considerar a rede simples, baseada nessas relações vitais, dentro de um único *frame*, como uma rede metonímica.

Nas Figuras 30 e 31, apresentamos, respectivamente, a capa da edição 2013 e a rede para conceptualização da capa da *Capricho Pegava fácil*.

Figura 30 – Capa *Capricho* 2013



Fonte: *Capricho*, 2013.

Figura 31 – Conceptualização de *Pegava fácil*

Fonte: A autora, 2023.

Na rede da Figura 31, o espaço genérico abriga elementos ligados à ativação dos domínios-matriz CAPAS DE REVISTA, RELACIONAMENTOS HUMANOS e ARTISTAS. O domínio-matriz CAPAS DE REVISTAS organiza conceptualmente nosso conhecimento capas de revistas em geral, e sua função como um gênero que destaca as matérias importantes da edição da *Capricho*, daí a relação PARTE-TODO entre CAPAS DE REVISTA e CAPA DA CAPRICHIO.

Os domínios-matriz RELACIONAMENTOS HUMANOS e ARTISTAS abarcam, também por meio da relação conceptual PARTE-TODO, RELAÇÕES SUPERFICIAIS E TEMPORÁRIAS e "Atores símbolos sexuais", este último como elemento do *frame* do I2, ligado metonimicamente a artistas citados na manchete (I1), cuja atração física (I2) funciona como um aspecto ligado a parcerias sexuais em RELAÇÕES SUPERFICIAIS E TEMPORÁRIAS.

O *frame* predominantemente subjacente à construção de sentido da rede proposta, ativada por "pegava fácil", sucedida pelos nomes dos artistas símbolos sexuais, é RELAÇÕES SUPERFICIAIS E TEMPORÁRIAS. Tais relações são pautadas por envolvimento sexuais, motivados por atração física, daí as relações CAUSA-EFEITO e PARTE-TODO entre os elementos "parceiros sexuais" e "atração física" no I2. Também podemos estabelecer as mesmas relações conceptuais entre "atração física" e "atores símbolos sexuais" (I2), citados na manchete (I1), de modo a chamar a atenção do

público leitor para uma matéria que consiste em fotos de Zac Efron, Taylor Lautner, Harry Styles e Josh Hutcherson, conforme ilustramos, na Figura 32, sobre o primeiro ator citado na manchete, ao lado de um excerto da matéria “Solteiros dos sonhos”.

Como podemos observar no excerto, após a idade de cada ator citado, é informado quem cada um “Já pegou”, revelando nomes de ex-namoradas. Após esse tipo de informação, são citadas características pessoais (cf. Anexo A), como a beleza em “Tanquinho a vista”, no excerto sobre Zac Efron. Dessa forma, esses atores são valores para o papel de “atores símbolos sexuais”, metonimicamente tomados como membros de uma categoria: MEMBRO PELA CATEGORIA, um tipo de metonímia PARTE-TODO.

Entre os *inputs*, ocorre as seguintes relações conceptuais: (i) CAUSA-EFEITO entre “pegava fácil”, “parceiros sexuais” e “atração física”; (ii) PAPEL-VALOR e PARTE-TODO entre os atores citados na manchete e “atores símbolos sexuais”. Essas relações conceptuais são reforçadas no espaço-mescla em que a expressão “pegava fácil” expressa a objetificação das pessoas e das relações humanas, daí a metáfora contextualizada PESSOAS SÃO OBJETOS SEXUAIS.

Figura 32 – Excerto da matéria *Solteiros dos sonhos*



Fonte: Montagem feita pela Autora a partir de *Capricho*, 2013.

Assim, a expressão “pegava fácil”, usada para se referir às relações que coisificam as pessoas, pode ser considerada uma expressão linguística metafórica para as metáforas PESSOAS SÃO OBJETOS SEXUAIS e PESSOAS SÃO OBJETOS, esta última mais esquemática. Tal sentido foi elencado por Secundino (2018) no grupo 2 (*pegar seres animados*), posteriormente subagrupado por Secundino e Saliés (2023) em (2d) *pegar* com conotação de relações sexuais, visto que não se trata mais de *pegar* objetos e sim pessoas, visando ao relacionamento carnal.

Em termos dos recursos descritivos da GDV, as manchetes com o verbo *pegar* das capas da *Capricho* 2009 e 2013 não destacam matérias principais das respectivas edições, nem dialogam com as fotos. Na edição de 2009, a cor rosa do “13” é único elemento que destaca a manchete sobre moda para vestidos na estação. A mesma cor rosa é usada para destacar a manchete da edição de 2013, sobretudo em uma edição especial voltada para abordar relacionamentos amorosos.

O estilo de capa das edições da *Capricho* pode estar ligado ao público-alvo da revista, que, desde a década de 80 do século XX, passou a se voltar as adolescentes, adotando, segundo Ferreira (2011, p. 20), o “*slogan* ‘a revista da gatinha’”. Um público acostumado a lidar com variados assuntos. Essa mudança de perfil pode ser observada na capa da edição de 1970, em que a famosa na capa não é adolescente, mas uma “moça moderna”, conforme *slogan* “a revista da moça moderna” (FERREIRA, 2011, p. 20), adotado desde 1952, quando a revista foi lançada, voltada para mulheres jovens.

Nas 12 capas da *Capricho* levantadas, sempre há foto de pessoas famosas, como fundo para várias manchetes, ligadas a temas de interesse de um público jovem, como dicas sobre moda, maquiagem e escolha profissional, notícias sobre o(a) famoso(a), anúncios de prêmios. Em mais 3 capas, além da edição 2009, encontramos manchetes iniciadas com número em cor rosa e laranja.

Assim, a interação entre os participantes representado e interativo (público leitor), nas edições 2009 e 2013, é estabelecida por meio de uma estrutura narrativa acional não transacional, visto que apenas os famosos dirigem seus olhares ao observadores, convidando-os a comprar a revista, a partir de um contato por demanda, de modo a sumilar uma relação com os potenciais compradores. Essa relação se deve à configuração da imagem em um plano médio, porque as fotos retratam os famosos além dos ombros, o que remete a uma distância socialmente

aceita para um cenário em que os corpos dos famosos são tomados como exemplos estéticos a serem seguidos pelo público-alvo da revista.

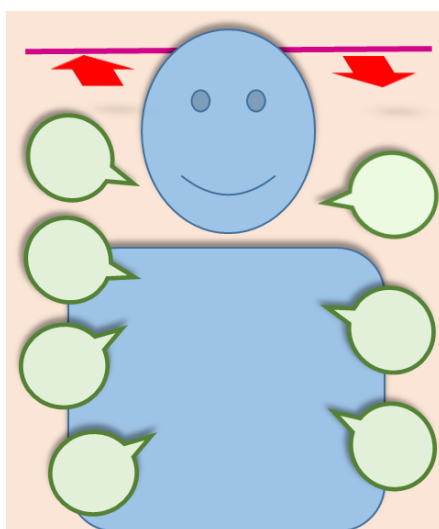
Tal recurso, aliado ao plano frontal e à posição da câmara ao nível dos olhos com que os famosos são retratados, contrói uma perspectiva subjetiva pautada intimidade e igualdade. Não consideramos a capa 2013 como um caso de ângulo de imagem oblíquo, porque o casal, embora com os corpos de lado, se encontra em um abraço com os rostos de frente para os observadores.

No que tange ao significado composicional, em termos de valor informativo, enquadramento e salência, com base em Bernardo (2024, comunicação pessoal),

a imagem dos famosos centro-espraiados em zoom e ao meio-fundo, sem linhas ou molduras separando fotos e manchetes, leva à postulação de uma composição fundo-meio-frente em zoom. Nessa configuração de significado composicional, a informação mais familiar, como o nome da revista, fica ao fundo-superior, a foto dos famosos a meio caminho entre o fundo com o nome da revista e as manchetes às margens da foto. Por se tratarem de pessoas famosas, conhecidas do público leitor da revista e destacadas pelo seus papéis sociais na mídia, os famosos fotografados chancelam as manchetes em torno de sua imagem, mediando o elemento conhecido, a revista, e as matérias anunciadas na edição que apresentam, as informações novas.

Na Figura 33, apresentamos o esquema dessa configuração proposto por Bernardo (2024, comunicação pessoal).

Figura 33 – Significado composicional em tríptico 3D



Fonte: Bernardo, 2024, comunicação pessoal.

Na Figura 33, as setas vermelhas representam o movimento da leitura através dos níveis de composição com que as informações verbo-pictóricas são apresentadas de trás para frente, ou de frente para trás, em uma espécie de movimento (zoom). Os balões de fala simbolizam as manchetes anunciadas pela revista, tendo como elemento de destaque a foto de famosos relevantes para o perfil do público-alvo da revista. A linha rosa assinala o nome da revista. Segundo Bernardo (2024, comunicação pessoal), essa configuração de significado composicional pode ser denominada *tríptico 3D*.

Esse tipo de enquadramento, mais do que um ângulo ao nível dos olhos, que expressa uma igualdade entre os participantes representado e interativo, atrai o observador, apesar da quantidade de texto da capa. O recurso da saliência, em relação a uma hierarquia em termos de manchete, também é expresso pelo tipo da letra, como observamos na edição 2009, que destaca o nome de Vanessa Hudgens, e pela cor e sombreado de algumas manchetes, como no caso da edição 2013.

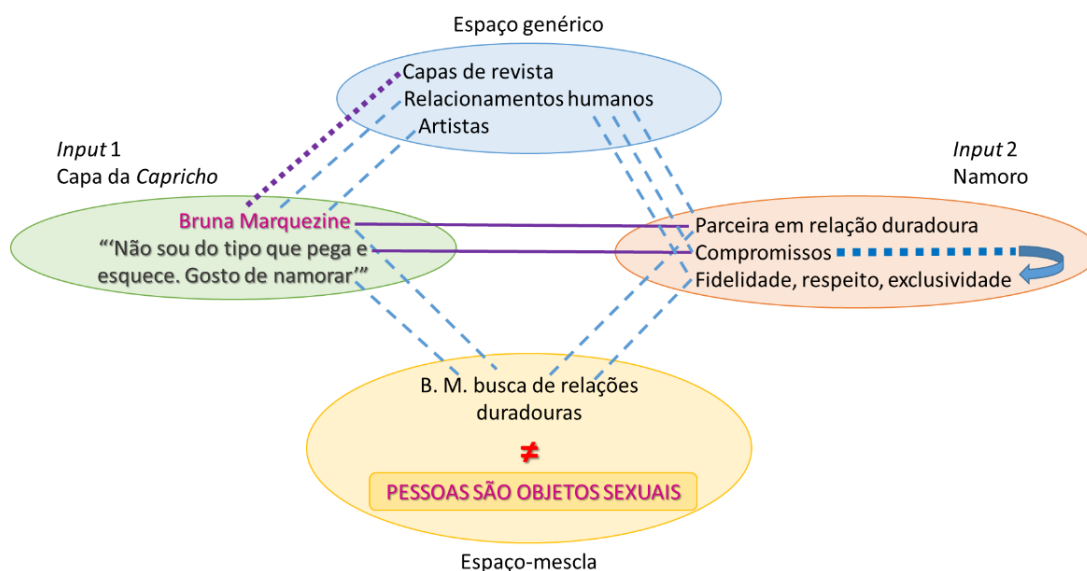
Os mesmos tipos de recursos descritivos para construção do significado sociossemiótico podem ser observados na capa da *Capricho* (2011), com a atriz Bruna Marquezine em destaque, tendo como manchete sua declaração acerca de relacionamentos: “Não sou do tipo que pega e esquece. Gosto de namorar”. Como podemos observar na Figura 34, essa manchete se encontra próxima à boca da atriz, simulando um balão de fala, típico de tirinhas.

Figura 34 – Capa *Capricho* 2011

Fonte: *Capricho*, 2011.

A cor rosa, dessa vez mais forte que na edição 2013, novamente é usada para destacar algumas manchetes, aliada ao emprego de sombreados também em cor de rosa. Além dessa edição de 2011, entre as capas da *Capricho*, encontradas no período pesquisado, com ocorrência do verbo *pegar* ligado à imagem destacada, a edição de 2013, nº 1134, apresenta manchete sobre atores da série *Vampire diaries* que estariam “se pegando na vida real!” (cf. Anexo B).

À semelhança das edições 2009 e 2013, postulamos o mesmo tipo de rede para a conceptualização da capa 2011: rede simples, com base nas relações vitais PAPEL-VALOR e PARTE-TODO, visto que Bruna Marquezine, como MEMBRO da categoria ATRIZES FAMOSAS, expõe sua opinião sobre relacionamento amoroso pautado em compromisso mais duradouro, já gosta de namorar e não pegar e esquecer. Na Figura 35, expomos a conceptualização da capa *Capricho* 2011.

Figura 35 – Conceptualização de *Pegar e não esquecer*

Fonte: A autora, 2023.

Na rede proposta (Figura 35), o I1 é ativado pelos elementos da capa da *Capricho*: foto e nome de Marquezine e sua fala acerca de relacionamentos amorosos. Esses elementos integram o *frame* CAPA DA CAPRICHÓ, parte do domínio-matriz CAPAS DE REVISTAS. O I2 reúne elementos que integram o *frame* NAMORO: "Parceira em relação duradoura", "Compromissos" e "Fidelidade, respeito e exclusividade", estes dois últimos elementos estão ligados por uma relação CAUSA-EFEITO, representada pela seta curva azul na rede. O *frame* NAMORO faz parte do domínio-matriz RELACIONAMENTOS HUMANOS.

No espaço genérico, base para manutenção da rede ativa ao longo do processo de conceptualização, figuram elementos que ativam os domínios-matriz CAPAS DE REVISTAS, RELACIONAMENTOS HUMANOS e ARTISTAS, este último ligado ao papel de Marquezine, já que atrizes famosas integram a categoria mais esquemática dos ARTISTAS. Entre os *inputs*, ocorrem as seguintes relações conceptuais: PAPEL-VALOR e IDENTIDADE entre "Bruna Marquezine" e "Parceira em relação duradoura", em razão da de como a atriz se define, quando se trata de relacionamento. Entre esses elementos, também podemos conceber uma ANALOGIA entre os papéis de Marquezine como atriz e como namorada. O texto da manchete com a tese de Marquezine do I1 liga-se aos compromissos que caracterizam um namoro no I2, por meio de uma relação conceptual PARTE-TODO.

A ANALOGIA entre os papéis e as identidades de Marqueline nos *inputs* é cancelada no espaço-mescla, por meio de DESANALOGIA entre o papel de atriz e parceira em namoro, na medida em que, diferente do senso comum, a atriz busca relacionamentos duradouros. Assim, Buna Marqueline nega o papel normalmente atribuído a artistas como pessoas voláteis em termos de relacionamentos; consequentemente, sua tese nega a metáfora PESSOAS SÃO OBJETOS SEXUAIS, conceptualizadora de tipos de relacionamentos frequentes entre jovens e artistas. O sinal de diferente vermelho assinala a negação da conceptualização metafórica no espaço-mescla, reafirmando a tese da atriz.

Por se tratar de uma atriz famosa, com faixa etária atraente para o público-alvo da revista, a visão romântica sobre relacionamento também pode estabelecer uma proximidade com leitoras que acreditam em formas mais duradouras de relações humanas. Assim, a juventude, a beleza e o sorriso da atriz na capa chama a atenção do público leitor.

Embora não selecionadas para análise, outras revistas, encontradas no levantamento via Google, também podem ser consideradas um caso de significado composicional em trípico 3D: *Marie Claire*, *Ana Maria*, *Cabelos & Cia* e *Contigo*. Provavelmente por se tratar de revistas sobre variados assuntos de interesse dos respectivos públicos-alvo, adotam a configuração verbo-pictórica de apresentar várias manchetes em torno de um rosto famoso, que funciona como uma espécie de mestre de cerimônia para os textos das manchetes em torno de suas fotos.

As capas das revistas *Caras* e *Tititi* apresentam linhas divisórias de enquadramento mais marcadas separando várias manchetes, embora também famosos em fotos maiores, outras fotos de famosos ficam em torno da foto destacada. Não será possível tratar em detalhes dessas capas no que tange à multimodalidade, mas podemos considerar um estilo semelhante ao tríptico 3D, porém mais complexo e, de certa forma, mais poluído visualmente, segundo Bernardo (2024, comunicação pessoal). Somente com um levantamento mais amplo poderíamos confirmar as impressões com base nas capas em que o verbo *pegar* é empregado.

As revistas *Época* e *Veja*, devido ao perfil voltado para abordar temas mais complexos, como política e economia, por exemplo, apresentaram relação mais coesa entre a manchete principal e a imagem ligada a ela em termos de configuração visual, com destaque para a capa *Diabesidade*, por sua criatividade, e a capa *Peguei AIDS do meu marido*, por seu caráter realístico, em razão das fotos das mulheres reais

infectadas. A capa com Michel Teló, ligada a uma matéria sobre mudança em termos de cultura musical também se destaca criativamente pela relação entre as mãos que representam fãs e dialogam com refrão da música de sucesso do cantor. As capas *Veja São Paulo*, *Istoé Dinheiro* e *Piauí* seguem a tendência das capas *Época* e *Veja* analisadas de destacar uma única matéria principal, cujos detalhes não serão trabalhados em detalhes nesta tese.

Findo o capítulo de análise, passamos às considerações finais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como seres humanos essencialmente criativos a nossa linguagem não poderia diferente. O verbo *pegar* acompanha essas mudanças e se mostra potencialmente polissêmico e criativo como já evidenciado por Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023) na categorização dos sentidos do verbo *pegar*, mostrando suas extensões do sentido básico de *segurar* em seis grupos de sentidos. Tais sentidos foram buscados e recontextualizados em um novo conjunto de dados: capas de revistas, com vistas a analisar o emprego de *pegar* em produções multimodais.

A criatividade emerge das projeções que somos capazes de realizar. Assim, ao nos depararmos com a imagem do Teló sendo agarrado por várias mãos ou mesmo a intrigante imagem de um brigadeiro no anzol, rapidamente somos capazes de fazer projeções, imaginar, associar e criar ideias novas a partir das informações verbo-pictóricas que compõem capas de revista.

Por meio do estudo do verbo *pegar* em capas de revistas, foi possível explorar e confirmar a adequação e importância da integração conceptual como uma via teórica possível para a explicação da multissignificação desse verbo, tendo em vista, como Fauconnier e Turner apontam, que “a linguagem é a ponta visível do iceberg da construção invisível do significado” (FAUCONNIER; TURNER, 1997, p. 1). Sendo assim, não existem formas fixas, nem significados prontos, é a partir do uso efetivo da língua que os significados vão sendo construídos.

Foram encontradas capas de 11 revistas distintas, em total de 33 edições com 35 ocorrências do verbo *pegar*. São estas: *Capricho* (12 ocorrências), *Veja* (6 ocorrências), *Época* (4 ocorrências), *Marie Claire* (2 ocorrências), *Ana Maria* (2 ocorrências), *Caras* (2 ocorrências), *Contigo* (1 ocorrência), *Ti ti ti* (1 ocorrência), *Cabelos & Cia* (1 ocorrência), *Piauí* (1 ocorrência) e *Istoé Dinheiro* (1 ocorrência). Dessas, foram selecionadas para a análise edições das revistas *Capricho*, *Veja* e *Época*. Em um total de sete capas analisadas.

A fim de alcançar o objetivo de explicar os aspectos sociocognitivos dos usos do verbo *pegar* em capas de revistas, o estudo foi conduzido com base em três perguntas pesquisa que retomamos, seguidas das considerações postuladas.

1) Quais são os sentidos do verbo *pegar* encontrados nas capas de revistas

selecionadas?

No domínio-matriz *RELAÇÕES AMOROSAS*, encontramos o *pegar* com conotação sexual, já categorizado por Secundino (2018) no grupo *pegar seres animados*, no subgrupo 2(d) de relações sexuais (SECUNDINO; SALIÉS 2023). Nas revistas, foram encontradas 9 ocorrências (“Não sou do tipo que pega e esquece”; “Pegava fácil”; “Dançar muito, pegar geral ou se apaixonar”; “Pegar, beijar, transar. A paquera em tempos de *tinder*”; “Damon e Elena estão se *pegando* na vida real”; “*Pegação* na turma”, “Ele ainda vai te pegar” e “...também vou pegar geral”). Tal sentido é empregado quando associamos as pessoas aos objetos, objetificando as pessoas através de relações carnavais.

No domínio-matriz *DOENÇA*, encontramos o sentido de contrair a doença. Nomeamos inicialmente esse sentido como pertencente ao grupo de “Pegar doença”. Embora dicionarizado, como tal sentido foi registrado em poucas ocorrências no *corpus* D&G do Rio de Janeiro, não foi categorizado por Secundino (2018). Por outro lado, nas revistas, mesmo sendo uma dimensão bem menor em termos quantitativos, tivemos 5 registros de “pegar doença”: “Pega AIDS no beijo?”; “Peguei AIDS do meu marido”; “Após pegar COVID-19. Top Júlia Pereira apresenta sua Suzanne”; “Diabetes. Ele vai pegar você?” e “AIDS, o vírus pega o Pelé do basquete”. *Pegar doença* foi categorizado como um subgrupo de pegar objetos, com base na conceptualização metafórica *DOENÇA É UM OBJETO PERIGOSO*.

No domínio-matriz *IDEIAS*, no plano fictício, encontramos o *pegar ideias*. Tal sentido foi registrado por Secundino (2018) como grupo 5 *pegar hipotético/ fictício*, posteriormente nomeado como *pegar ideias* por (SECUNDINO; SALIÉS, 2023). Esse grupo é licenciado pela metáfora conceptual *IDEIAS SÃO OBJETOS*, em que, diferente dos outros grupos, o *CONTATO* do *TRAJETOR* com o *MARCO* se dá no plano nocional. Assim, os narradores conceptualizam as ideias como coisas materiais, passíveis de serem “pegas”. Nas capas de revistas, encontramos 6 registros: “A campanha pega fogo” (*Veja*, 1986 e *Época*, 1998), “Sem militares pega mal” (*Época*, 2019), “As palavras que fazem o sexo pegar fogo” (*Marie Claire*, 2004), “Ele ainda vai te pegar” (*Época*, 2012), “O bicho vai pegar” (*Veja*, 2015).

No domínio-matriz *MODA*, encontramos 7 registros de *pegar tendência*: “O que pega e o que mica no verão” (*Capricho*, 2003), “O que vai pegar neste inverno” (*Capricho*, 2007), “13 maneiras de usar os vestidos que vão pegar nesta estação”

(*Capricho*, 2009), “Moda praia: os biquínis que vão pegar nesta estação” (*Capricho*, 2011), “Nail art. Bigodinho, militar, geométrica... É pegar ou pegar” (*Capricho*, 2014), “A moda que vai te pegar neste inverno” (*Ana Maria*, 2015), “Descubra a nova técnica de mechas que vai pegar nos salões” (*Cabelos & Cia*, 2014).

Tal sentido é novo no nosso levantamento de dados, pois não foi registrado em Secundino (2018), apesar de estar dicionarizado pelo Aurélio como “generalizar-se: a moda pegou”. Categorizamos esse sentido como subgrupo de *pegar ideias*, visto que *pegar tendência*, aderindo a uma nova moda, requer aceitar uma ideia, um conceito.

No *frame* NOVELA, tivemos o registro de 3 ocorrências do verbo *pegar* na expressão “pega pega”: “Antes de estrear a comédia polícialasca *Pega Pega* na TV, trio de protagonistas formado por Marcelo Serrado, Nanda Costa e Thiago Martins encabeça almoço em Angra dos Reis” (*Caras*, 2017); “Como vai ser *Pega Pega* a nova trama das 7 da Globo” (*Contigo*, 2017), “Se é *Pega Pega* também vou pegar geral” (*Tititi*, 2017), título da novela da TV Globo, um romance policial de Cláudia Souto.

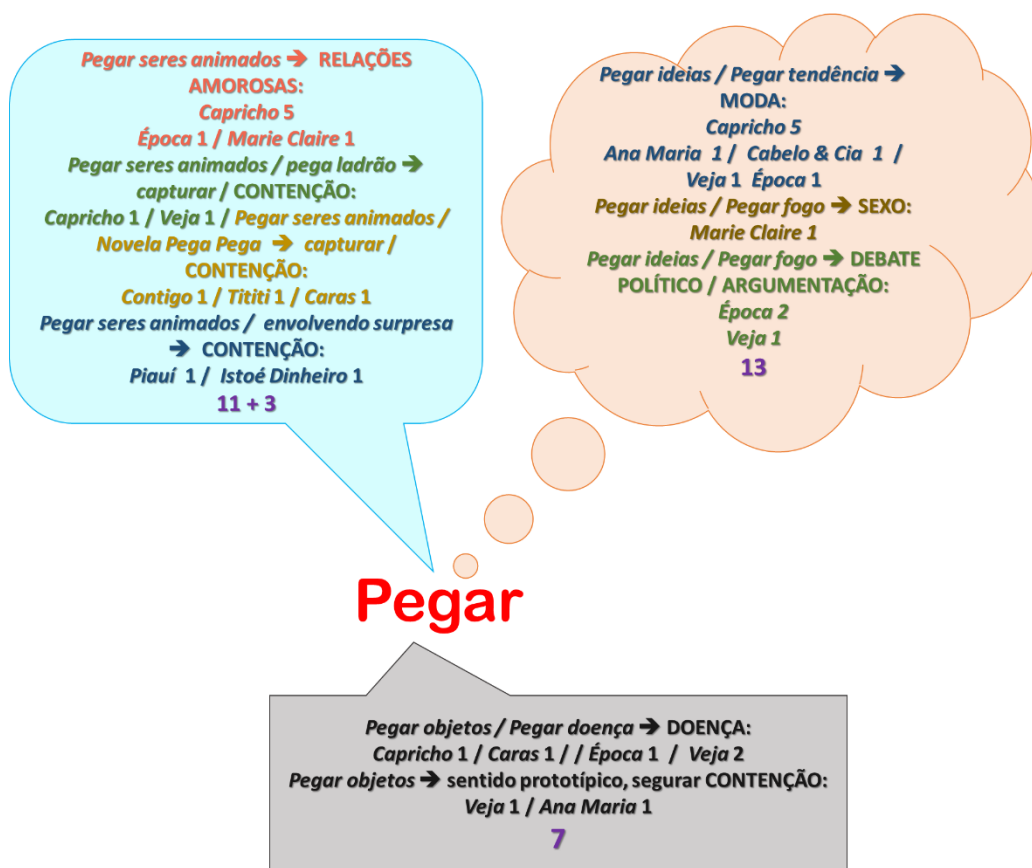
A expressão “*pega pega*” é usada para remeter uma brincadeira infantil. A autora diz que inicialmente o nome da novela seria “*Pega ladrão*”, já que a trama principal se refere a uma cena de crime, mostra os próprios funcionários do hotel cometendo um furto milionário no hotel Carioca Palace, ou seja, temos uma expressão lúdica para se referir a um ato que vai contra a moral e a ética.

A novela é de 2017 e nesse contexto estávamos tendo uma crise política muito grave com as delações da Odebrecht e da JBS, envolvendo escândalos e desvios milionários de políticos. Tal fato fez com que a autora amenizasse o nome do título da novela para trazer um pouco mais de leveza e aceitação por parte do público. Esse sentido se refere ao grupo intitulado *pegar seres animados*, do sub-grupo 2(a) pegar através de força violenta para capturar, prender alguém, no caso o ladrão. A mesma concepção foi encontrada também na revista mais antiga dos nossos dados, *Capricho* (1970): “*Pega ladrão! Aprenda a se defender deles*”.

2) Existem novos sentidos para o verbo *pegar* nas capas de revistas selecionadas em relação ao estudo de Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023)?

Os sentidos novos encontrados nas capas foram considerados instâncias dos grupos de sentidos postulados por Secundio e Saliés 2023. Inserem-se, nesse caso, os sentidos *pegar doença* e *pegar tendência*, conceituados como subgrupos de *pegar seres animados* e *pegar ideias*, respectivamente, e *pegar* envolvendo surpresa também categorizado como subgrupo de *pegar seres animados*. Na Figura 36, ilustramos os achados elencados no Quadro 1, no capítulo dedicado à Metodologia.

Figura 36 – Sentidos de *pegar* e suas instâncias nas capas selecionadas



Fonte: A autora, 2023.

Como podemos observar na Figura 36, os grupos de sentido empregados nas capas foram *pegar ideias*, *pegar seres animados* e *pegar objetos*. A motivação para *pegar ideias* deve-se às capas de revistas que tratam de temas ligados à moda, às relações humanas e à política.

O grupo *pegar seres animados* foi evocado em razão da conotação sexual atribuída ao verbo *pegar* e das expressões ligadas à captura. Nessa concepção,

encontramos *pega ladrão* e alguma forma de CONTENÇÃO, como em “Até o Anderson Silva foi pego no antidoping. Que fase, Brasil!”, visto que o atleta passou a integrar o CONTÊINER dos que foram pegos no exame antidoping. O grupo *pegar objetos* está ligado ao domínio-matriz DOENÇA e ao sentido básico de segurar algo.

No grupo *pegar seres animados*, 3 ocorrências devem-se à citação do nome da novela *Pega Pega*, a nosso ver uma mudança categorial de verbo para nome, que se diferencia do emprego verbal pleno de *pegar*, embora a trama gire em torno de um roubo, remetendo-nos ao universo da ladroagem e ao sentido de *pega ladrão*. Assim, consideramos *pegar ideias* o grupo de sentido mais frequentemente encontrado nas capas selecionadas, seguido por *pegar seres animados* e *pegar objetos*.

3) Como a multimodalidade das capas de revistas selecionadas contribuem para a construção de sentido do verbo *pegar*?

Tendo em vista que as imagens também comunicam e expressam sentido, analisamos também as imagens e todos os recursos visuais envolvidos para construção de sentido das capas. Os recursos da Gramática do Design Visual (GDV) de Kress e Van Leeuwen (2001, 2006), no que diz respeito aos significados representacionais, interativos e composicionais, revelaram-se produtivos para a descrição dos aspectos multimodais, além de fundamentar nossa análise das imagens e complementar a construção do sentido não só do verbo *pegar*, mas de todos os elementos que envolvem a capa de revista.

Acreditamos que o alinhamento entre a abordagem sociocognitiva e os recursos descritivos da GDV podem contribuir para chegarmos ao aprimoramento de uma visão crítica para produções multimodais. Foi possível perceber como o gênero capa de revista pode ser melhor descrito, em sua configuração para construção de sentido, por meio da análise dos recursos que chamam a atenção do público leitor.

Ao responder às questões de pesquisa, esperamos ter cumprido com os objetivos específicos que nortearam a pesquisa, visto que identificamos nas capas selecionadas usos do verbo *pegar* encontrados em Secundino (2018) e Secundino e Saliés (2023), em especial os grupos de sentido 1, 2 e 5 apontados aqui. Evidenciamos como tais usos podem ser explicados pela integração ou mesclagem conceptual e como os aspectos verbo-pictóricos contribuem para a apreensão do sentido do verbo *pegar* na capa, destacando a criatividade de alguns casos, como as

capas da *Época* (2010 e 2012) e da *Veja* sobre contaminação das esposas por seus maridos.

Ressaltamos que, mesmo sobre um conjunto de dados pequeno, devido à condição de presença do verbo *pegar*, temos consciência de que algumas reflexões poderiam ainda ser tecidas acerca dos sentidos do verbo *pegar* nas capas, sobretudo no caso das expressões idiomáticas como *pega mal*, *o bicho vai pegar*, *pegar geral*, mas em razão de algumas ambiguidades optamos por não trilhar tal caminho. Nosso foco concentrou-se nos aspectos multimodais ativados via mesclagem e na construção dos significados que dão às capas um caráter interativo em relação ao seu público-alvo.

Reconhecemos, no entanto, que este trabalho apresenta limitações, devido ao fato de o gênero capa de revista estar sendo substituído por outras formas de divulgação das edições de revistas que migraram para o modo digital. Entre as revistas analisadas apenas a *Veja* possui versão impressa. Assim, caberia um estudo futuro sobre a configuração multimodal das revistas digitais, de modo a verificar a relação entre as manchetes que destacam as matérias e o uso de imagens, bem como os aspectos tipográficos, investigando as mudanças surgidas em razão da migração para o formato digital. Com esse vislumbre de desdobramento do estudo, esperamos que nossas ideias *peguem* um bom caminho.

REFERÊNCIAS

A CAMPANHA pega fogo. *Veja*, Rio de Janeiro, ed. 946, 22 out. 1986.

AIDS: O vírus pega o Pelé do basquete. *Veja*, São Paulo, v. 1208, n. 46, 13 nov. 1991. Semanal.

AURÉLIO, *O dicionário da língua portuguesa*. Curitiba: Ed. Positivo, 2008.

BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BERNARDO, Sandra. Vinho é calor: integração conceitual e metáforas em níveis na conceptualização de meme. *Revista do GELNE*, [S. l.], v. 24, n. 2, p. 224–239, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.21680/1517-7874.2022v24n2ID29868>. Acesso em: 10 jan. 2024.

BERNARDO, Sandra; NUNES, Valeria Fernandes. Morte em propaganda: teorias do humor, mesclagem e metáfora. *Revista (Con)Textos Linguísticos*, Vitória, v. 17, n. 38, p. 8-28, 2023. Disponível em <https://doi.org/10.47456/cl.v17i38.41804>. Acesso em: 10 jan. 2024.

CROFT, W. *Radical construction grammar: syntactic theory in typological perspective*. Oxford: Oxford University Press 2001.

CUNHA, A.G. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro. Nova Fronteira, 2010.

DUTRA, Rosália. *O falante gramático*. Campinas: Mercado de Letras, 2003

ELE ainda vai te pegar. *Época*, Editora Globo, ed. 711, 2 jan. 2012. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/edicoes-anteriores/p/12/>. Acesso em: 14 jan. 2021.

EVANS, Vyvyan; GREEN, Melanie. *Cognitive linguistics: an introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006.

FAUCONNIER, Gilles. *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

FAUCONNIER, Gilles. *Mental spaces*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

FAUCONNIER, Gilles; TURNER, Mark. *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basis Books, 2002.

FAUSTO NETO, A. *Comunicação e mídia impresa*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

FERRARI, Lilian. *Introdução a linguística cognitiva*. São Paulo: Contexto, 2011.

FILLMORE, Charles J. Frame semantics. *In*: GEERAERTS, Dirk (ed.). *Cognitive linguistics: basic readings*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2006. p. 373-400.

FORCEVILLE, C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: Agendas for research. *In*: FORCEVILLE, C; URIOS-APARISI, E. (ed.) *Applications of cognitive linguistics: Multimodal Metaphor*. New York: Mouton de Gruyter, 2009.

FORCEVILLE, Charles. Creativity in pictorial and multimodal advertising metaphors. *In*: JONES, R.H. *Discourse and creativity*. Harlow: Pearson Education, 2012, p. 113-32.

FORCEVILLE, Charles. Metaphor in pictures and multimodal representations. *In*: GIBBS Jr, Raymond W. (ed.). *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. p. 462-482.

FORCEVILLE, Charles. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework: agendas for research. *In*: KRISTIANSEN, Gitte et al. (ed.). *Cognitive Linguistics: current applications and future perspectives*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter, 2006; p. 379-402.

FORCEVILLE, Charles. Visual and multimodal metaphor in advertising: cultural perspectives. *Styles of Communication*, v. 9, n. 2, p. 26-41, 2017.

GEERAERTS, Dirk. *Cognitive Grammar and the history of Lexical Semantics*. Frankfurt; Berlin: Peter Lang, 1988a

GIBBS, R. W.; COLSTON, H. The cognitive psychological reality of image schemas and their transformations. *Cognitive Linguistics*, v. 6, p. 347-378, 1995.

GIVÓN, Talmy. *Functionalism and grammar*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 1995.

GOLDBERG, Adele. *Constructions at work; the nature of categorization in language*. Oxford: Oxford University Press, 2006.

GOLDBERG, Adele. E. *A construction Grammar approach to argument structure*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.

GRADY, J. Theories are buildings revisited. *Cognitive Linguistics*, v. 8, p. 267-290, 1997.

HALLIDAY, Michael Alexander Kirkwood; MATTHIESSEN, Christian. *Introduction to Functional Grammar*. 4 ed. London; New York: Routledge, 2014.

HAMPE, Beate. Image schemas in cognitive linguistics: Introduction. *In*: HAMPE Beate; *In*: HAMPE Beate; GRADY, Joseph E. (ed.). *From perception to meaning: image schemas in cognitive linguistics*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2005. p. 1-12.

HOUAISS, Antônio & VILLAR, Mauro. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

ISTOÉ, Dinheiro. *O futuro global da xp*. São Paulo: Editora Três, 2021.

JOHNSON, M. *The body in the mind: the bodily basis of meaning, imagination, and reason*. Chicago University Press, 1987.

JOHNSON, M. *The meaning of the body: aesthetics of human understanding*. The University of Chicago Press, 2007 [1999].

JONES, R. (org.). *The Routledge handbook of language and creativity*. New York: Routledge, 2014.

KÖVECSES, Zóltan. *Extended conceptual metaphor theory*. Cambridge; New York, NY: Cambridge University Press, 2020.

KÖVECSES, Zóltan. *Language, mind and culture: a practical introduction*. New York: Oxford University Press, 2006.

KÖVECSES, Zóltan. Levels of metaphor. *Cognitive Linguistics*, v. 28, n. 2, 2017.

KÖVECSES, Zóltan. *Metaphor and in culture: universality and variation*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

KÖVECSES, Zóltan. *Metaphor: a practical introduction*. 2nd. ed. New York: Oxford University Press, 2010a [2002].

KÖVECSES, Zóltan. *Where metaphors come from: reconsidering context in metaphor*. New York: Oxford University Press, 2015

KRESS, G. *Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge, 2010.

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

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. ed. London; New York: Routledge, 2006.

LAKOFF, George. *Women, fire and dangerous things*. Chicago: Chicago University Press, 1987.

LAKOFF, George; JOHNSON, Mark. *Metáforas da vida cotidiana*. Coordenação de tradução Mara Sophia Zanotto. Campinas: Mercado de Letras; São Paulo: EDUC, 2002 [1987].

LANGACKER, Ronald W. *Cognitive grammar: a basic introduction*. New York: Oxford University Press, 2008.

LANGACKER, Ronald W. *Foundations of cognitive grammar*. Stanford: Stanford University Press, 1987.

LITTLEMORE, Jeannette. *Metonymy: hidden shortcuts in language, thought and communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Gêneros textuais definição e funcionalidade*. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA M. A. (org.). *Gêneros textuais & ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna: 2003.

MERLAN, Aurélia. Sobre as chamadas perífrases verbais paratáticas do tipo pegar+ e + V2 nas línguas românicas. *Línguas e Literaturas* - Faculdade de Letras, Porto, v. 16, p.159-205, 1999.

MUSSOLF, A. Metaphor scenarios in public discourse. *Metaphor and Symbol*. v.21, n.1, 2006.

MUSSOLF, A. *Political metaphor analysis: discourse and scenarios*. UK: Bloomsbury, 2016.

Paixão. *Eles não se desgrudam! Por dentro do namoro de Fiuk e Sophia, Capricho*. São Paulo, Editora Abril ed. 1176, 2 jun. 2013.

PEGUEI AIDS do meu marido. *Veja*, Rio de Janeiro, ed. 1570, ano 31, n. 43, 28 out. 1998.

PEGUEI AIDS do meu marido. *Veja*, São Paulo, ed. 1570, n. 44, 28 out. 1998. Semanal.

RAPHAEL, R. *O código das cores: como entender e utilizar cores de maneira eficaz*. [S.l]: ©R., 2023. (E-Book).

RIBEIRO, Roza Maria Palomanes. *A expansão de sentidos do verbo ficar e os mecanismos responsáveis pela organização cognitiva de suas significações*. Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades, v. 2, n. 8, jan./mar. 2004.

RODRIGUES, Angélica T. C. *As construções do tipo foi fez*. 2005. Impresso

ROJO, R. Pedagogia dos multiletramentos diversidade cultural e de linguagens na escola. In: ROJO, R.; MOURA, E. (org.). *Multiletramentos na escola*. 1. ed. 2. reimp. São Paulo: Parábola Editorial, 2016. p.11-31

SANTOS, Francisco Lobo de Carvalho Oliveira. *Estratégias do humor nas publicidades da Control*. 2022. 72p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Lisboa: UNL, 2022.

SANTOS, M. H. *Cores: seus significados e influências em nossas vidas* Porto Alegre: ©Maria Helena Santos, [20--]. (E-Book).

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2003

SECUNDINO, Tatiana G. M; SALIÉS Tânia. G. Multissignificações do verbo pegar: transformações de esquemas imagéticos. *Delta: Documentação e Estudos em Linguística Teórica e Aplicada*, v. 39, n. 2, 2023. Disponível em: <https://doi.org/101590/1678-460x202153564>. Acesso em: 10 out. 2023.

SECUNDINO, Tatiana Goulart de Macedo. *Delírios do verbo pegar: transformações de esquemas em corporas de língua falada e escrita*. 2018. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

SIGILIANO, Natália Sathler. Eu peguei e falei: eu vou! As noções de movimento e mudança nas construções com o verbo pegar. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, p.243-251, jan./abr. 2008.

SILVA, Beatriz Amorim de Azevedo. Bakhtin e Possenti em diálogo: caminhos para a compreensão do fenômeno do riso/humor na contemporaneidade. *Revista Linha D'Água*, São Paulo, v. 37, n. 1, p. 245-267, 2024.

SILVA, Leosmar Aparecido. Construções idiomáticas com o verbo pegar: uma abordagem sociocognitiva. *Scripta*, Belo Horizonte, v. 20, n. 40, p. 286-306, 2. sem. 2016.

SOARES DA SILVA, Augusto. Image schemas and category coherence: the case of the Portuguese verb deixar. In: CUYCKENS, Hubert; DIRVEN, René; TAYLOR, John R. (ed.). *Cognitive approaches to lexical semantics*. Berlin & New York, Alemanha: De Gruyter Mouton, 2003. p. 281-322.

SOARES DA SILVA, Augusto. *Polissemia na mente, na cultura e no discurso: para uma abordagem cognitiva mais dinâmica e contextualizada da individuação, relação e mudança de sentidos*. In: ALMEIDA, Ariadne; SANTOS, Elisângela (ed.). *Linguística cognitiva: redes de conhecimento d'aquém e d'além*. Mar. EDUFBA: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2018. p. 161-181.

SWEETSER, E. E. *From etymology to pragmatics: metaphorical and cultural aspects of semantic structure*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/300834111_11_Cross-linguistic_polysemy_in_tactile_verbs. Acesso em: 10 jan. 2024.

SZWEDECK, A. Objectification: From object perception to metaphor creation. In: LEWANDOWSKA-TOMASZCZYK, K.; TUREWICZ, K. (ed.). *Cognitive linguistics today*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2002. p.159–175.

TAVARES, Maria Alice. *Variação e gramaticalização na indicação de aspecto global através da construção [V1auxiliar (PEGAR, CHEGAR, IR, etc) (E) + V2principal]*. Projeto de pesquisa. 2005.

THIEL, C. *A psicologia das cores no marketing: entenda o impacto das cores em nossas emoções e saiba como aplicar esses conhecimentos aos negócios*. ©Cristiane Thiel, 2019. (E-Book).

TURNER, M. *The literary mind*. Oxford: Oxford University Press, 1996.

Vanessa Hudgens. *Capricho*, São Paulo, Editora Abril. Ed. 1078, 30 de agosto de 2009.

VICENTINI, Sabrina Gabriela. *Migração e refúgio em campanhas publicitárias: um estudo de natureza semiótico-cognitiva*. 2023. 240p. Tese (Doutorado em Linguística

e Língua Portuguesa) - Programa de Pós-graduação em Letras, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023.

VICENTINI, Sabrina Gabriela; CARMO, Cláudio Márcio do. Um estudo da representação sociossemiótica do negro na revista *Raça Brasil*. *Estudos Semióticos [on-line]*, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 65-77, jun. 2010. Disponível em: <http://www.fflch.usp.br/dl/semiotica/es>. Acesso: 12 dez. 2023.

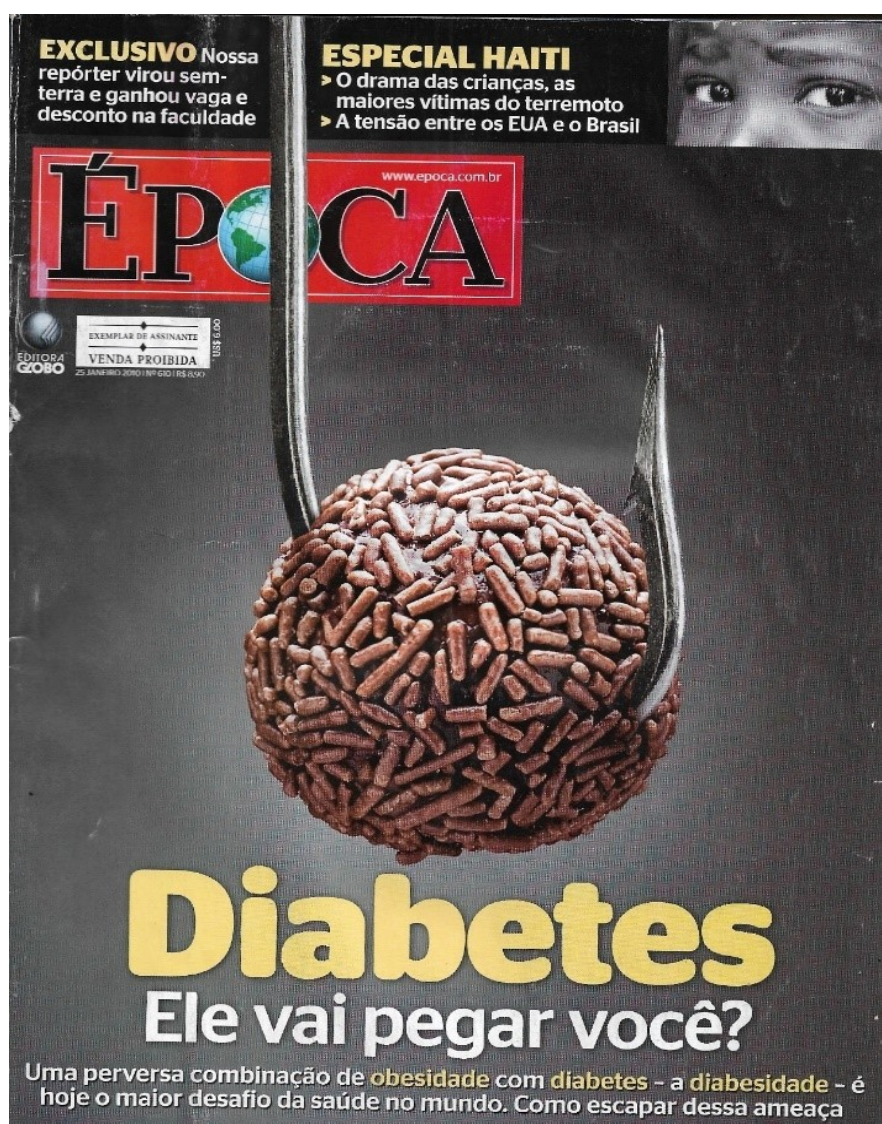
VICENTINI, Sabrina Gabriela; COSTA, Vitor Cordeiro. O Ministério da Saúde adverte: um estudo da mesclagem multimodal nas advertências de embalagens de cigarro. In: MARTINS, Marco Antonio *et al.* (org.). *Estudos linguísticos: textos selecionados*. Abralín 2013. 1 ed. João Pessoa: Ideia, 2016. p. 2045-2063. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/332033070_O_Ministerio_da_Saude_adverte_um_estudo_da_mesclagem_multimodal_nas_advertencias_de_embalagens_de_cigarro_The_Ministry_of_Health_warns_a_study_into_multimodal_blending_in_cigarette_pack_warnings. Acesso em: 07 jan. 2024.

ANEXOS

Neste capítulo, apresentamos as capas selecionadas para análise, seguidas das matérias completas no Anexo A. Em seguida, registramos todas as capas de revistas disponíveis em domínio público em que encontramos o verbo *pegar* (cf. Quadro 1), com cada revista em ordem cronológica. Como observamos no Anexo B, a revista mais antiga encontrada é da *Capricho* (1970) e a mais atual da *Istoé Dinheiro* (2019).

ANEXO A – Capas de revistas selecionadas

Revista *Época*, 2010, nº 610



Matéria da revista *Época*, 2010, nº 610



OBESIDADE + DIABETES = Diabesidade

A epidemia mundial de obesidade vai provocar milhões de novos casos de diabetes nas próximas duas décadas. A combinação das duas doenças é hoje o maior desafio da saúde no mundo. Como vencê-lo?

Cristiane Segatto

Foi-se o tempo em que a enorme concentração de gordos era motivo de espanto para os brasileiros que viajavam para os Estados Unidos. A obesidade (em todos os graus e formas) está definitivamente entre nós. No Brasil de 1975, 16% da população estava acima do peso ideal. Hoje são 43%. Esse é um daqueles fenômenos cuja comprovação está ao alcance dos olhos. Passe uma manhã na Praia de Copacabana, na Avenida

Paulista ou em qualquer outro cartão-postal do país e conte quantos obesos cruzam seu caminho. O efeito mais evidente da obesidade é estético, aquele que você reconhece de longe. O mais grave é o que você não vê. Ele já ganhou nome: diabesidade. Os obesos de hoje serão os diabéticos de amanhã. Pior que o avanço da obesidade é a epidemia global de diabesidade. O binômio usado para designar a mistura das duas doenças é hoje o maior desafio da saúde pública no mundo. Enfrentá-lo é mais difícil que encontrar uma vacina contra um vírus novo. É preciso mexer no estilo de vida e na cultura, mudar hábitos alimentares e o comportamento de populações inteiras. Não é fácil. "O diabetes vai afetar cada vez mais pessoas e ameaçar economias", diz Jean Claude Mbanya, presidente da Federação Internacional de Diabetes. "Se não tornarmos acessível um estilo de vida saudável, em pouco tempo o mundo vai gastar bilhões de dólares com as complicações dessa doença." Nas próximas duas décadas, os novos casos de diabetes vão crescer 54% no mundo, segundo estimativa da Organização Mundial da Saúde (OMS). Em 2030, haverá 438 milhões de diabéticos no planeta. Na América Central e do Sul, o crescimento será ainda mais acentuado (65%). Isso significa que quase 30 milhões de pessoas terão a doença em nosso continente (leia a ilustração na página 56). ▶

Foto: Ricardo Cortez/POX

CIÊNCIA&TECNOLOGIA ALIMENTAÇÃO

O Ministério da Saúde estima que existam no Brasil 11 milhões de diabéticos (muitos deles sem diagnóstico). A doença pode começar a afetar o organismo dez anos antes de o paciente desconfiar que há algo errado. "Diabetes junto com obesidade é uma desgraça", diz o professor José Carlos Pareja, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Além dos 438 milhões de diabéticos que a OMS prevê que o mundo terá em 2030, haverá um grupo ainda maior de pessoas que estão prestes a se tornar diabéticas. São os portadores da síndrome metabólica. Ela é caracterizada por acúmulo de gordura abdominal, intolerância à glicose, hipertensão, colesterol e triglicérides elevados. Mais cedo ou mais tarde, 65% dessas pessoas vão se tornar diabéticas.

Refletir sobre as consequências futuras da obesidade tornou-se urgente. Principalmente depois da divulgação de estudos recentes segundo os quais uma pessoa que come em excesso ou fuma pode aumentar o risco de obesidade na geração futura. A hipótese por trás dessa ideia é que o estilo de vida pode ativar ou silenciar genes. Hábitos inadequados poderiam estimular a manifestação de genes que aumentam o risco de obesidade. E, segundo os pesquisadores, essa informação biológica poderia ser transmitida pelo menos à geração seguinte (*leia a reportagem na página 60*). É mais um fator que pode impulsionar o avanço da diabetes, cujos danos ao organismo são gravíssimos: falência dos rins, hipertensão, insuficiência cardíaca, AVC, amputações, impotência sexual e cegueira.

O que a gordura tem a ver com diabetes?

A principal fonte de energia do organismo são os carboidratos presentes na alimentação. Eles são encontrados nas massas, nos doces, nas frutas. No aparelho digestivo, os carboidratos são transformados em glicose. Para entrar nas células, a glicose precisa de ajuda. Dar esse empurrãozinho é o papel da insulina, o hormônio produzido no pâncreas. Nos obesos, a insulina tem mais dificuldade para transportar a glicose para dentro das células. Sobra glicose na circulação e o pâncreas reage fabricando mais insulina. Com o tempo, chega à exaustão e não consegue mais fabricar o hormônio (*leia a ilustração na página 57*).

Cerca de 80% das pessoas que têm dia-

betes tipo 2 estão acima do peso. Quando o diabético engorda, fica mais difícil manter os níveis ideais de açúcar no sangue. A outra forma de diabetes (tipo 1) tem pouca relação com a obesidade. Ela depende de fatores genéticos e é caracterizada por uma resposta exagerada do sistema imune, que lança um ataque contra o pâncreas do próprio paciente. Apenas 5% dos casos são do tipo 1. O pâncreas desses pacientes não produz insulina. Eles precisam, obrigatoriamente, receber doses de insulina.

Nos últimos anos, houve avanços no tratamento do diabetes tipo 2. Surgiram drogas modernas que tornaram mais confortável a convivência com a doença. Os remédios agem em várias frentes: estimulam o pâncreas a secretar mais insulina, inibem a ação de uma enzima que compromete o bom funcionamento do pâncreas e aumentam a habilidade da insulina de empurrar a glicose para dentro das células.

Graças à disciplina com que toma os remédios e importantes mudanças na dieta, a administradora de empresas Sílvia Maria Daidone Liziero, de 46 anos, tem conseguido conviver muito bem com o diabetes. Diagnosticada em março de 2009, sua doença é consequência do excesso de peso. Sílvia é obesa (pesa 90 quilos e tem 1,62 metro) e pertence a uma família de origem italiana. Nunca resistiu às delícias altamente calóricas servidas nos encontros de família. Foi engordando, engordando, até que se tornou diabética. A mesma história se repetiu com as duas irmãs, vários primos, os pais e os avós. "Tenho mais de dez diabéticos na família", afirma. "Se comprássemos remédio no atacado, acho que fariamos uma boa economia." A doença não parece ser fruto de um erro genético, e sim de hábitos passados de geração a geração. Sílvia decidiu se cuidar para não ter o mesmo destino do pai, que perdeu a visão e morreu de complicações renais decorrentes do diabetes. Toma metformina de ação prolongada rigorosamente (de manhã e após o jantar). O remédio combate o diabetes e reduz o colesterol. Além dele, Sílvia usa medicamentos contra hipertensão e colesterol alto. Sua dieta passou por uma revisão geral no último ano. Trocou as massas tradicionais pelo macarrão integral, feito com soja, trigo e aveia. Tornou-se vegetariana. Os doces que comia todos os dias viraram uma espécie de prêmio por bom comportamento. Toma um sorvete



CONVIVÊNCIA PACÍFICA
Sílvia no Horto Florestal, em São Paulo, onde faz caminhadas. Ela conseguiu controlar o diabetes com remédios, mudanças na dieta e atividade física. "Vivo bem com a doença", diz

Nos obesos, a insulina tem mais dificuldade para transportar a glicose para dentro das células. É o início do problema



ou come um pedaço de chocolate amargo apenas no fim de semana. Não perdeu peso, mas também não engordou. “O remédio está sendo eficaz, e as mudanças de estilo de vida não me trouxeram grandes privações”, diz.

Como ficar longe da doença?

Ainda não inventaram nenhuma forma mais eficaz de evitar esse mal que seguir a boa e velha receita de vida saudável: alimentação adequada e atividade física. O.k., você deve estar cansado de ouvir esse conselho, mas não existe recurso mais poderoso. Quem segue as cinco regras abaixo, recomendadas pela Sociedade Brasileira de Diabetes, tem grandes chances de nunca ter a doença.

- 1.** Coma alimentos ricos em fibras (frutas, verduras e legumes) e evite descascar itens que podem ser ingeridos com casca.
- 2.** Diminua a quantidade de gorduras (óleo, manteiga, cremes) e de carboidratos (principalmente massas e doces). Prefira alimentos grelhados e cozidos.
- 3.** Reduza a quantidade total de alimentos

a cada refeição. Faça várias pequenas refeições ao longo do dia e controle o total de calorias de cada uma delas.

- 4.** Se comer uma sobremesa light ou diet, fique apenas com uma porção. Comer o dobro equivale a consumir um doce supercalórico.

- 5.** Descubra uma atividade física prazerosa e seja disciplinado. Exercícios garantem uma dupla proteção: combatem os quilinhos extras e tornam o praticante mais vigilante em relação ao que coloca no prato.

A obesidade é um importante desencadeador do diabetes, mas não é o único. Os outros fatores de risco são: idade (estar acima de 45 anos); sedentarismo; hipertensão; colesterol e triglicérides elevados; e história familiar.

Há muitos recursos para o tratamento clínico do diabetes. Muitos pacientes, porém, não alcançam o sucesso esperado. “Os remédios ainda não são perfeitamente eficazes”, diz o endocrinologista Antonio Carlos Lerario, um dos diretores da Sociedade Brasileira de Diabetes. “Entre 30% e 50%

dos pacientes não conseguem controlar a doença”, afirma. Conviver com o diabetes requer disciplina. É preciso seguir a dieta, não descuidar dos remédios, controlar (com rigor) os níveis de açúcar no sangue e tomar insulina quando necessário. Os índices de glicemia podem variar durante o dia todo, pois flutuam ao sabor das emoções. Basta um momento de nervosismo para o índice subir ou cair abruptamente. Quando isso acontece, a pessoa pode desmaiar.

A cirurgia pode ser a solução?

Tantos inconvenientes explicam por que muitas pessoas são atraídas pela promessa de cortar o mal pela raiz por meio de uma operação. Nos últimos anos, os médicos observaram que diabéticos obesos submetidos às cirurgias convencionais de redução de estômago tinham uma melhora impressionante do diabetes. E isso ocorria muito mais rápido que a perda de peso. Poucos dias depois de deixar o hospital, os níveis de açúcar (glicemia) no sangue eram normalizados.

A explicação: quando o cirurgião altera o trato gastrointestinal por meio da técnica de redução do estômago mais adotada no mundo (chamada de derivação gástrica, ou bypass gástrico), ocorrem importantes mudanças hormonais. A cirurgia suprime o hormônio que aumenta o apetite (grelina) e estimula a liberação no intestino de outros hormônios (chamados de incretinas) que contribuem para o aumento da produção de insulina pelo pâncreas. É por isso que muitos pacientes se livram completamente dos remédios.

A cirurgia, porém, não é solução para todos os pacientes. A Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica revisou as evidências científicas disponíveis na literatura médica internacional e divulgou em novembro um consenso sobre o assunto. Segundo a entidade, a cirurgia só pode ser indicada a diabéticos tipo 2 com índice de massa corpórea (IMC) acima de 35. Para calcular o IMC, basta dividir o peso (em quilos) pela altura (em metros) elevada ao quadrado. Para quem tem IMC entre 30 e 35 e não consegue controlar a doença por outros meios, a cirurgia também pode ser cogitada.

Segundo o consenso, apenas três técnicas cirúrgicas podem ser usadas: a derivação gástrica (ou bypass gástrico), a banda gástrica e as chamadas derivações biliopancreáticas (*leia a ilustração ao lado*). Todas elas são regulamentadas ►

CIÊNCIA&TECNOLOGIA ALIMENTAÇÃO

O mundo diabético

A obesidade vai produzir milhões de diabéticos nas próximas décadas - casos da doença na população de 20 a 79 anos

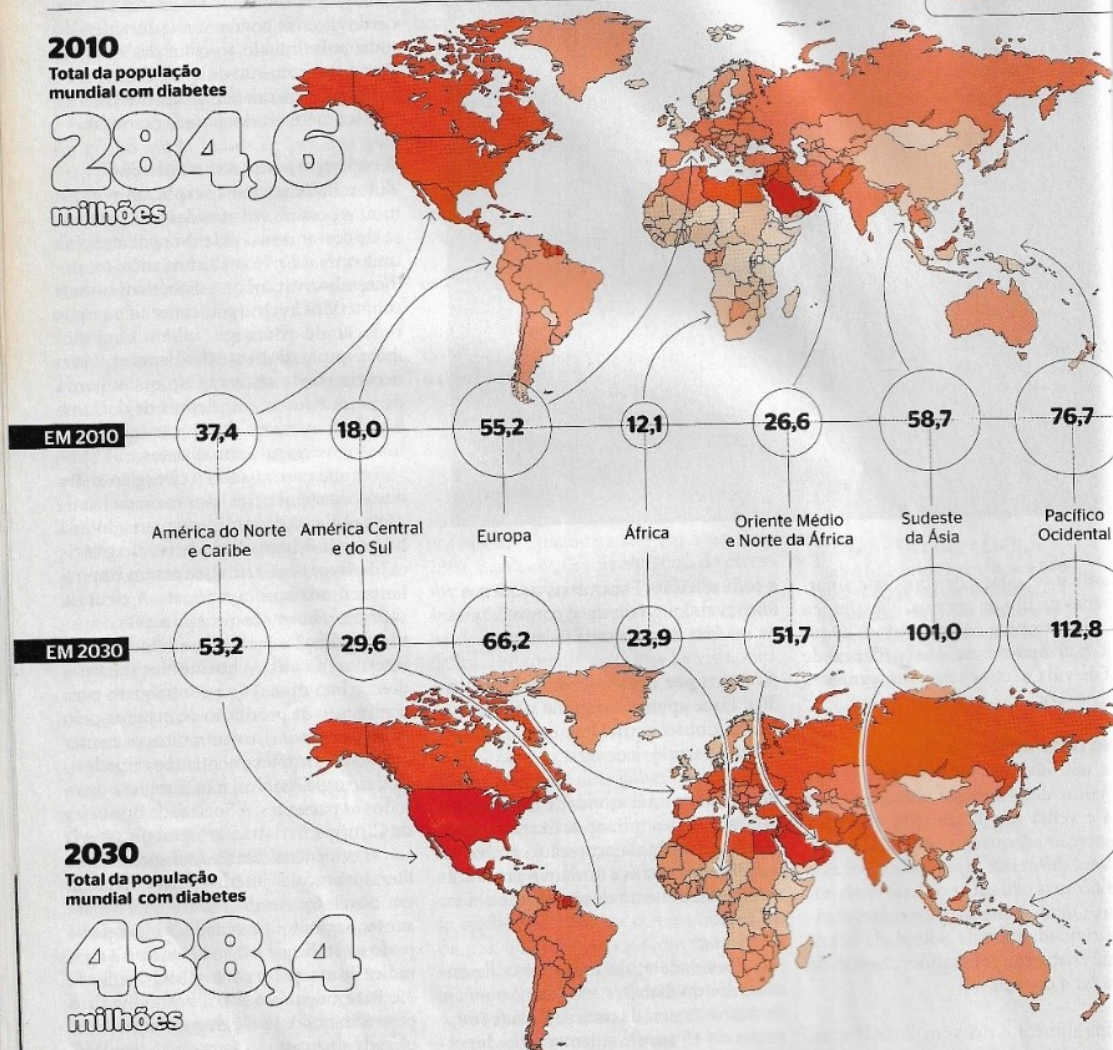
População entre 20 e 79 anos com diabetes



2010

Total da população mundial com diabetes

284,6
milhões



2030

Total da população mundial com diabetes

438,4
milhões

Crescimento dos casos de diabetes entre 2010 e 2030 - em %

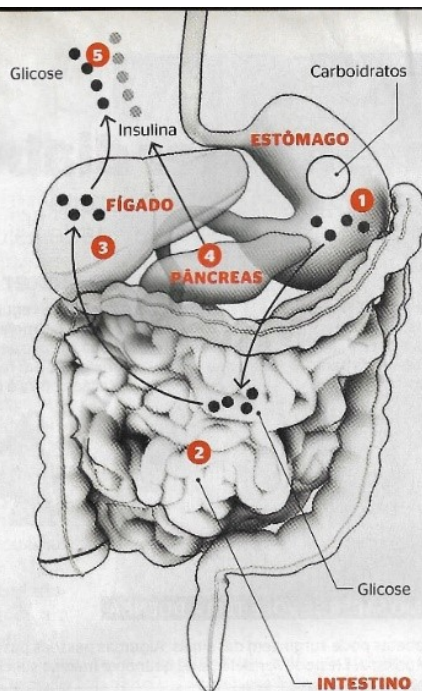


Fonte: Federação Internacional de Diabetes

A fábrica de energia

A glicose é nossa fonte de energia. Leia como o corpo regula a quantidade dessa substância no sangue - e o que pode dar errado

- 1 Os carboidratos são transformados em glicose no aparelho digestivo
- 2 Do intestino ela segue para o fígado pela corrente sanguínea
- 3 O fígado é programado para liberar certa quantidade de glicose no sangue e guardar o restante para uso futuro
- 4 Quando os níveis de glicose no sangue aumentam, o pâncreas secreta insulina na corrente sanguínea
- 5 Para que a glicose entre nas células, é preciso que a insulina seja percebida por um receptor



O QUE PODE DAR ERRADO

No diabetes tipo 2, os receptores de insulina não funcionam adequadamente. Por isso, a glicose não entra nas células. Em outros casos, a insulina não trabalha adequadamente ou o pâncreas não produz insulina suficiente. Nas três situações, a glicose não entra nas células e se acumula no sangue

AS CONSEQUÊNCIAS



Coração

Pressão alta, colesterol alto, trombose e insuficiência cardíaca



Olhos

Retinopatia, catarata e glaucoma



Sistema vascular

Derrames, impotência, úlceras nos pés que podem levar à amputação



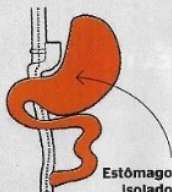
Rins

Insuficiência renal e falência dos órgãos

QUANDO A DIETA E OS REMÉDIOS FALHAM, A CIRURGIA PODE AJUDAR

DERIVAÇÃO GÁSTRICA (BYPASS GÁSTRICO)

É o método mais usado. A maior parte do estômago é isolada e grampeada. O estômago é reduzido a um volume de 30 mililitros e conectado ao jejuno (porção média do intestino)



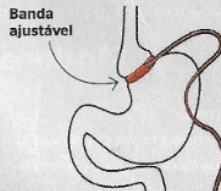
DERIVAÇÕES BILIOPANCREÁTICAS

Mais de metade do estômago é retirada. É feito um desvio no intestino que provoca má absorção intencional dos nutrientes. Podem ser realizadas por laparoscopia ou por meio de incisão abdominal



BANDA GÁSTRICA AJUSTÁVEL

Uma prótese de silicone inflável é colocada por laparoscopia na porção superior do estômago. Ela forma um anel de constrição que pode ser ajustado



e usadas há vários anos para a redução de peso e, mais recentemente, para livrar os pacientes do diabetes. A Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica não recomenda que as pessoas se submetam a outros tipos de operação - a não ser que se inscrevam como voluntárias em estudos científicos controlados e aprovados por comitês de ética em pesquisa. Como voluntárias, elas devem ser operadas gratuitamente e acompanhadas sem nenhum custo em caso de complicações.

Faz quatro anos que cirurgias não regulamentadas são divulgadas no Brasil com a promessa de cura do diabetes. O caso mais conhecido envolve o cirurgião goiano Aureo Ludovico de Paula. Ele operou centenas de pacientes - entre eles o apresentador de TV Fausto Silva e o senador Demóstenes Torres (DEM-GO) - com uma técnica chamada de interposição do íleo. A parte final do intestino delgado (íleo) é deslocada para a porção do intestino mais próxima do estômago. Em congressos e artigos que publica em revistas científicas, Aureo afirma que quase 90% dos doentes ficam totalmente livres do diabetes. É possível, mas a técnica não foi aprovada para uso em humanos em nenhum lugar do mundo. "Não sabemos quais serão os efeitos da interposição do íleo a longo prazo", diz o endocrinologista Antonio Carlos Lerario, da Sociedade Brasileira de Diabetes. "É preciso ter cautela e lembrar sempre de episódios desastrosos como o da talidomida." Lerario refere-se à droga que era usada para controlar enjoos na gravidez e foi banida depois do nascimento de milhares de crianças defeituosas.

Em novembro, o Conselho Nacional de Saúde (órgão do Ministério da Saúde) considerou ilegal a técnica oferecida por Aureo. A procuradora Léa Batista de Oliveira, do Ministério Público Federal, entrou com uma ação civil pública contra o médico (pela prática de cirurgia experimental em desconformidade com a legislação brasileira) e o Conselho Regional de Medicina de Goiás (por omissão diante dos atos do médico). Ela recebeu denúncias de 12 supostas vítimas que relataram sete mortes. Aureo disse a ÉPOCA que dispõe de farta documentação científica a seu favor e está preparando sua defesa. "O que eu faço não é ilegal nem experimental." O assunto está nos tribunais.

O episódio demonstra a vulnerabilidade dos brasileiros diante das novidades ►

O que fazer para não ter diabetes

A melhor forma de ficar longe da doença é seguir a receita de quem cuida do corpo: alimentação saudável e atividade física

O que comer

Prefira alimentos ricos em fibras, como frutas e verduras. Evite descascar itens que podem ser ingeridos com a casca. Diminua a quantidade de gorduras e de carboidratos (massas e doces). Tente planejar as refeições e compre os ingredientes necessários para comer em casa. Transforme o fast-food em exceção



Maçã



Laranja



Brócolis



Couve

Por que se mexer

Quem pratica exercícios regularmente observa uma mudança radical. A melhoria não se resume à resistência cardiorrespiratória e muscular. Quem faz atividade física costuma se tornar mais exigente em relação ao que põe no prato. É uma boa proteção contra a doença



Natação



Corrida



Caminhada



Musculação

COMO SABER SE VOCÊ TEM A DOENÇA

O diabetes pode surgir sem dar sinais. Algumas pessoas passam meses (ou anos) sem desconfiar do problema. Ele pode ser detectado quando o médico solicita exames periódicos de glicemia

OS SINTOMAS MAIS COMUNS

- Visão embaçada
- Muita sede
- Fome exagerada
- Perda de peso (mesmo sentindo mais fome e comendo mais que o habitual)
- Infecções repetidas na pele ou nas mucosas
- Machucados que demoram a cicatrizar
- Vontade de urinar diversas vezes
- Cansaço inexplicável
- Dores nas pernas causadas por má circulação

O que fazer para controlar a doença

Remédios, doses de insulina (nos casos em que são necessárias) e mudanças no estilo de vida ajudam a combater o diabetes

Como se tratar

Várias drogas fazem o pâncreas secretar mais insulina. Outras aumentam a habilidade da insulina de empurrar a glicose para dentro dos músculos e do tecido adiposo

Como se mexer

Encontre uma forma de aumentar sua atividade física. Faça um plano realista, que possa ser cumprido com rigor. Trinta minutos de exercícios por dia fazem diferença

Como se alimentar

É fundamental fazer várias pequenas refeições ao longo do dia. Alimentos com fibras e pouca gordura, feijões e grãos não refinados ajudam a estabilizar os níveis de açúcar no sangue

PRESTE ATENÇÃO ao índice glicêmico (IG) dos alimentos. Esse é um fator que diferencia os carboidratos de acordo com a velocidade com que chegam ao sangue. Os diabéticos devem preferir alimentos com IG abaixo de 50

Prefira

IG abaixo de 50

Iogurte light com adoçante	20
Maçã	38
Milho verde (espiga)	48

Modere

IG de 50 a 90

Banana	51
Biscoito cream cracker (5 unidades)	65
Pipoca de micro-ondas (20 gramas)	89

Evite

IG acima de 90

Pizza de queijo (fatia)	91
Croissant	96
Donut	108

oferecidas pelos médicos. Quem assegura que uma técnica inovadora divulgada pela mídia foi submetida a estudos rigorosos, realizados dentro da lei? Quem impede um médico de realizar cirurgias não regulamentadas mesmo depois dos alertas feitos por todas as entidades médicas e pelo Conselho Nacional de Saúde? O caso do doutor Aureo demonstra que a principal proteção com a qual os pacientes podem contar é seu próprio julgamento crítico. Sempre que uma novidade parecer boa demais para ser verdade, é preciso desconfiar dela. É essencial ouvir várias opiniões médicas e pesquisar sobre o assunto.

Foi o que fez o funcionário público Edivaldo Rangel, de 52 anos. Diabético desde 1994, Rangel tomava 12 remédios por dia. Sete só para o diabetes. Tinha hipertensão e colesterol alto. As variações nos níveis glicêmicos provocavam suores, tonturas, mal-estar. Pesava 120 quilos (mede 1,84 metro) e não praticava atividade física como deveria. Quando leu uma reportagem sobre a cirurgia de interposição do íleo, Rangel achou que havia encontrado a solução para seu caso. Fez os exames em São Paulo e agendou a cirurgia em Goiânia porque o hospital era mais barato. Desistiu na última hora. "Havia gente demais querendo fazer a cirurgia. Senti que aquilo era uma linha de produção e fiquei com medo", diz.

Rangel descobriu outro cirurgião que optou por fazer a técnica regulamentada (bypass gástrico) e foi sincero ao dizer que não poderia garantir o resultado. Rangel foi operado em julho de 2009. Alguns dias depois, os índices de glicemia estavam normalizados. Continua tomando metformina (uma das drogas baratas mais usadas contra o diabetes), mas se livrou dos outros remédios contra a doença. O conselho de Rangel: "Não acredite em toda novidade médica que aparece. Pesquise e procure médicos indicados por pessoas de confiança", diz. Mais magro (está com 93 quilos e pretende chegar aos 90), Rangel se animou a fazer natação. Sente-se mais tranquilo e paciente — e precisa disso. É pai de sete filhos.

Qual é o futuro da cirurgia?

Muitas questões ainda precisam ser respondidas. O efeito da cirurgia dura para sempre? Podem ocorrer efeitos colaterais fatais? A cirurgia é mais vantajosa que o tratamento clínico? Algumas dessas perguntas poderão ser respondidas pelo es-



ELE DESCONFIOU

Rangel numa praça em São Paulo. Ele agendou a cirurgia com Aureo e foi até Goiânia. Desistiu na última hora. "Não acreditem em toda novidade médica que aparece", diz

tudo que está sendo realizado no Rio de Janeiro pelo Instituto Estadual de Diabetes e Endocrinologia, ligado à PUC. Sessenta voluntários foram divididos em três grupos e serão submetidos a uma das três estratégias: o melhor tratamento clínico possível, cirurgia convencional (bypass gástrico) ou uma cirurgia experimental chamada de exclusão duodenal.

A maioria dos clínicos e dos cirurgiões concorda que a cirurgia de diabetes (depois de devidamente testada e aprovada) pode ter um grande futuro. Não parece haver uma disputa de mercado entre as duas especialidades. Nem uma guerra comercial entre a indústria farmacêutica e a de produtos cirúrgicos. "Apenas uma pequena parcela dos diabéticos estará apta a se candidatar à operação", diz o cirurgião Ricardo Cohen, da Sociedade Brasileira de Cirurgia Bariátrica e Metabólica. "Dizer que os laboratórios querem boicotar o avanço das cirurgias para diabetes é uma

bobagem. Para a indústria farmacêutica, nós, os cirurgiões, somos irrelevantes."

É possível também que no futuro a cirurgia seja indicada aos diabéticos magros. Essa possibilidade está sendo investigada pelo grupo da Unicamp. "Por enquanto não podemos operar diabéticos com IMC abaixo de 30 porque a cirurgia ainda não é regulamentada. Quando as pesquisas terminarem, talvez ela se torne uma boa opção", diz o professor Pareja. Enquanto isso, os pacientes precisam se adaptar ao melhor tratamento clínico possível.

A tendência atual é medicar o diabético numa fase mais precoce para ajudar a manter as células do pâncreas ativas por mais tempo. Para que o diabético possa ter uma vida normal (e reduzir o risco de complicações), é preciso manter a doença sob controle. Isso significa manter o nível de glicose no sangue, em jejum, entre 80 e 110 miligramas por decilitro. Depois da alimentação, os níveis devem ser inferiores a 140 miligramas por decilitro. É preciso fazer dieta, atividade física, não descuidar dos remédios e usar insulina (caso seja necessário). "Existem muitos recursos para tratar o diabetes", diz Ricardo Meirelles, presidente da Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia. "O mais difícil é convencer os pacientes a mudar hábitos de vida." Se os obesos que ainda não são diabéticos resolverem adotar essas mudanças em 2010, lucrarão duplamente: vão emagrecer e conseguir manter o diabetes no terreno das ameaças epidemiológicas que não se concretizam. ♦

Nenhuma cirurgia foi aprovada para tratar os diabéticos magros. Estudos estão em andamento

CIÊNCIA&TECNOLOGIA ALIMENTAÇÃO

A reabilitação do herege

A descoberta de que a dieta dos pais afeta o DNA dos filhos resgata, após 200 anos, a obra do maltratado Lamarck

Peter Moon

No vigésimo primeiro dia do auspiciosamente denominado mês de Floreal (*floração*), na primavera do ano 8 no calendário revolucionário francês (1800 para o resto do mundo), escreveu o biólogo evolutivo americano Stephen Jay Gould, “o antigo cavalheiro, mas então cidadão Lamarck, proferiu a aula inaugural do curso de zoologia no Museu de História Natural de Paris – e mudou para sempre a ciência da biologia, ao apresentar o primeiro relato público de sua teoria da evolução.” Achar uma explicação para a diversidade dos seres vivos foi o motor intelectual do naturalista francês Jean-Baptiste Pierre Antoine de Monet (1744-1829), o Chevalier de la Marck. Lamarck foi o primeiro evolucionista. Em 1802, cunhou o termo biologia para definir o conjunto das ciências da vida. Em 1809, 50 anos antes de Darwin publicar *A origem das espécies* (1859), Lamarck intuiu em *Filosofia zoológica* que o principal suspeito por trás da complexidade dos seres vivos era a interação com o meio ambiente, por meio “de forças (*externas*) que tentam incessantemente complicar sua organização”. Em 1815, Lamarck postulou a existência de um ancestral de todos os animais, do qual descenderiam “diretamente e quase sem nenhum intervalo”. Em 1820, concluiu que a complexidade da vida deveria ser entendida na forma de ramos que se espriam daquela raiz comum – o primeiro rascunho da “árvore da vida” feito por Darwin é de 1837.

Lamarck não conhecia o processo responsável pela evolução das espécies – a descoberta da seleção natural é mérito de Darwin –, mas seu valor científico é indiscutível. Ou deveria sê-lo. O principal adversário intelectual de Lamarck era Georges Cuvier, o naturalista mais influente da França. Cuvier repudiava a ideia da transformação dos seres vivos. Usou seu poder para destruir Lamarck. “Uma vez admitidos esses princípios (*evolutivos*), percebe-se que não bastaria nada além do tempo e das circunstâncias para fazer um pólopo se tornar um sapo, uma cegonha ou um elefante... Um sistema estabelecido em tais fundações diverte a imaginação do poeta”, afirmou Cuvier.

Cuvier obteve sucesso em enterrar a



VISIONÁRIO
50 anos antes de Darwin, Lamarck já era evolucionista. Mas sua obra calou no esquecimento

Em 1815, Lamarck imaginou um ancestral comum a todos os animais. Darwin publicou a ideia em 1859

premonitória, e essencialmente correta, teoria evolutiva de Lamarck. A imagem do naturalista que ficou para a posteridade está ligada a sua outra teoria, a errada. Em *Filosofia zoológica*, Lamarck diz existir outro meio, além da ação das forças externas, para explicar a mudança das espécies. As características adquiridas por uma geração poderiam ser herdadas pela seguinte. O exemplo usado foram as girafas. Seu pescoço seria comprido porque os animais se esticam para alcançar e comer as folhas das árvores. Girafas com o pescoço encurtado em vida teriam filhotes ▶

CIÊNCIA&TECNOLOGIA ALIMENTAÇÃO

com pescoço maior. Isso não ocorre. Lamarck foi ridicularizado. O lamarckismo virou sinônimo de teoria com conclusões absurdas. Seu autor morreu cego e miserável. De lá para cá, sua obra permanece no limbo. "Em uma das maiores injustiças da história, a desaprovação de Lamarck persiste até nossos dias", disse Jay Gould.

Em 2009, comemoraram-se os 200 anos de Darwin e os 150 anos da publicação de *A origem das espécies*. Só um punhado de acadêmicos celebrou o bicentenário da publicação da *Filosofia zoológica*. Chegou a hora da revanche. E o destino jocoso cuidou para que a reabilitação de Lamarck não se operasse pela recuperação de seu arbusto da vida, mas graças às girafas.

Em 1999, a geneticista Emma Whitelaw, do Instituto de Pesquisa Médica de Queensland, na Austrália, alimentou uma rata preta com uma dieta rica em vitamina B12, ácido fólico e soja. Os filhotes cresceram magros, saudáveis e marrons – apesar de terem um gene para torná-los obesos, com pelagem amarelada e risco de ter diabetes e câncer. A ingestão de vitaminas "desligou" o gene da obesidade. Foi a primeira evidência de que a alimentação da mãe altera o DNA de seus óvulos e os genes herdados pelas crias. "Isto é Lamarck. É a herança de um traço adquirido pelos pais", diz Whitelaw.

Sabe-se hoje que o lamarckismo também age sobre o *Homo sapiens*. Em 2005, geneticistas do University College de Londres descobriram que os netos de homens numa cidadezinha sueca que tiveram alimentação farta na infância tinham mais chance de ser diabéticos e viver menos do que os netos dos homens que passaram fome na infância. Em 2006, o mesmo grupo mostrou que pais que começaram a fumar ainda meninos tendem a ter filhos mais obesos do que os filhos de homens que não fumavam na pré-adolescência. Conclui-se que a alimentação e o fumo alteraram o DNA dos espermatozoides, que só começam a ser produzidos na adolescência.

Em 2009, as geneticistas israelenses Eva Jablonka e Gal Raz, da Universidade de Tel Aviv, listaram 100 casos comprovados de traços adquiridos e transmitidos entre gerações de organismos. É o nascimento de uma nova ciência, a epigenética, o estudo das mudanças na atividade dos genes que não envolvem alterações no DNA, mas podem ser passadas às gerações seguintes. "A herança epigenética é onipresente. Os 100 casos são a ponta do iceberg", diz Jablonka.



GLORIFICADO
Darwin influencia o mundo há 150 anos. O sucesso de sua teoria ofuscou a obra dos naturalistas seus antecessores – como o genial Lamarck

Em *Evolução em quatro dimensões – DNA, comportamento e a história da vida* (Companhia das Letras, 520 páginas, R\$ 59), lançado nesta semana no Brasil, Jablonka e Marion Lamb resgatam as "heresias" do maltratado Lamarck para defender a reforma da teoria evolutiva. A epigenética é uma faceta dessa nova visão, mais abrangente que a defendida pelo inglês Richard Dawkins em *O gene egoísta* (1976). Para Dawkins, a evolução são os genes. Tudo gira em torno deles. Somos meros veículos de sua transmissão. Jablonka e Lamb defendem uma visão que alia genética com epigenética, abraça as influências da cultura e dos genes sobre a evolução humana, incorpore a ação dos vírus (eles pulam entre as espécies, infectando seu DNA) e que associe, de uma vez por todas, Lamarck a Darwin.

Revista *Época*, 2012, nº 711



Matéria da revista Época 2012, nº 711



VIDA

Para inspirar-se

MÚSICA

Michel AI, SE EU TE PEGO...

Com melodia fácil e letras que falam ao público jovem, o cantor paranaense bateu recordes na internet e traduziu os valores da cultura popular para todos

Humberto Mala Junior e Luís Antônio Giron



PARA DANÇAR

Nas páginas a seguir, os passos da coreografia de "Ai, se eu te pego"

Eram quase 17h15 do domingo, dia 18 de dezembro, quando o cantor sertanejo Michel Teló saiu do camarim dos estúdios da TV Globo de São Paulo e se dirigiu para as coxias. Era a sexta vez que ele participava do programa *Domingão do Faustão*. "Mas a ansiedade é a mesma", diz, enquanto mexe os braços e as pernas, inspira e expira como se estivesse se aquecendo para uma competição esportiva. Michel lembra um hábito de Fausto Silva: quebrar o script e forçar o artista a improvisar. Faustão entra primeiro e inicia um quadro de humor. Sua voz parece aumentar a adrenalina. Para relaxar, Michel saca seu iPhone e tuita: "Galera já vou entrar no palco do Faustão! Fiquem ligados" (*sic*). Vira-se para a parede, fecha os olhos, junta as mãos e reza. De volta à realidade, dá uma espiada no palco, volta-se para o repórter e, com as mãos, simula a batida acelerada do coração, como se dissesse "está a mil". Até que Faustão anuncia:

— Esse cara teve um ano extraordinário. Para vocês terem uma ideia, 4,5 milhões de pessoas assistiram aos 220 shows, média de 20 mil pessoas. Duzentas horas dentro de um avião. O Brasil inteiro cantou e dançou com... Miiiiiichel Teló!

Vida

MÚSICA

Michel está com os olhos cheios de lágrimas quando sai do palco do Faustão, às 17h59. Pelo roteiro original, ele deveria cantar apenas quatro músicas. Foram 17 – contando o inevitável bis de “Ai, se eu te pego”. Ao saber por uma assessora que a audiência com Teló ia bem, Faustão improvisou e pediu que ele cantasse clássicos sertanejos, naquela onda do “quem sabe faz ao vivo”. “Ufa, foi incrível!”, diz Teló, nadando em adrenalina, quando volta ao camarim. “É difícil fazer isso.” E as lágrimas? “Ah, é por tudo o que tem acontecido comigo. Só tenho a agradecer a Deus.”

Não só o Brasil, mas o mundo está dançando com esse cantor paranaense de 30 anos. Enquanto ele se apresentava no *Faustão*, seu sucesso, a canção dançante “Ai, se eu te pego (assim você me mata)”, atingia a marca de 80 milhões de acessos no YouTube (até o último dia 28, esse número chegou a 93 milhões). É a música brasileira mais vista na história do YouTube, lidera a audiência na Espanha e chegou ao Natal como o sétimo vídeo musical mais visto do planeta – e subindo. A sua frente só havia Adele, Rihanna e Justin Bieber. “Ai, se eu te pego” – originalmente um forró dos baianos Sharon Acioly e Antonio Dyggs, adaptado para o ritmo de batidão sertanejo – lidera as vendas no iTunes, o site de venda de música da Apple, no Brasil, na Espanha, em Portugal, na Itália, Suécia, no Chile e na Argentina. Seu novo trabalho, *Michel na balada*, já vendeu 68 mil cópias em 15 dias, nos formatos CD e DVD. Seu cachê dobrou nos últimos três meses e está em torno de R\$ 150 mil. “Ai, se eu te pego” foi chamada de “Macarena do século XXI” – uma referência ao hit da dupla espanhola Los Del Rio que invadiu as pistas de dança do mundo em 1996, com uma coreografia complexa



Nossa, nossa...

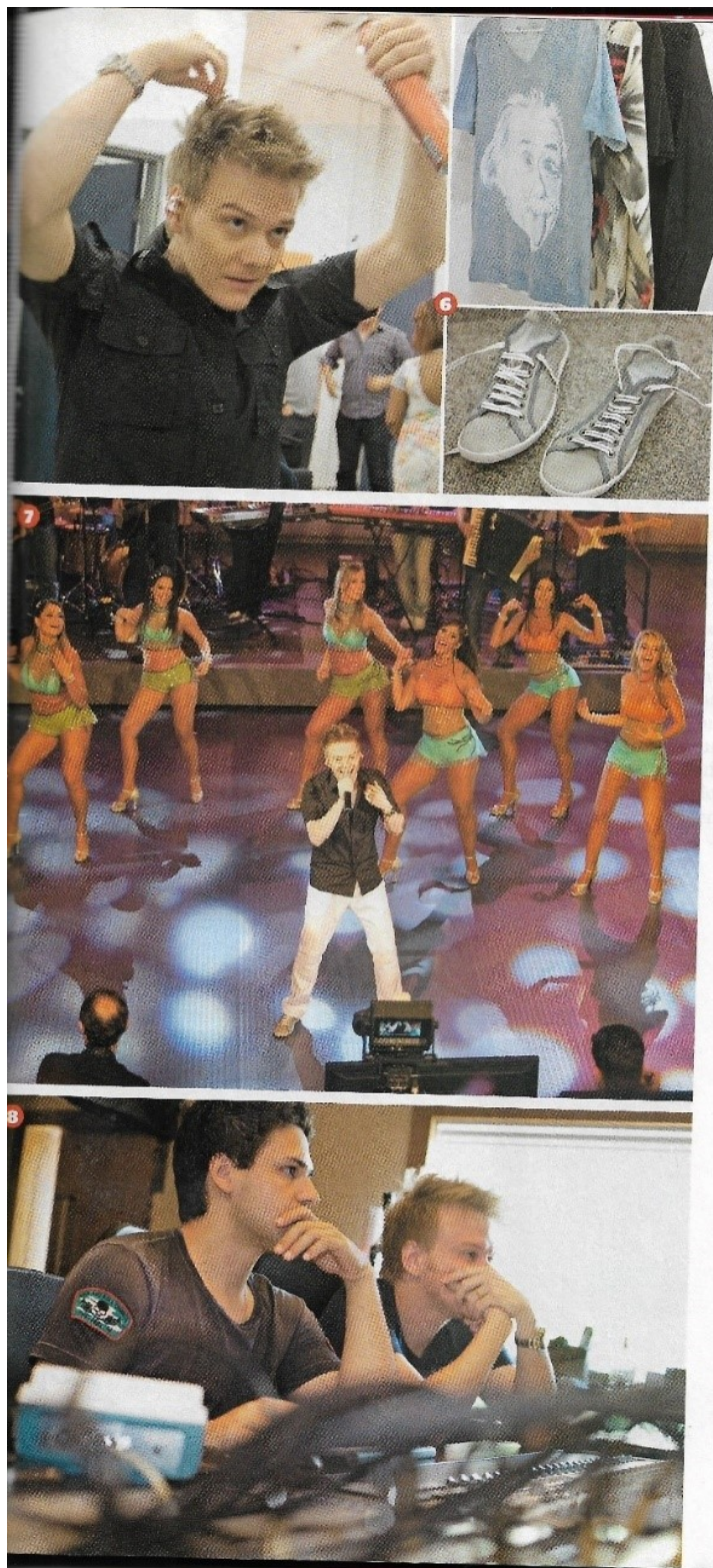
52 > ÉPOCA 2 de janeiro de 2012



O DIA A DIA

1. Em São Paulo com o casal de fãs Daniela e Paulo Carvalho e a filha, Isabella, de 2 anos, que já dança as músicas de Teló **2.** Michel e o ônibus de turnê que ele chama de “Humilde residência”, nome de uma música **3.** Abraçando uma fã na saída do *Domingão do Faustão* **4.** Com a sanfona, seu instrumento favorito **5.** No estúdio de Dudu Borges, local de trabalho e lazer **6.** Cenas do camarim, antes de entrar no palco do *Domingão* **7.** Cantando entre as dançarinas do *Domingão* **8.** Com o produtor Dudu Borges, finalizando a mixagem de “Oh, if I catch you”, versão em inglês de “Ai, se eu te pego”

Fotos: Rogério Cassimiro/ÉPOCA



que misturava rebolado e movimentos robóticos com os braços. “Agora chegou a vez da letra maliciosa e do rebolado discreto de Michel Teló”, diz o produtor musical Luiz Carlos Maluly, responsável pelo maior sucesso de vendas brasileiro de 2011, o disco *Paula Fernandes – Ao vivo*. “O mundo inteiro está dançando ao som do batidão, essa mistura de vaverão gaúcho e forró nordestino que o Teló inventou.”

Michel Teló é hoje o principal cantor sertanejo do Brasil – e começou a se tornar um astro do pop mundial. Dentro e fora do país, o clipe de “Ai, se eu te pego” ganha a cada dia pelo menos 1,5 milhão de novos acessos. Nos campos de futebol, astros como Neymar e o português Cristiano Ronaldo comemoraram seus gols com a coreografia ao mesmo tempo discreta e ousada de Teló. O tenista Rafael Nadal repetiu os gestos numa festa, depois de conquistar a Copa Davis, e jogadores do time de basquete americano Denver Nuggets gravaram um vídeo em que dançam ao som da música. No Twitter, mais de 432 mil seguidores de diversas nacionalidades disputam a atenção de Teló. “Outro dia mandei um ‘saludos a Argentina’. Logo recebi pedidos de ‘saludos’ do Chile, do Peru e da Colômbia. Quando faço isso, os brasileiros dizem que eu me esqueci deles”, diz Teló. “Mas estou sempre com eles.” Quase. No final de fevereiro, ele embarcará para a Europa, onde fará oito shows em Portugal, na Inglaterra, Espanha e Suíça. Na segunda-feira, depois de aparecer no *Faustão*, ele gravou, a pedido da Sony, uma versão em inglês para “Ai, se eu te pego”: *Oh, oh, this way you're gonna kill me/ Oh, if I catch you/ Oh my God, if I catch you*. A Sony quer testar Teló no mercado americano.

Michel Teló é hoje o representante mais popular do estilo musical conhecido como “sertanejo universitário”, que começou nos anos 2000 e alterou a imagem “caipira” que os sertanejos tinham em grandes centros urbanos – de mensageiros da breguice e do mau gosto. A nova geração, representada no início por duplas como César Menotti & Fabiano e João Bosco & Vinícius, depois nomes como Luan Santana ou Victor & Leo, tratou de mudar tudo. O sertanejo universitário ►

Vida

MÚSICA

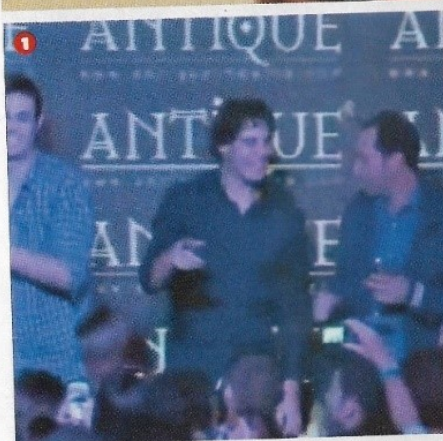
rompeu as barreiras sociais, popularizou o estilo nas classes A e B e chegou aos bairros chiques das grandes cidades do país. Ninguém teve tanto sucesso em traduzir os valores populares para os jovens de elite quanto Teló.

Tome o exemplo da universitária Stela Medeiros, de 18 anos, moradora de São Paulo. Ela gostava de Lady Gaga e Beyoncé. Passou a ouvir sertanejo depois que a amiga Giovana Volpato, de 17 anos, moradora do Morumbi, bairro nobre de São Paulo, lhe mostrou as músicas de Michel Teló. "Sempre achei aquela coisa de dor de cotovelo e bota uma coisa muito cafonada", diz Stela. "O estilo do Michel é mais próximo do meu, e a música é de balada." Também a carioca Isabela Aragão Coutinho, de 17 anos, filha de advogados e moradora de Laranjeiras, Zona Sul do Rio de Janeiro, divide a memória de seu iPod entre Coldplay, Kate Perry e Teló. "Ele é supercool", afirma. "Suas letras são picantes e divertidas, não tem como não gostar dele. Na balada, todo mundo se levanta quando começa a tocar Michel Teló." O Rio de Janeiro, berço da Bossa Nova e santuário do samba, costumava ser avesso aos ritmos populares do interior do país. Com Teló, a barreira caiu. "O sertanejo universitário alcançou vários gostos, regiões e classes sociais", diz o antropólogo Allan de Oliveira, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), autor de uma tese de doutorado sobre o crescimento do sertanejo nas grandes cidades.

De acordo com ele, o sucesso da música se explica por seu caráter híbrido, misturando diferentes estilos regionais e referências de classe. O visual do sertanejo também mudou. Acabou o estilo "agroboy" (calça justa, cinto com fivelas grandes, camiseta e chapéu) e começou a

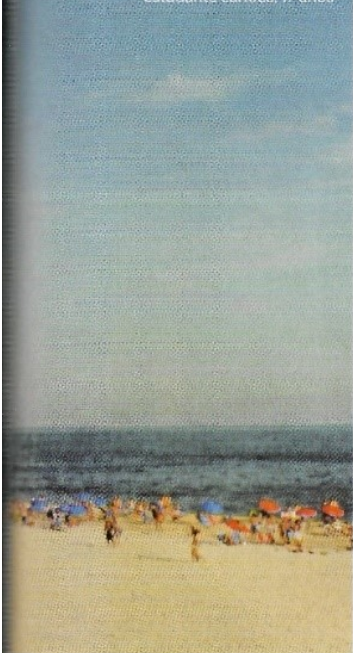


Assim você me mata...



“Michel Teló é supercool. Suas letras são picantes e divertidas, não tem como não gostar dele”

Isabela Coutinho, estudante carioca, 17 anos



roupagem urbana e descolada, inaugurada por cantores como Luan Santana. Teló conta com uma personal stylist, Malena Russo, que cuida de seu figurino. Marcas de luxo, como Dolce & Gabbana ou Armani, oferecem roupas que ainda nem foram lançadas no Brasil para se associar à imagem do cantor. Ele gosta. “Sou vaidoso”, diz. Há pouco mais de um ano, o cabelo “tigelinha” deu lugar ao topete arrepiado, mantido com gel. Nos pés, usa tênis street, veste calças skinny e camisas e camisetas justas, slim fit. “Com a roupa, ele passa a mesma imagem do seu público”, diz Malena. Os olhos azuis e os cabelos loiros (a família Teló vem do norte da Itália) ajudam a compor a imagem de galã jovem classe A. Em setembro, Teló chegou a cantar no Terraço Daslu, polo do luxo de São Paulo.

Para atender o público de elite, os empresários do sertanejo universitário inovaram e abriram casas de show que em nada lembram os antigos galpões onde as duplas sertanejas encontravam seu público. A pioneira foi a casa noturna Villa Country, em São Paulo, onde Teló se apresentou na semana anterior ao Natal. São ambientes que oferecem

os mesmos serviços – e atraem a mesma frequência – das melhores baladas de outros estilos musicais. “Para atender um público com maior poder aquisitivo, seguimos o conceito de serviço premium”, diz Charles Bonissoni, fundador da rede Wood’s Bar, com filiais em cinco cidades, entre elas São Paulo, Curitiba e Balneário Camboriú, Santa Catarina. O ingresso não custa menos de R\$ 50 – nos grandes shows, o valor é o triplo. Em cada casa há cerca de dez camarotes para 20 pessoas que chegam a custar R\$ 4 mil – e são abastecidos com uísque 21 anos, cervejas de marcas importadas e champanhe. “As pessoas querem ouvir sertanejo com estilo, como em qualquer balada.”

São vários os exemplos da pegada jovem de Teló, que o aproxima da classe média urbana. “Humilde residência” conta a história de um universitário sem dinheiro que vive numa república e quer “fazer amor” com uma colega. “Ei, psiu, beijo me liga” e “Eu te amo e open bar” têm gírias e frases de efeito que estão na boca dos jovens. As duas últimas foram escritas por Teófilo Teló, de 34 anos, irmão mais velho de Michel. A primeira ele fez depois de ouvir, numa balada, várias meninas dizendo aos rapazes “beijo, me liga”. “Saí com aquilo na cabeça e no dia seguinte a música já estava escrita.” A inspiração para a segunda, que só tem um verso (*Tudo que eu quero ouvir: eu te amo e open bar*) veio do Facebook, depois de ver vários anúncios de festas “open bar”. “E quem não quer ouvir essas coisas?”, pergunta. O cantor Daniel, astro da geração anterior do sertanejo, diz: “Fazemos uma coisa romântica. Esses meninos são mais animados, fazem música de balada. Até em trio elétrico eles estão, uma coisa que não fazíamos”.

O resultado sonoro do sertanejo universitário mistura elementos do pop, do rock, do reggae e até da música eletrônica. “Ciumenta”, de Cesar Menotti & Fabiano, tem bateria, solos de violão e vocais típicos do rock. “Os artistas e seus produtores são fãs de bandas internacionais como o Coldplay ou U2”, diz Daniel Silveira, diretor artístico da gravadora Universal. “Se você colocar as músicas do sertanejo universitário em inglês, não fica com cara de música regional. Fica com cara de pop, não de caipira.” ▶

POPULARIDADE

1. O tenista Rafael Nadal comemora o título da Copa Davis com “Ai, se eu te pego”
2. Cristiano Ronaldo, do Real Madrid, comemora o gol contra o Málaga com a coreografia de Teló
3. Michel e Neymar no programa da Hebe



Fotos: André Valentini/EPOCA, reprodução, Jon Nazca/Reuters e Wayne Camargo/RedeTV

2 de janeiro de 2012, **ÉPOCA** 55

Vida

MÚSICA

A música "Fugidinha", de Teló, tem um refrão com "ôôô", inspirado no refrão da música "Viva la vida", do Coldplay. "Fui no show deles no Brasil (em março de 2010) e fiquei louco para ter um 'ôôô' numa música minha", diz Teló. Ele também ouve música eletrônica. Daí a inspiração para "Eu te amo e open bar", a primeira manifestação do sertanejo eletrônico. "Minha realidade é das baladas sertanejas que se espalham pelo país inteiro", afirma. "Minha intenção é chegar ao público jovem, com letras que falam do jeito deles, com as esperanças e os desejos da galera."

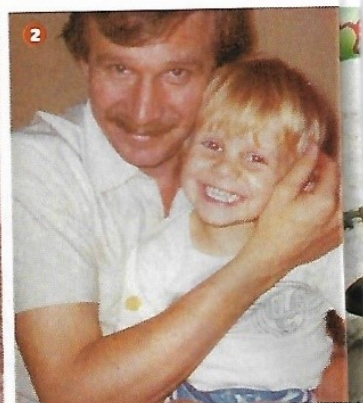
Com Teló, o sertanejo virou uma música de festa, que atende à demanda por entretenimento da juventude urbana. "Essa mesma aproximação aconteceu no mundo do samba com o surgimento do pagode", diz o cantor e compositor Marcos Valle, autor de alguns dos maiores sucessos da MPB. "Muitos sambistas viam aquilo como uma decadência do ritmo, mas depois puderam ver que os pagodeiros ajudaram o samba a chegar a ambientes a que nunca havia chegado, renovando e aumentando o público." Outro ponto positivo, segundo Marcos Valle: "As pessoas voltaram a ouvir música brasileira para se divertir".

"Teló nasce num segmento da sociedade que se legitimou perante a elite e tem seu nicho de mercado", diz a socióloga Heloísa Buarque de Hollanda, coordenadora do programa avançado de cultura contemporânea da UFRJ. "O interior do Brasil e a periferia urbana – o lugar de chegada de pessoas do campo – ascenderam. Eles influenciam a estética e o consumo de toda a sociedade." De acordo com ela, é um fenômeno que, além do pagode, repete a trajetória do funk, um universo que sempre foi rico



*Ai, se eu te pego...
Ai, ai, se eu te pego...*

56 > ÉPOCA, 2 de janeiro de 2012



ÁLBUM DE FAMÍLIA

1. Michel Teló com 9 meses, na casa em Medianeira (PR) **2.** Com o pai, Aldo, aos 4 anos **3.** Em Itapema (SC), aos 6 anos, pela primeira vez na praia **4.** Cantando a música "Fogão de lenha", na festa do Dia das Mães no Colégio Dom Bosco, em Campo Grande **5.** Como vocalista e sanfoneiro do Grupo Tradição, onde tocou de 2001 a 2009 **6.** Teló com a mulher, Carolina, com quem está casado há três anos

A mensagem

Para você

Os valores populares estão se espalhando para todas as classes

Para o mundo

A música brasileira é capaz de produzir novos sucessos globais se inspirando em suas raízes



Fotos: arq. pessoal (A1), divulgação/Grupo Tradição e Fábio Gulhaiz/Fotoarena





culturalmente, mas era invisível. Com a ascensão da classe C, isso mudou. A periferia tornou-se um polo de inovação na música, no comportamento e na moda. Hoje, diz Heloísa, o símbolo mais evidente disso é Griselda, a Pereirão, protagonista da novela *Fina estampa*. “Seu gestual, seus valores e seu jeito de ser são das pessoas da periferia. E ela faz sucesso”, afirma Heloísa. Como Griselda, Teló traduz a alma e os valores populares para os brasileiros de todas as classes. A dança de “Ai, se eu te pego!” (*confira os passos no canto das páginas desta reportagem*) é ousada e apimentada como as coreografias populares – mas sem ser vulgar. Bem vestido, com jeito de bom moço e ar comportado, Teló consegue ser sapeca na medida certa para provocar o riso – mas sem ofender os valores familiares. “Tomo o maior cuidado para evitar o mau gosto”, diz ele.

Quem passa algum tempo com Michel, como todos o chamam, tem a oportunidade de testemunhar esses valores ao vivo. Depois da apresentação no *Faustão*, Michel e sua turma (Dudu Borges, o produtor musical; Teófilo Teló, irmão e empresário, e Sérgio Moraes, assessor pessoal) vão para um estúdio na Zona Sul de São Paulo, relaxar e comemorar. Na mesa de centro, um balde com garrafas de cerveja, uma tigela com salgadinhos e biscoitos. Michel se senta no sofá e disputa uma partida de futebol com Sérgio no PlayStation 3. Os dois jogam com o Real Madrid. Num momento do jogo, Michel cobra uma falta com Cristiano Ronaldo. “É o cara que mudou a minha vida”, diz. “Não se esquece do Marcelo”, afirma o irmão. Segundo ele, o craque português só usou a coreografia de “Ai, se eu te pego” para comemorar seu gol depois de ter sido apresentado à música pelo lateral esquerdo brasileiro. Nos olhos de todos, é possível notar a euforia com o bom momento. “A gente nunca sonhou que nada disso fosse acontecer, nem de brincadeira falávamos isso”, diz Teófilo. Pouco depois, ele recebe pelo celular a notícia do sucesso da música na Europa: “Recebemos sondagens para fazer shows em Kosovo. Onde é isso?”. Depois de citar os países em que “Ai, se eu te pego” é tocada, Teófilo revela o próximo alvo: os Estados Unidos. ►

Vida

MÚSICA

"Agora é esperar a Beyoncé te ouvir...", diz ao irmão.

Michel Teló não vê os pais desde o casamento do irmão caçula, Teotônio, em agosto. "Fiquei meio dia em Campo Grande." A mulher, Carolina Lago, com quem é casado há três anos, chegou a acompanhá-lo em alguns shows, mas não aguentou a vida na estrada e voltou para a casa dos pais, em Passo Fundo, Rio Grande do Sul. "É desgastante ficar longe, mas decidi que agora é o momento de me concentrar no trabalho." Ele quer fazer seu pé-de-meia. Depois de perder algum dinheiro na Bolsa, Teló investe principalmente em imóveis. Evita ostentação. Diz que tem vontade de comprar um bom carro, mas desiste quando se lembra dos mais de 200 dias por ano que passa fora de casa. "Carro para quê? Não vai dar para aproveitar." O único luxo aparente é um relógio Rolex. "Primeiro quero formar um patrimônio, só depois é que vou fazer uma graça."

A conversa madura tem relação com o sucesso tardio – Teló estourou apenas aos 28 anos, quando iniciou sua carreira solo com o hit "Ei, psiu, beijo me liga". Durante 14 anos, ele participou de grupos musicais como Santo Chão e Tradição. Teló nasceu em Medianeira, interior do Paraná, numa casa de madeira com banheiro no quintal. Quando tinha 3 anos, a família de três filhos se mudou para Campo Grande, em Mato Grosso do Sul. Prosperaram no comércio, depois nas fazendas. Teló tinha 5 anos quando começou a cantar e aos 7 era acompanhado ao violão por Teófilo, o irmão mais velho. Os dois chegaram a

se apresentar em emissoras locais de TV (há vídeos no YouTube). Aos 12, aprendeu a tocar acordeão, instrumento que lhe daria prestígio como músico anos depois. "Fazia aula de piano, mas me apaixonei pela sanfona", diz. Eram tempos em que o menino franzino mal suportava o peso do instrumento, de quase 8 quilos. "Depois de uma única música, os braços já doíam." Aos 13 anos, gravou o primeiro disco com o grupo Bailanta, que tocava música regional. Viajava sozinho para o Paraná e Santa Catarina para fazer shows. Tocava nos finais de semana e, na segunda-feira, ia direto para a aula. Anos depois, entrou para a Banda Santo Chão. Dava shows em bailes que duravam até sete horas, em locais com pouca estrutura. "Já toquei com o pé na lama." Ele se lembra com bom humor de uma apresentação em Nova Alvorada, Mato Grosso do Sul, onde levou um choque com o microfone. "Foi tão forte que a luz da casa enfraqueceu e fiquei com a boca preta", diz.

Suas raízes garantem a autenticidade de Teló como produto cultural. Ele transcendeu a origem regional – que limitava sua carreira. Mas a cultura gaúcha dos migrantes que saíram do Sul e povoaram o Centro-Oeste ainda dá a sua música uma sonoridade única. Se alguém tentasse inventar Michel Teló numa escola de classe média na Zona Sul de São Paulo não teria conseguido. "Trabalho na essência dele", diz Dudu Borges. "Se não for sincero, o artista nunca vai estourar." A origem, a história e os instintos musicais qualificam Teló como

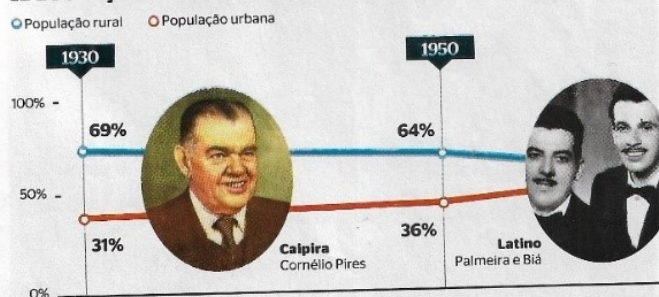


Delícia, delícia...

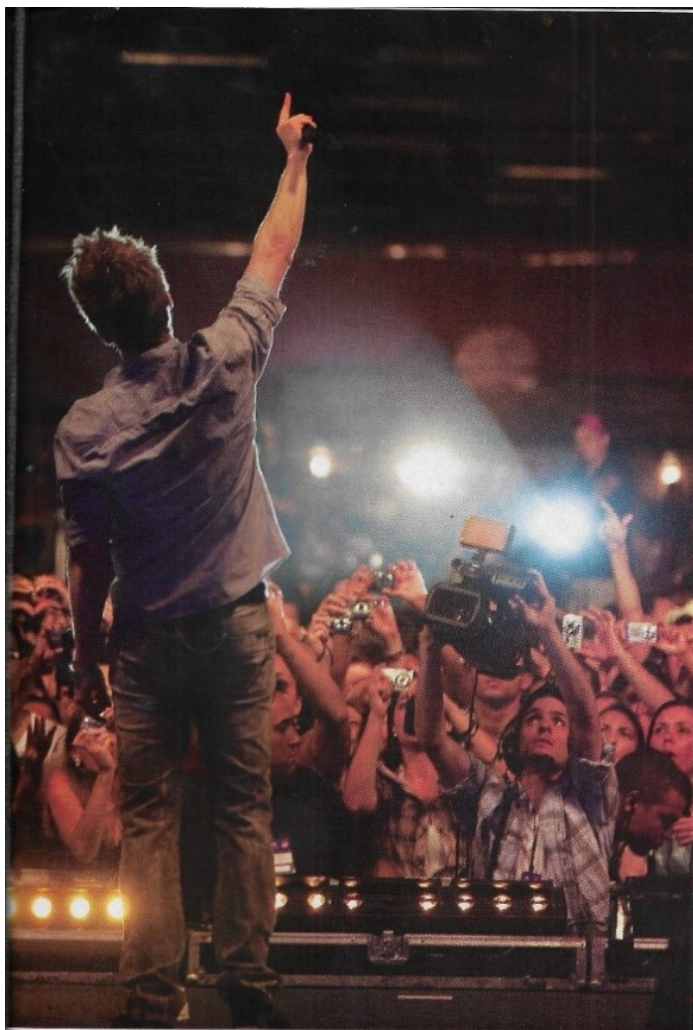
58 > **ÉPOCA**, 2 de janeiro de 2012

A evolução do sertanejo

Do rural ao superurbano, o som do interior se



Fotos: Rogério Cassimiro/ÉPOCA (2), arq. Ed. Globo, divulgação (2) e Marcelo Theobald/Extra/Ag. O Globo



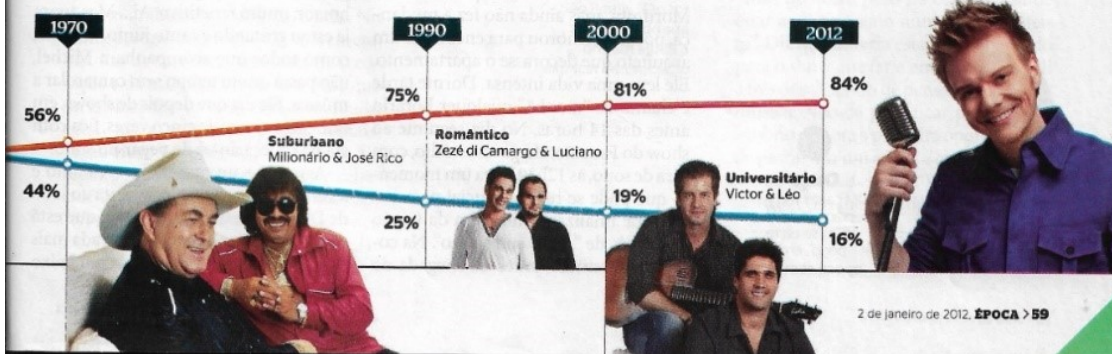
CANTOR DA GALERA

Michel Teló encontra seu público em show no Villa Country, em São Paulo, no dia 22. "Ele fala a língua do povo", diz Dudu Borges, seu produtor

uma espécie de porta-voz dos valores da cultura popular junto às elites. Onde quer que esteja, Teló leva a voz anasalada, com forte sotaque gaúcho, de seu pai, que vive em Campo Grande e tem fazenda no Pantanal. "As frases do 'seu' Aldo estão sempre na minha cabeça", afirma. É o que diria qualquer cantor sertanejo desde Pena Branca & Xavantinho. "Seu" Aldo sempre pediu que o filho cantasse músicas que passassem uma boa mensagem. Não foi sem algum peso na consciência que Teló gravou a maliciosa "Ai, se eu te pego". Ele nem contou ao pai que a nova música estava a caminho, deixou que "seu" Aldo descobrisse sozinho. Uma semana depois que a música foi lançada, o pai ligou ao filho, que antecipava uma bronca. A reação surpreendeu. Feliz com o sucesso, "seu" Aldo baixou a guarda: "Gostei, filho. A música é boa, fala de um rapaz que viu a menina mais linda e, de tão linda, quase morreu".

A verdade é que, quando ouviu "Ai, se eu te pego" pela primeira vez, Michel sentiu uma alegria imensa. Foi em Cruz das Almas, na Bahia, no dia 25 de junho, quando descansava no camarim, depois do segundo show no mesmo dia. Uma moça da equipe passou cantarolando um forró: "Nossa, nossa...". A melodia fácil chamou a atenção de Michel, e ele perguntou que som era aquele. "Está tocando em toda a Bahia", disse a moça. Era uma ►

influências e interferências

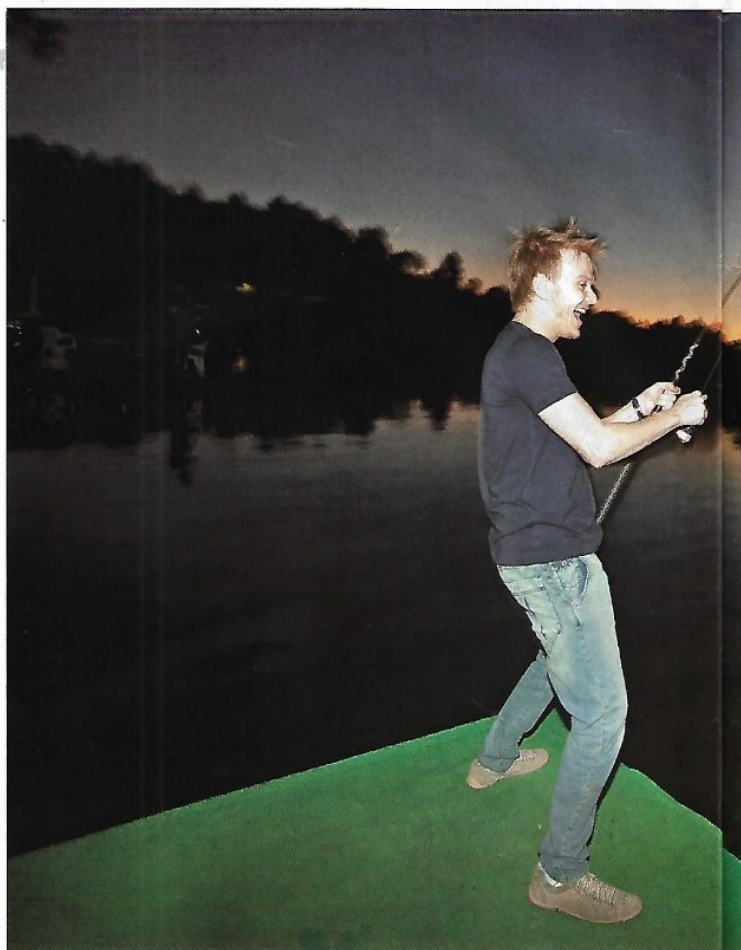


Vida

MÚSICA

versão gravada pela cantora Sharon Acioly. “Mostrei para o Téo e para o Dudu, que enlouqueceram”, diz Michel. Ele sentiu que “Ai, se eu te pego” era o sucesso que faltava para o CD que estavam gravando. Eles sabiam que o próximo disco teria de vir com uma música para superar “Fugidinha”. “Precisávamos de algo forte”, diz Dudu. Não houve perda de tempo. No show seguinte, em Palmas, Tocantins, Michel testou a música. Diz que o sucesso foi instantâneo. “Quando terminei, todo mundo continuou a cantar.” Dois dias depois, de volta a São Paulo, Dudu gravou instrumentos e voz. Na segunda-feira seguinte, Teló soltou a música no Twitter. O clipe foi gravado dias depois, num show em Curitiba. “Ensinei na hora a coreografia. No segundo refrão, parecia que a música tinha possuído a galera”, diz ele.

A história de Teló é uma ilustração perfeita do sucesso na era das redes sociais. Ele está simultaneamente no programa campeão de audiência do Faustão e no Twitter. Suas músicas estão nos vídeos produzidos especialmente para o YouTube, em videoclipes internacionais e em clipes involuntários, como as dancinhas dos jogadores de futebol. Ao tuitar dos bastidores, ele praticamente assume uma postura de tiete de Faustão. Ele se emociona com o próprio sucesso e divide a emoção com os seguidores. Sua relação com os fãs não é distante. Não se trata de um mito inatingível, como Roberto Carlos ou Mick Jagger. Teló assume o papel de cada um de nós, usuários do Twitter. Por isso, nos identificamos com ele, nos alegamos por ele.

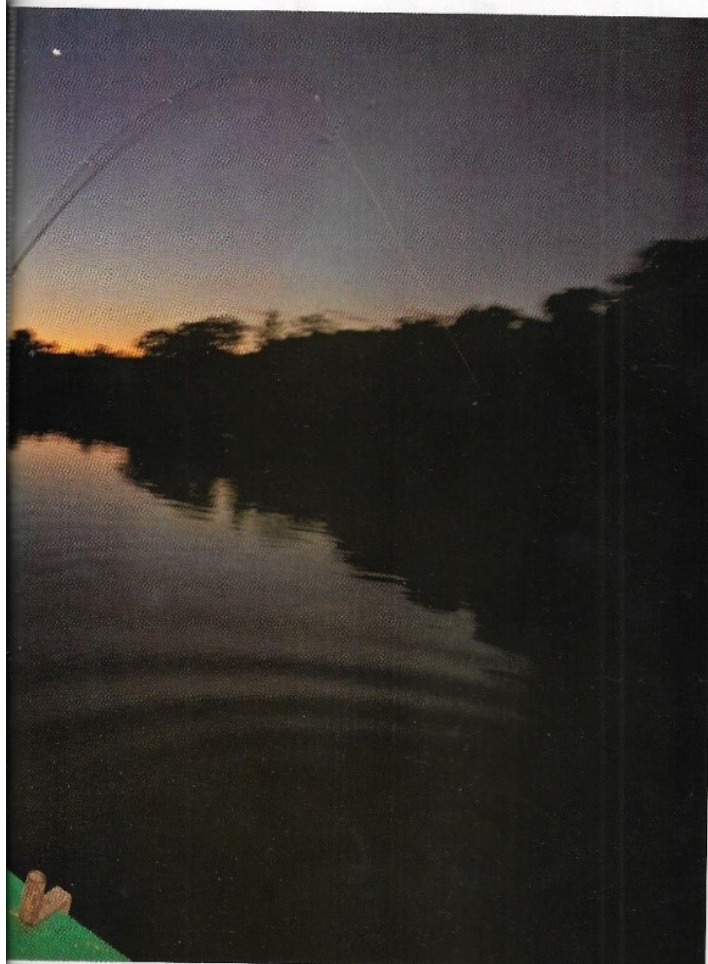


Ouça
“If I catch you”, a
versão em inglês
de “Ai, se eu te
pego”, em
epoca.com.br

Teló dorme num hotel quando está em São Paulo. Em março, comprou uma cobertura de 250 metros quadrados no Morumbi, mas ainda não fez a mudança, porque demorou para encontrar um arquiteto que decorasse o apartamento. Ele leva uma vida intensa. Dorme tarde e chama de “manhã” qualquer horário antes das 14 horas. No dia seguinte ao show do Faustão, chega ao estúdio, com cara de sono, às 12h30, para um momento que pode se revelar crucial para sua carreira: finalizar a mixagem da versão em inglês de “Ai, se eu te pego”. Na cozinha do estúdio, antes da chegada do

cantor, Silvana, a empregada da casa há cinco meses, faz sala. “No começo não gostava de sertanejo”, diz. “Achava um horror, muito repetitivo. Ai... Mas agora já estou gostando e canto junto.” Silvana, como todos que acompanham Michel, não passa muito tempo sem cantarolar a música. Ele diz que depois de shows, em que chega a tocá-la cinco vezes, fica com ela na cabeça antes de pegar no sono.

Agora, o som que enche o estúdio é a versão em inglês. Teló se senta ao lado de Dudu à mesa de som. “Acho que está ótimo.” A tradução tem uma levada mais pop, puxando para o reggae, com baixo



forte e sanfona quase inexistente. Decidem que, depois do almoço, ouvirão a música no carro. "Gosto de testar a música em ambientes reais", diz Dudu. No almoço, comida chinesa. De sobremesa, biscoito da sorte. "A música alegre o coração e dá mais disposição" é a frase que sai do biscoito de Teló. No carro, Dudu acha que a sanfona está alta demais. "Para mim está perfeito", diz Teló. Na segunda audição, os dois mexem a cabeça, empolgados. Sonham com o sucesso? "Não existe pressão em estourarmos nos EUA", diz. "A gente acredita que pode dar certo. Se não der, vida que segue."

DE VOLTA ÀS RAÍZES
Michel Teló aproveita um dia de folga para pescar no interior de São Paulo. Não ter abandonado sua origem ajuda a explicar seu sucesso

Findo o trabalho, Teló joga uma partida de videogame e tem a ideia: "Vamos pescar!". Larga o controle, pega o telefone e liga para Itamar, responsável pelo pesqueiro Pantanosso, refúgio de jogadores de futebol e cantores sertanejos. É a primeira vez em 2011 que Teló consegue tempo para um passatempo que, na infância, era comum. "Ia sempre com meus pais e irmãos pescar no Rio Aquidauana, no Pantanal", diz. No carro, anima-se a falar da infância. Não esquece a timidez nos primeiros anos de vida. "Até os 14 anos eu andava olhando para baixo", diz. "Só mudei depois que meu irmão me falou para levantar a cabeça." Por isso, até hoje dizem que ele se esforça para tentar agradar a todo mundo. No colégio, além da dificuldade para conseguir beijar as meninas, Teló sofria no futebol. "Não me impunha." Mesmo cantando em público desde os 7 anos, quando se apresentou na TV mato-grossense com Teófilo ao violão (algumas versões também estão no YouTube), Teló precisou de centenas de shows para ter coragem de encarar o público como faz hoje. "Não conseguia nem erguer os braços para interagir." Depois de perder a entrada por duas vezes, finalmente o Toyota sai da Rodovia Castelo Branco no quilômetro 68 e percorre a estrada de cerca de 1,5 quilômetro que leva para o pesqueiro. Teló conta vantagem sobre pescarias passadas. "Pescar um dourado de 11 quilos é dirigir a 260 quilômetros com um Audi R-8", diz.

Pouco antes das 20 horas, Teló segura uma lata de cerveja numa mão e isca de peixe frito na outra. Olha para Sérgio, Eduardo Fernandez, seu professor de espanhol, e Claudio Abuchaim, o diretor de áudio e mixagem do estúdio, e comenta: "A gente se acostuma fácil com essa vida, né?". Todos concordam, e Teló continua: "Mas fico com peso na consciência de estar aqui pescando numa segunda-feira". Diz que deveria estar se preparando para o show que faria em São Paulo dali a três dias. "Tenho de pensar na próxima música. Não dá para ficar parado." Ao lembrar que era a primeira oportunidade de pescar em um ano – e que já tem 140 shows agendados em 2012 –, se dá por vencido. "Eu mereço, né?" ♦

Com Martha Mendonça,
Maurício Meireles e André Sollitto

Revista *Veja*, 1986, nº 946



Matéria da revista *Veja* 1986, nº 946



Quêrcia, em campanha, com o dobro das intenções de voto de quinze dias atrás: "A televisão mostrou quem representa o quê"

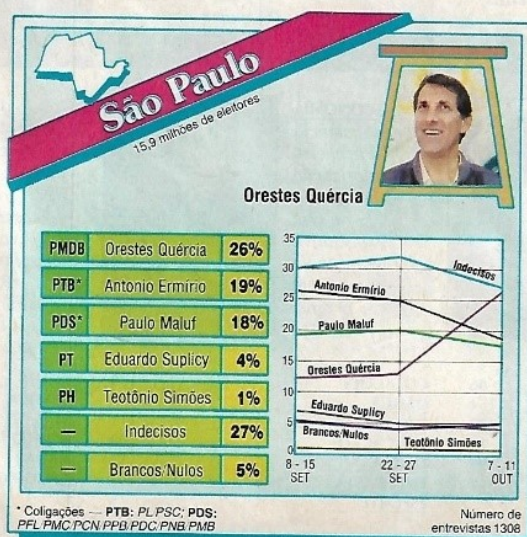
Brasil

O calor da reta final

Diminuem os indecisos e as posições começam a mudar

Faltam apenas três semanas para 15 de novembro, um sábado, quando 69 milhões de brasileiros tomarão o caminho das urnas — e a campanha eleitoral acaba de entrar em sua reta final. Vencida a etapa de articulação interna dos partidos e encerrada a temporada de corrida ao dinheiro dos grandes empresários, em todo o país há 15 000 candidatos que invadem a televisão nas 2 horas diárias do TRE, tomam posse dos bairros, feiras e portas de fábricas para realizar comícios — e, nesse clima de promessas e debates, acusações pesadas e tumulto, começam a ocorrer as grandes reviravoltas. "A campanha política acabou de começar", afirma o governador de São Paulo, Franco Montoro.

O eleitor entrou em cena — e os números se revoltam. Em to-

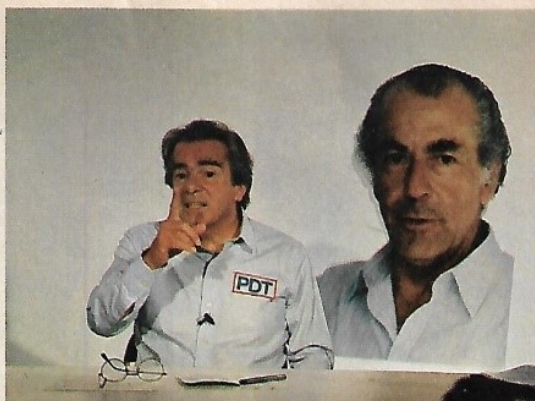


do o país, diminuem os eleitores indecisos — que já foram 30 milhões de pessoas em agosto, e hoje oscilam em torno dos 20 milhões. Terminou a temporada na qual se acredita que as pesquisas são a última palavra em matéria de eleição e abriu-se a fase mais fascinante dos pleitos, aquela na qual a campanha, por trazer definições políticas, é que comanda os números das pesquisas. É isso que faz o resultado de uma eleição ser diferente de um estudo de mercado de pasta de dentes. A terceira rodada de pesquisas LPM-VEJA, realizada entre 7 e 11 de outubro, na qual foram entrevistados 7 094 eleitores nos dez maiores Estados do país, onde se concentra 88% de toda a população com direito a voto em 15 de novembro, demonstra que a cam-

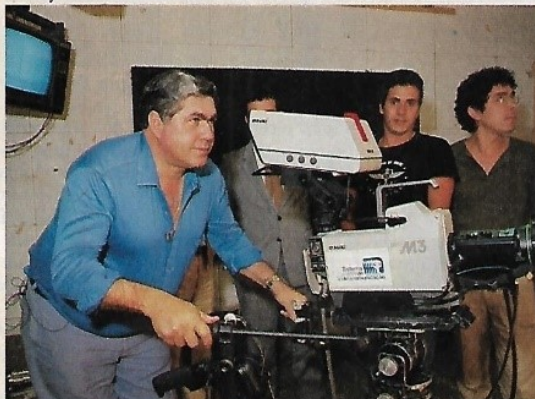
panha política influencia e estimula os eleitores, reforçando ou mudando suas impressões naquele triângulo político que, desde o século passado, ocupa o centro dos destinos do país: São Paulo—Rio de Janeiro—Minas Gerais. Nessa região, onde vivem 31 milhões de eleitores e se abriga 60% do PIB nacional, a situação está assim, conforme os números da pesquisa LPM-VEJA:

■ Em São Paulo, Orestes Quércia dobrou suas intenções de voto em apenas quinze dias: dispunha de 13% na segunda pesquisa, agora acumulou 26% das preferências. Antonio Ermírio de Moraes, do PTB, emagrecceu 6 pontos e dispõe de 19% das intenções de voto, enfrentando um duro empate técnico com Paulo Maluf, do PDS, dono de 18%. Por quê? "A televisão, ao levar minha candidatura aos eleitores, em condições de igualdade, permitiu que se julgasse quem representa o que, quem defende o quê", diz Quércia, com a felicidade de quem vê bons ventos. "Até parece que o maior bandido do Brasil se chama Antonio Ermírio de Moraes", queixa-se o candidato do PTB.

■ No Rio de Janeiro, Moreira Franco, do PMDB, está em primeiro, cresce, chegou na marca dos 30%, indispensável para po-



Darcy Ribeiro num salto de 8%: um susto no Planalto



Newton Cardoso cresce disparado: empenho de Hélio Garcia

der pensar em vitória. Em segundo, o candidato do PDT, Darcy Ribeiro, deu um salto de 8 pontos: tinha 16% das intenções de voto, agora é proprietário de 24%. Por quê? "A campanha vai bem", afirma Moreira Franco. "Vou continuar a obra de Leonel Brizola", diz Darcy Ribeiro.

■ Em Minas Gerais, a eleição desempatou. Segundo 769 eleitores entrevistados pela LPM na Grande Belo Horizonte e em 22 outras cidades do interior, o candidato do PMDB, Newton Cardoso, disparou. Dispõe, hoje, de 40% das intenções de voto. Itamar Franco, do PL, mantém-se no mesmo lugar, com 26%, apenas 1 ponto a mais que na segunda rodada de pesquisas. Por quê? "O PMDB está inteiro conosco", afirma o secretário de Estado, Geraldo Santana, um dos coordenadores da campanha de Newton. "Só nos próximos dias uma série de políticos mineiros vai declarar apoio a Itamar", diz o líder do governo na Câmara, Pimenta da Veiga, dissidente do PMDB. "Vamos vencer."

CONFUSÃO EM BRASÍLIA — Localizados naquela região do país onde será resolvida a sucessão do presidente José Sarney e da qual sairão 32% dos deputados que vão formar a Assembléia



Constituinte, esses três resultados, trazidos pelos ventos da campanha, criaram um clima de sobressalto em Brasília, onde, até há pouco, as pesquisas eleitorais só traziam boas notícias ao palácio. O Planalto se assusta toda vez que Darcy Ribeiro, do PDT, cresce 1 ponto nas pesquisas — mas não teme, diante dos números atuais, uma derrota de Moreira Franco, que teria o efeito de relançar o governador Leonel Brizola à Presidência da República. “Eu ficaria até espantado se um candidato apoiado pelo governador se mantivesse com porcentagens de 11% ou 12%”, afirma o ministro-chefe do Gabinete Civil, Marco Antônio Maciel. Conforme outros levantamentos, a vantagem de Moreira Franco é mais folgada. Segundo uma pesquisa do Instituto Gallup, por exemplo, ele estaria com 42% das intenções de voto, contra 26% de Darcy. “As pessoas gostam de exagerar o valor das pesquisas”, afirma Maciel, ele próprio lalhado pelos números de Pernambuco, onde Miguel Arraes, do PMDB, leva 8 pontos sobre José Múcio, do PFL.

Mas se a ascensão de Newton Cardoso incomoda o presidente José Sarney, temeroso de que as urnas mineiras se transformem numa fonte de vitamina eleitoral para o governador Hélio Garcia, seu adversário político, e venham a desmanchar uma articulação de ministros do PFL em torno de Itamar Franco, foi a virada de Orestes Quêrcia que provocou a maior confusão da semana passada. “Ele subiu tanto assim?”, perguntou Sarney, ainda incrédulo, ao governador Franco Montoro, que, na quarta-feira à noite, numa conversa pelo telefone, lhe transmitiu os números de um levantamento do Ibope que apresentavam Quêrcia em vantagem, com 35%, enquanto Antonio Ermírio tinha 25%. Informado, já na véspera, de que o candidato do PTB enfrentava dificuldades em sua campanha, o governo deu início, meia hora depois, a uma desastrosa operação de relações públicas com Orestes Quêrcia, o teimoso candidato peemedebista que jamais recebeu de José Sarney o mesmo tratamento de cortesia dispensado a Antonio Ermírio desde que em abril, numa conversa a sós no Palácio da Alvorada, o empresário comunicou ao presidente sua intenção de disputar o Palácio dos Bandeirantes. Trinta minutos



O ministro Maciel após o jantar em São Paulo: por Ermírio

depois que Sarney recebeu os números do Ibope, seu porta-voz, Fernando César Mesquita, disse que, para o presidente, “Quêrcia sempre foi meu candidato”.

REFORÇO AO PTB — Pela rapidez, a cena provocou risos de ironia no Palácio dos Bandeirantes, onde o titular, Franco Montoro, amargou três meses como um solitário e esquivo patrocinador da candidatura de Quêrcia. Pelo inesperado, a frase de Mesquita/Sarney teve o efeito de um ataque-surpresa a Antonio Ermírio. Até então, o empresário se beneficiara da neutralidade pública do Planalto, prejudicial a Quêrcia, e das negociações a nível privado, favoráveis a sua campanha. Numa quinta-feira de mau humor, Ermírio ouviu de um assessor o conselho de ligar para Sarney. Repeliu a idéia: “Se ele tem alguma coisa para dizer, que me ligue”, retrucou o empresário, numa posição audaciosa, porém arriscada, pois é do manual básico da política que candidato liga até para

necrotério, com a humildade de um mendigo de rodoviária, se sabe que lá há um mísero voto a ser capturado. “O presidente não poderia ter declarado o voto agora”, reagiu, perplexo, o ministro Marco Antônio Maciel, que aconselha e incentiva a campanha do PTB paulista.

No mesmo dia, Maciel convocaria uma entrevista coletiva para explicar que Sarney não dissera aquilo que a voz paga para falar por ele disse que havia falado. Dois dias depois, Maciel dobrava Mesquita, levando-o a desmentir-se publicamente. “Admito que me enganei”, disse o porta-voz. “O presidente torce por mim”, afirmou Quêrcia, na quinta-feira. Nesse mesmo dia, Marco

Maciel aterrisava em São Paulo para um jantar, na casa do empresário Said Farhat, em que se discutiram os rumos da candidatura Ermírio. Ao longo da conversa, Maciel insistiu pelo reforço à campanha do candidato do PTB. “Ele tem de dizer a que veio, explicar sua proposta renovadora e falar de suas atividades como empresário”, acredita o ministro.

ESCRAVOS DAS PESQUISAS — O problema de qualquer candidatura movida a resultados de pesquisas eleitorais, no fundo, é esse. Na frieza dos números, que terá de encerrar-se obrigatoriamente na próxima sexta-feira 24, último dia permitido pelo TSE para a divulgação de levantamentos eleitorais, costuma-se confundir política com matemática, propostas de governo com mapas estatísticos. “As pesquisas impressionam a todos”, afirma o governador Esperidião Amin, de Santa Catarina, patrono de Amílcar Gazaniga, candidato do PDS que dispõe de 8% das intenções de voto no terceiro levantamento LPM-VEJA, equivalentes a um terço das do favorito Pedro Ivo Campos, do PMDB. “A questão é que os políticos estão ficando escravos das pesquisas, que deixaram de ser instrumento de trabalho para ser instrumento de cabresto”, diz Amin, cuja eleição em 1982, a ser verdadeiro seu raciocínio, deveu-se, em parte, às pesquisas VEJA-Gallup, que o colocavam 18 pontos à frente de Jaison Barreto, às vésperas do pleito que, na realidade, foi decidido por 0,7% dos votos.

Nessa guerra de 1986, os nú-



Mesquita: “Falha nossa”



Ulysses: pesquisa e comício

meros são reflexos de fatos políticos, seja em São Paulo, onde Orestes Quércia acabou se transformando no boi gordo que o eleitorado quer na mesa e que em seus 39 minutos de TV pediu ao presidente José Sarney que fosse confiscar no pasto —, seja em qualquer parte. "O que define o voto é a postura, a mensagem do candidato", afirma o empresário Tasso Jereissati, do PMDB, estreante em política que, em cima de uma plataforma pela modernização do Ceará, assumiu a liderança das pesquisas no Estado, com uma diferença de 46% a 25% sobre o coronel Adauto Bezerra, do PFL. É certo que, no país inteiro, a pessoa que examinar as estatísticas de um mês atrás irá encontrar surpresas, boas e más, numa comparação com os resultados de agora. Da mesma forma, quando as urnas forem abertas, novas mudanças irão se revelar — até porque as últimas pesquisas divulgadas foram realizadas com um mês de antecedência, como a LPM-VEJA, na qual os 7 000 entrevistados acabaram de ser ouvidos 34 dias antes de 15 de novembro.

RETRATO NA TV — "Quanto mais se aproximam as eleições, mais cresce a possibilidade de mudança nas tendências do eleitorado", afirma o professor Ary Guimarães, da cadeira de Ciência Política da Universidade Federal da Bahia. "Isso só não acontece nos países onde os partidos políticos estão consolidados, o que não é o caso do Brasil." Num país onde preencher a ficha de filiado a um partido não passa de uma formalidade de cartório, a reta final reserva mudanças e traz a promessa de reviravoltas bruscas — e é nessa hipótese que Darcy Ribeiro investe em sua esperança de ultrapassar Moreira Franco no Rio de Janeiro. Desfalcado da companhia de Leonel Brizola na TV, cuja presença física, proibida pelo TSE, foi em parte compensada por um imenso retrato do governador exibido ao longo de suas apresentações, o candidato do PDT chega ao início de outubro em segundo lugar nas pesquisas — quando, na mesma época, quatro anos atrás, o seu patrono político já havia conquistado a dianteira e vencia Miro Teixeira, do PMDB, por uma margem de 3% das preferências. Intelectual de prestígio na área de antropologia, mas orador tão atrapalhado que costuma levar meia hora para gravar um pronunciamento de 3 minutos, Darcy Ribeiro colheu, na terceira rodada de pesquisas LPM-VEJA, o impulso benigno do efeito Brizola — titular de índices de popularidade na altura dos 25%, no Rio. "Sou um homem feliz", repete Darcy nos comícios onde comparece sempre em companhia do governador. "A maior ale-

Duas denúncias acossam o governo Brizola

O governador Leonel Brizola, que fez sua campanha em 1982 denunciando corrupção no Detran e no Banerj, estava acossado na semana passada por dois escândalos em seu governo — um no Detran, outro no Banerj. No Detran, descobriu-se que um de seus altos funcionários, Walmir Duprat, responsável pela divisão de administração financeira do órgão, era um criminoso camuflado. Walmir Duprat é acusado de integrar uma quadrilha que vendia no Paraguai e na Bolívia carros roubados no Brasil, de aplicar o



Duprat (circ.): camuflado

chamado "golpe do seguro", que consiste em forjar o roubo de um carro para receber o dinheiro da agência seguradora, e, por fim, de exigir uma "caixinha" de 10% dos fornecedores do Detran para liberar o pagamento de faturas. O problema para Leonel Brizola, nesse caso, é que Duprat foi nomeado para o cargo por indicação do Palácio Guanabara. "Eu o nomeei a pedido do assessor especial do governador Brizola, Gessy Sarmento", conta José Colagrossi, eleito deputado federal pelo PDT e candidato a senador pelo PMDB do Rio de Janeiro, que à época era secretário dos Transportes. Colagrossi conta ainda que Duprat acompanhava Brizola na campanha de 1982 e fazia as vezes de guardacostas do governador.

O outro episódio veio à tona com uma

demissão. Carlos Roberto de Siqueira Castro, chefe da Procuradoria-Geral da República no Rio de Janeiro e procurador eleitoral junto ao TRE, demitiu-se na última segunda-feira, ao ver divulgada uma história constrangedora. Sua mulher, a professora Sílvia Siqueira Castro, contratada pelo Banerj, banco administrado pelo governo do Rio de Janeiro, com salário em torno de 25 000 cruzados, assumiu seu cargo sem prestar concurso e dentro do período eleitoral, isto é, em desobediência à lei que veda contratações nessa época. Encarregado de dar pareceres sobre consultas e pedidos dos partidos políticos a respeito da legis-



Castro se demite: constrangimento

lação eleitoral, Carlos Roberto resolveu afastar-se de suas funções para não colocar sob suspeita a imparcialidade da Justiça. Não há qualquer evidência de que ele tenha favorecido o governador Brizola, mas há evidências de que Brizola favoreceu o orçamento doméstico do procurador. Carlos Roberto deu parecer favorável a Brizola em seu pedido de utilizar parte do horário do PMDB, no rádio e na televisão, para responder a acusações do candidato do partido ao senado, Hélio Fernandes, que o chamou de corrupto. Brizola teve 2 minutos para defender-se no último domingo.

gría que Deus já me concedeu foi a de ter encontrado um grande estadista como Leonel Brizola."

"TRAÍÇÃO" — Nos bastidores da campanha fluminense, prepara-se um biotônico para Darcy Ribeiro que, se pudesse funcionar, mudaria o panorama eleitoral. Trata-se da manobra para levar o candidato Fernando Gabeira, do PT, titular de 9% das intenções de voto conforme a terceira rodada de pesquisas LPM-VEJA, a desistir da campanha em favor do PDT. Uma discreta negociação já foi iniciada, sob o patrocínio do prefeito Saturnino Braga. A proposta do PDT é clássica: na última quinzena, Gabeira deixaria de fazer sua campanha — na esperança de que seu eleitorado embarcasse na caravana de Darcy Ribeiro. Como compensação, a dissidência petista teria direito a cargos no futuro governo, recebendo três secretarias como prêmio, entre elas a do Meio Ambiente. A proposta anima o QG de Darcy, mas esbarra numa realidade áspera: em minoria dentro do PT, onde se abrigou temporariamente na esperança de engordar seu Partido Verde, Fernando Gabeira poderia até debandar com sua troupe ecológica — mas não arrastaria atrás de si os 10 000 militantes petistas que hoje o sustentam numa dura campanha com o tempo simbólico de apenas 4 minutos na TV e uma batalha corpo-a-corpo nas feiras e portas de fábrica. "Do Darcy não queremos nem apoio, pois ele representa a burguesia", afirma Ciro Garcia, líder do Sindicato dos Bancários e candidato à Constituinte.

Do ABC já partiu o recado de que a operação-adesão receberá o sinal vermelho. Sem chances de ganhar o governo em



Antonio Ermírio, destronado pelo PMDB: "Sarney que me ligue"

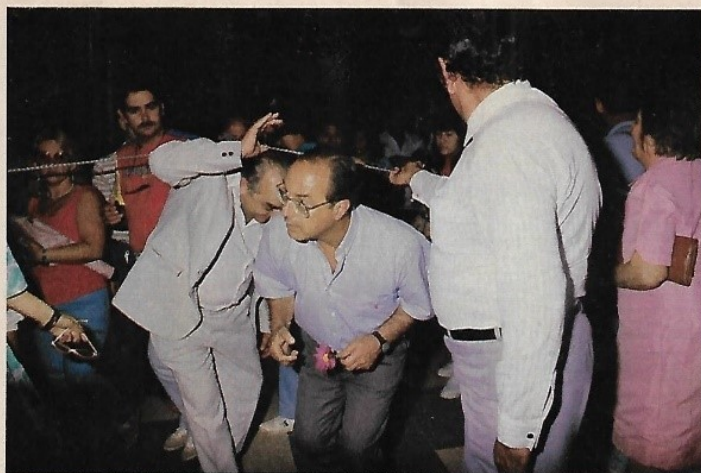
nenhum dos 23 Estados do país, o PT contabiliza o tamanho da bancada que poderá levar à Constituinte, e, pelos números atuais, os 9% de intenções de voto de Gabeira representam uma conquista preciosa — nada menos que o melhor desempenho da legenda no pleito de 15 de novembro, até agora. "Nem eu, nem o Lula fomos informados a respeito dessa negociação", afirma o deputado Djalma Bom, ex-líder do PT no Congresso Nacional. "Se o Gabeira fizesse isso, seria uma grande traição." Sem o oxigênio do PT, legenda que até agora não abandonou uma campanha em troca de cargos públicos, Darcy enfrenta as últimas semanas promovendo o espetáculo político de sua hora da verdade. "Os ricos não se conformam com nos-

sa ajuda aos pobres, pensam que o luxo é só para eles", afirma Darcy em seus discursos, em que imita o populismo do governador Leonel Brizola. Sua vantagem, na semana passada, era um clima de desânimo que tomava conta de setores do PMDB que sustentam a campanha de Moreira Franco. "Essa coligação é uma ficção", afirma o deputado Jorge Leite, velho herdeiro da fração clientelista do ex-governador Chagas Freitas. A dificuldade de Darcy, porém, estava em si próprio e no eleitorado — a quem tenta convencer que, votando nele, a pessoa estará votando em Leonel Brizola.

MUNDO CÃO — No calor da campanha eleitoral, há um debate animado, são poucos os candidatos que falam contra o presidente José Sarney — e mesmo Darcy Ribeiro deixa a Brizola a tarefa de atacar o Plano Cruzado. O tom geral é moderado, não há candidatos prometendo o paraíso para 1987 embora, na reta final, a disputa política assinala uma bateria de golpes baixos. Quem sofreu o mais duro, até agora, foi o empresário Antonio Ermírio de Moraes. A equipe de propaganda do PMDB elaborou um filme sobre uma fábrica do Grupo Votorantim em Pernambuco que exhibe crianças deformadas que seriam vítimas da poluição de cloro e mercúrio despejados no Rio Botafogo. No entanto, não há, até hoje, uma prova médica de que as doenças dos empregados da Votorantim tenham sido causadas pela poluição provocada pela empresa, o que transforma a denúncia num espetáculo de mundo cão (veja reportagem à pág. 86). No entanto, ao censurar o filme, o TRE paulista só complicou a situação do empresá-



Itamar Franco: esperando reforço de uma dissidência nas fileiras adversárias



Paulo Maluf: depois da liderança, empate técnico em segundo lugar

rio — pois o público habituou-se, com razão, a considerar como verdadeiras as denúncias que são proibidas de ir ao ar.

Numa disputa que se torna movimentada nos 23 Estados, a eleição de Minas Gerais era um confronto de iguais, registrava a segunda pesquisa LPM-VEJA, de quinze dias atrás — mas agora há um favorito, quando se olha para os números do Ibope, mas que perde a dianteira nas contas da terceira rodada LPM-VEJA. Conforme o Ibope, o candidato do PL, Itamar Franco, está com uma vantagem de 5 pontos sobre Newton Cardoso, do PMDB: 34% a 29%. No levantamento LPM-VEJA, a folga de Newton Cardoso é de 14 pontos. Para os institutos de pesquisa, há uma conta final a ser feita em 16 de novembro, quando o eleitorado dirá qual dos dois estava com a razão. O certo é que, em Minas, os candidatos trabalham para um confronto difícil, no qual Itamar Franco dispõe de um passado histórico, rompido no momento em que se aliou aos adversários abrigados no PFL do ministro das Minas e Energia, Aureliano Chaves, e Newton tenta se afastar de sua tradição de político de clientela apoiado na força do governador Hélio Garcia, que contabiliza 450 dos 722 prefeitos mineiros na campanha do seu candidato. Ganhará a eleição quem tomar posse do legado do PMDB. Para tanto, Itamar conta com adesões de prestígio, como a do deputado Pimenta da Veiga, líder do governo na Câmara, mas magras de votos, até agora. A favor de Cardoso, há o empenho de Hélio Garcia, que joga em Minas Gerais seu futuro político — buscando nas urnas de 15 de novembro o impulso para lançar-se candidato à sucessão do presidente José Sarney.

NÚMEROS INSTÁVEIS — “Pesquisa tem alguma coisa de parecido com comício”, afirma o deputado Ulysses Guimarães, presidente do PMDB. “Já vi muito comício cheio e urna vazia, muito candidato que venceu sem ter juntado 100 pessoas para ouvir seus discursos.” Na reta final, os números não viajam sozinhos, mas são tão instáveis como os fatos políticos, sujeitos a tantas mudanças quanto o prestígio de um candidato na abertura e na chegada de sua campanha — e costumam ferir as legendas que não sabem trabalhar com eles. Semanas atrás, o PCB paulista abandonava o PMDB, que o abrigou em duas décadas de perseguição feroz, aderindo aos números que festejavam Antonio Ermírio.

Desde a última quarta-feira, quando as pesquisas assinalavam o salto de Quéricia, no interior do mesmo PCB crescia a pressão para se rever a posição — deixando em dúvida quem tentasse adivinhar sua postura caso um novo levantamento apontasse para um outro caminho. “Nossa atitude precisa ser reavaliada”, afirma o deputado Roberto Freire, do PCB.

Como em qualquer atividade, no mundo político das pesquisas há números que mudam de lugar conforme a vontade de seu proprietário. Foi o que ocorreu, por exemplo, no Rio de Janeiro, onde o governador Leonel Brizola, insatisfeito com o desempenho de Darcy Ribeiro nas estatísticas do Instituto Alberto Pasqualini, do próprio PDT, cuidava de elevar a penetração de seu candidato e rebaixar a situação de Moreira Franco com papel e borracha. No pesadelo dos institutos há erros grosseiros e grandes fiascos, como a boca de urna das eleições para a prefeitura de São Paulo, no ano passado, que anunciou a vitória do senador Fernando Henrique Cardoso, do PMDB, sobre Jânio Quadros, levando o governador Franco Montoro a dar uma entrevista pela televisão na qual agradecia o apoio do eleitorado a sua gestão. “Como regra geral, confio nas pesquisas”, afirma Montoro. “Mas elas também podem se enganar.”

A poucos dias das eleições mais importantes do último quarto de século, os números mudam de candidato, a campanha ganha força, as idéias vencem as calculadoras eletrônicas e as contribuições financeiras — sinal de que, aos poucos, a política vai ocupando seu devido lugar.



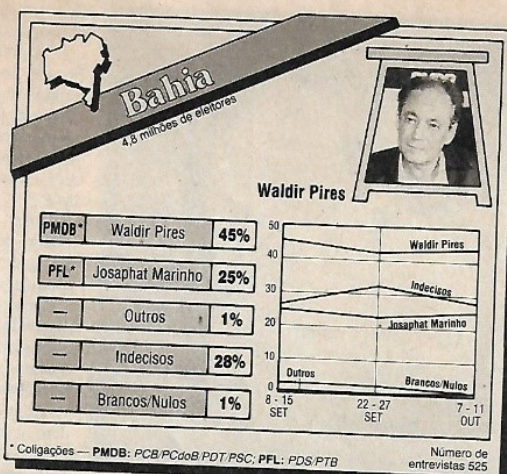
Moreira Franco: “Darcy Ribeiro já não tem mais idade para crescer”

Boa margem

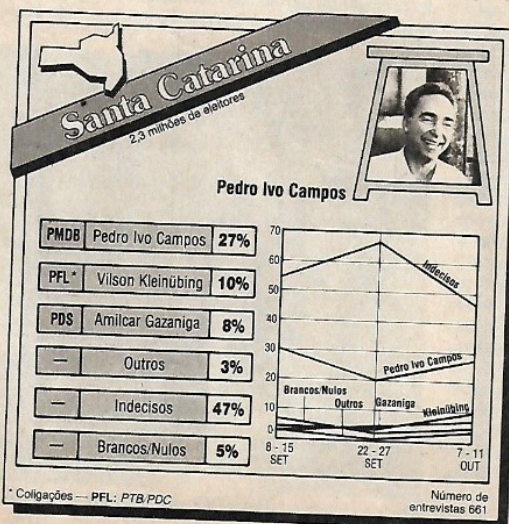
Pires assegura 20% de frente

Se as eleições fossem realizadas agora, o PMDB baiano sairia da apuração para a festa da vitória. De acordo com os números obtidos na terceira rodada de pesquisas LPM-VEJA, o ex-ministro Waldir Pires, candidato do partido ao governo, conta com a preferência de 45% dos eleitores, enquanto seu único adversário, o ex-senador Josaphat Marinho, do PFL, atinge a marca de 25% das intenções de voto. Apesar de ser grande o número de indecisos — 28% dos 4,8 milhões de eleitores do Estado —, o candidato do PFL tem pela frente uma indigesta ladeira a vencer caso queira impedir a festa do PMDB. Pelos números atuais, Josaphat Marinho teria que subir pelo menos 21 pontos para superar Pires — e isso significa ganhar 40 000 votos a cada dia, sem permitir que o PMDB conquisesse um novo eleitor.

“Passo a passo, estamos vencendo as forças do continuísmo”, afirma o candidato do PMDB. “Waldir é um poeta que pensa que vai ganhar porque ainda não se sentou para fazer as contas”, rebate o ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, patrono da candidatura de Josaphat Marinho, com base em uma pesquisa encomendada pelo PFL. Titular de uma frente partidária coabitada por antigos malufistas que abandonaram o PDS — como o ex-líder do partido na Câmara, Prisco Viana — e pelos dirigentes estaduais dos partidos comunistas, Waldir Pires também leva vantagem numa outra pesquisa promovida pela LPM na Bahia. Perguntados a respeito de qual seria sua preferência caso as eleições fossem hoje, 53% dos eleitores escolheram o candidato do PMDB e 27% preferiram Josaphat Marinho. “Nossa estratégia foi bem definida e estamos dividindo as forças que dominam a Bahia há trinta anos”, afirma Waldir Pires.



Pedro Ivo: o PMDB quer devolver a derrota sofrida em 1982



Para cima

Pedro Ivo aumenta sua diferença

A terceira rodada da pesquisa LPM-VEJA confirma a fortaleza eleitoral do PMDB de Santa Catarina. O candidato do partido ao governo do Estado, o coronel reformado Pedro Ivo Figueiredo Campos, dispõe de 27% das intenções de voto contra 10% para o candidato do PFL, Vilson Kleinübing, e 8% para o deputado Amílcar Gazaniga, do PDS. O número de eleitores indecisos, em comparação com o levantamento anterior, feito há quinze dias, diminuiu consideravelmente, deixando a marca dos 67% para fixar-se em 47% — o que, matematicamente, dá chances a qualquer dos postulantes de chegar ao Palácio Santa Catarina. As condições da campanha catarinense, entretanto, favorecem fortemente Pedro Ivo. “Tenho convicção de que não há força nenhuma que nos derube, nem mesmo a fraude eleitoral ou a corrupção”, afirma ele.

Com uma estrutura que atinge os 199 municípios do Estado, o PMDB catarinense colhe as vantagens de ser ao mesmo tempo situação em nível federal, capitalizando o congelamento de preços patrocinado pelo Plano Cruzado, e oposição em seu próprio Estado, onde o governador Esperidião Amin, estrela solitária do PDS, ameaça encerrar sua gestão em clima de fracasso político. Sem ter reunido condições para indicar seu ex-secretário de Agricultura Vilson Kleinübing como candidato à sua própria sucessão pela legenda pedessista, Amin viu seu preferido ser atraído para o PFL do ministro da Educação, Jorge Bornhausen, outro cacique político do Estado. Atentos a esse panorama, os políticos do PMDB acreditam que devolverão a derrota de 1982, quando o partido saiu das urnas com 12 000 votos menos que o candidato do PDS, o atual governador Esperidião Amin.

VEJA, 22 DE OUTUBRO, 1986

Fogo cerrado

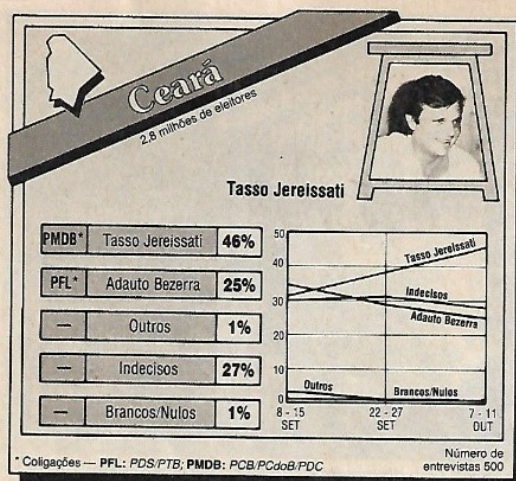
Cardeal aparece na briga eleitoral

N a disputa pelo governo do Ceará há uma ascensão tranquila e uma sucessão de manobras desesperadas para derrubá-la. O candidato do PMDB, Tasso Jereissati, reafirma nesta terceira rodada da pesquisa LPM-VEJA uma tendência de crescimento já demonstrada nos levantamentos anteriores. Agora, ele obteve quase o dobro das intenções de voto conquistadas por seu adversário, o coronel Adauto Bezerra, do PFL: 46% contra 25%. Num Estado em que há mais de meio milhão de eleitores indecisos, o PFL contra-ataca pesado para alterar a situação.

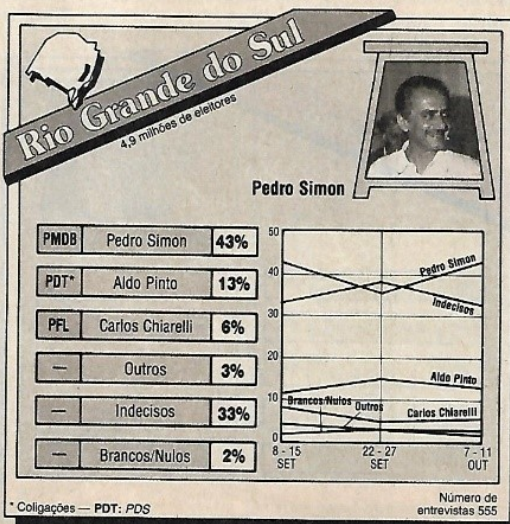
Políticos do PMDB atribuem aos adversários a distribuição de um panfleto pelo interior do Estado no qual o empresário Tasso é apontado como "protetor de assassinos comunistas". A reação mais efetiva a essa acusação partiu do próprio cardeal de Fortaleza, dom Aloisio Lorscheider. "O anticomunismo é usado como espantalho, um tipo de coisa insincera, uma exploração ignóbil dos sentimentos do povo", alertou dom Aloisio. Seu aviso dirige-se também a padres que encampam acusações bisonhas contra Tasso, como o frei Jesualdo, de Juazeiro do Norte, que recentemente definiu o candidato do PMDB como "um diabo de olhos verdes, uma besta-fera enviada pelo demônio".

Nesse quadro de acusações irracionais, Tasso está conseguindo navegar com desenvoltura cada vez maior. Ele já se dá ao direito de rejeitar adesões que poderiam comprometer sua imagem de opositorista. Foi o caso do PTB, que planejava desembarcar da chapa do PFL e ingressar à última hora na caravana peemedebista. Esse salto político foi vetado por Tasso. Aos correligionários, aconselha que evitem um clima antecipado de festa. "Continuo na luta com a mesma disposição do início", diz ele.

VEJA, 22 DE OUTUBRO, 1986



Simon: até adversários já reconhecem seu favoritismo



Fé na eleição

Simon já faz planos para governar

A vantagem do candidato do PMDB ao governo gaúcho, Pedro Simon, sobre os adversários é tão grande que, quando encontra folga em meio à campanha, aterrissa em Brasília para discutir os planos de sua gestão com o ministro da Fazenda, Dilsen Funaro. "Você deve elaborar um projeto para viabilizar o Estado", disse-lhe o ministro no último encontro, referindo-se à dívida de 23 bilhões de cruzados do governo gaúcho, que Pedro Simon terá de administrar caso as urnas confirmem sua vantagem nas pesquisas. Conforme o terceiro levantamento LPM-VEJA, o candidato do PMDB dispõe de 43% das intenções de voto, mais que o triplo das preferências obtidas pelo candidato do PDT, Aldo Pinto (13%), e sete vezes mais que o terceiro colocado, Carlos Chiarelli, do PFL.

Até os adversários admitem dificuldades para enfrentar o candidato do PMDB. "O favoritismo é todo do Simon", reconhece Nelson Marchezan, do PDS, postulante ao Senado em coligação com o PDT de Aldo Pinto. Das fileiras dos concorrentes também surgem adesões. Há poucos dias, as lideranças do PDS do município de Liberato Salzano e uma fração do PDT da cidade de Selbach, inclusive o vice-presidente local do partido, Maurício Colling, abandonaram Aldo Pinto e aderiram à candidatura de Simon. Em Sarandi, dissidentes das duas siglas se uniram para aderir ao candidato do PMDB, organizando uma caravana de 500 automóveis para recepcionar Pedro Simon. "Sua proposta é a mais séria", afirma o vice-prefeito Luís Carlos Rabello, do PDT. Em dificuldade, Aldo Pinto ainda sonha com a possibilidade de inverter o quadro na reta final. "Os indecisos ainda são muitos para se confiar nas previsões", diz ele.



O senador Álvaro Dias em campanha: "Trabalho como se tudo estivesse empatado"

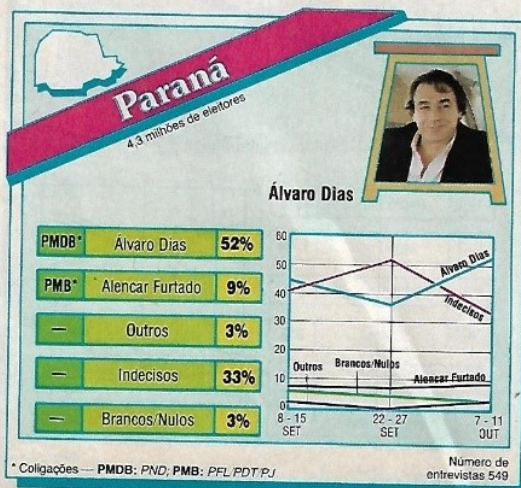
A maior frente

Dias supera a marca de 50% dos eleitores

Encerrada a terceira rodada de pesquisas LPM-VEJA, o PMDB do Paraná puxa o comboio dos grandes vencedores nas prévias do país. Candidato ao governo pelo partido, o senador Álvaro Dias já conta com mais da metade das intenções de voto: 52% dos eleitores o apóiam, contra 9% que preferem o deputado Alencar Furtado, do PMB, o segundo colocado. Pelos dados de hoje, Alencar ficaria atrás de Álvaro Dias mesmo que pudesse arrastar o vasto contingente dos indecisos, que formam um terço do eleitorado, e adicionasse a esse total os 3% de votos nulos e brancos — e ainda convencesse os petistas a mudar de idéia e escrever seu nome na cédula.

Em sua caminhada para o Palácio Iguaçu, o senador Álvaro Dias apóia-se num pilar fortíssimo, o ex-governador José Richa, candidato ao Senado e maior liderança política do Estado. "Por onde passo, sinto a força de sua gestão", afirma Dias. Obrigado a enfrentar a ambos e à legenda do PMDB, que ajudou a construir no passado como porta-voz do antigo grupo autêntico, o deputado Alencar Furtado ainda acredita na força da televisão para diminuir sua desvantagem — mas até agora seu desempenho no vídeo tem

rendido pouco. Segundo o Instituto Bonilha, apenas 6% dos espectadores do horário gratuito gostam de suas aparições, enquanto 73% aprovam as presenças de Dias e Richa na TV. Na semana passada a campanha do PMDB paranaense só corria o risco de uma inesperada reviravolta final — como a que aconteceu na eleição para a prefeitura de Curitiba, no ano passado, quando o pedetista Jaime Lerner, que chegara a contar com a preferência de 65% do eleitorado, foi surpreendido pelo crescimento do candidato do PMDB, Roberto Requião, na quinzena final da campanha. "Até por uma questão ética, sou obrigado a admitir que o eleitor sempre pode mudar de opinião antes do dia 15", afirma Álvaro Dias. "Por isso, trabalho como se tudo estivesse empatado."



Com folga

Santillo cresce em Goiás

Assiste-se, em Goiás, à mobilização de uma pesada e forte máquina política para sustentar as passadas do senador Henrique Santillo, do PMDB, rumo ao governo do Estado. Escoltado por 1 300 dos 1 800 vereadores goianos, 90% dos prefeitos, mais da metade dos deputados estaduais, dois terços dos deputados federais e pelo Centro Democrático Empresarial, que reúne 2 000 empresários, Santillo aparece na terceira rodada da pesquisa LPM-VEJA com mais que o dobro das intenções de voto dadas a Mauro

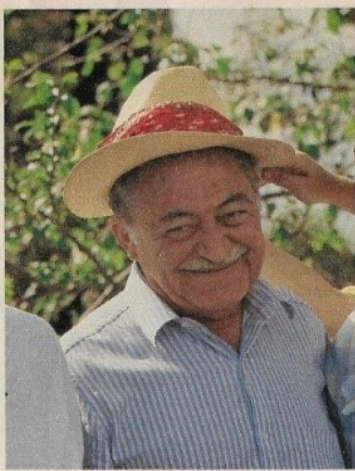
Borges, da ampla coligação Movimento Democrático Goiano, numa vantagem de 49% contra 23%. Embaldado pelos bons resultados de sua campanha, o senador já sobe aos palanques para anunciar seus planos de governo, como se estivesse eleito desde agora. "Este Estado tem tudo para dar o salto do desenvolvimento", afirma em cada comício que realiza. "Vamos acabar com essa situação de dependência em relação a outros Estados." Na direção nacional do PMDB, a eleição do senador é tida como certa. "Santillo vai ter uma das vitórias mais tranquilas do país", garante o deputado Ulysses Guimarães, presidente do partido.

Invicto nas quatro eleições que disputou desde sua candidatura, em 1966, à Câmara Municipal de Anápolis, o médico Henrique Antônio Santillo, 49 anos, repete um corre-corre a que está habituado como político veterano. Desta vez, porém, gasta mais energia. Ele esqueceu seu hobby de cultivar flores, perdeu 15 quilos desde o início da campanha, fuma sessenta cigarros por dia, consome 2 litros de café e anda cerca de 20 quilômetros diários atrás dos votos dos goianos. "Agüento a maratona eleitoral sem fazer demagogia, sem tomar vitamina nem guaraná", afirma. "Como o de sempre e agüentaria mais um ano de campanha, se fosse preciso", gaba-se.

RESPOSTA NA TV — Santillo dedica especial atenção à periferia de Goiânia, onde o prefeito, Daniel Antônio, eleito no ano

passado pelo seu partido, numa apertada vitória sobre o candidato Darci Accorsi, do PT, funciona como um cabo eleitoral às avessas. "Daniel Antônio recebeu 90% dos votos deste bairro e nunca mais apareceu aqui", queixa-se o cabo eleitoral Adersio Alves Ferreira, presidente da Associação dos Moradores do Bairro Finsocial, num desabafo que se ouve em outros redutos populares onde Santillo visita eleitores de casa em casa na tentativa de recompor a imagem do partido. "Nosso argumento de campanha é o de que a eleição de Santillo servirá para passar uma borracha nos erros que aconteceram até agora", diz Ferreira. A pregação tem surtido efeito. Mauro Borges está a distância e o petista Darci Accorsi, candidato ao governo embalado pelo bom desempenho nas eleições municipais, não conseguiu até agora capitalizar o desgaste do antigo rival — e exibe apenas 3% das intenções de voto, conforme o levantamento LPM-VEJA.

Desorientado pela avalanche da candidatura de Santillo, Mauro Borges tem centrado sua campanha nos ataques à atuação de Íris Rezende no governo de Goiás, cargo de que se licenciou no início do ano, e no Ministério da Agricultura, que ocupa agora. Mas, também por esse caminho, Mauro Borges tem colhido poucos resultados. Nesta quinta-feira, o candidato vai amargar a visão de Íris Rezende, durante 20 minutos, em seu próprio programa eleitoral na televisão. Atacado como responsável pelos atropelos da política de importação de carne do governo federal, o ministro ganhou espaço no horário de Mauro Borges para se defender das críticas. "Foram acusações levianas", afirma Rezende. "Mauro Borges queria ser ministro, não conseguiu e sai por aí jogando lama para todos os lados."



Arraes: "A eleição não está ganha"

Com passo firme

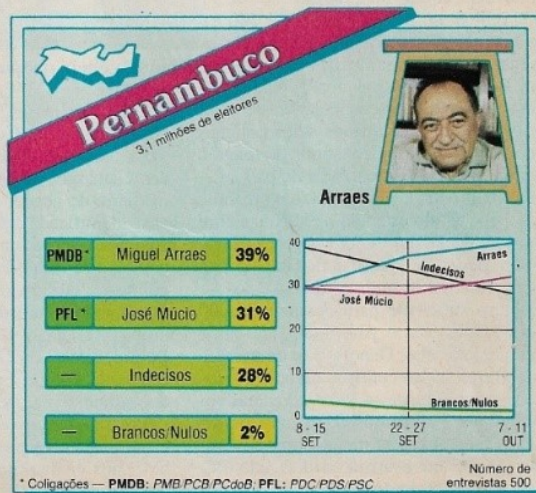
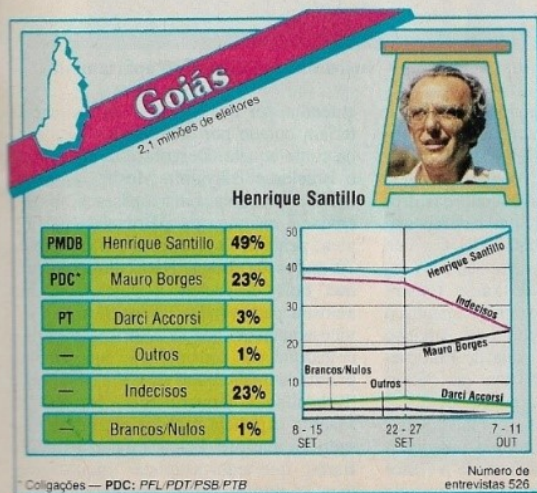
Arraes consolida avanço sobre Múcio

A disputa pelo governo de Pernambuco percorreu até agora duas etapas bem distintas. Na primeira, o candidato José Múcio Monteiro Filho, do PFL, subiu e conseguiu alcançar Miguel Arraes, do PMDB. Na segunda etapa, Arraes recuperou-se e voltou a crescer, consolidando uma vantagem que já é de 39% das intenções de voto contra 31% das preferências recolhidas pelo adversário. "Estamos tranquilos, mas a eleição ainda não está ganha", alerta o próprio Miguel Arraes, que sempre encarou com descon-

fiança os números dos levantamentos de opinião.

Na semana passada, Arraes deu uma nova demonstração de força no Recife, onde planeja capturar 60% dos votos. Convocada para apoiar sua candidatura, uma passeata de 20 000 pessoas tomou conta do centro da capital paralisando o trânsito nas principais ruas e avenidas da área. Confiante no desempenho de Arraes, o PMDB decidiu abrir mais espaço na TV a seus dois candidatos ao Senado, Mansueto de Lavor e Antonio Farias, até hoje numa surpreendente desvantagem diante do ex-governador Roberto Magalhães e da professora Margarida Cantarelli, que concorrem pela legenda adversária.

"Vamos vencer porque temos o melhor candidato, com idéias mais claras", afirma o ministro-chefe do Gabinete Civil da Presidência, Marco Antônio Maciel, que tem dedicado seus fins de semana a animar os comícios de José Múcio. Num Estado em que as eleições costumam se decidir por uma margem apertada e onde, neste momento, ainda existem 25% de eleitores indecisos, o PFL ainda aposta numa mudança brusca capaz de modificar o quadro atual. Para isso, José Múcio tem estrelado apresentações caprichadas em seu horário gratuito na TV, mas, na semana passada, o sucesso de suas exibições no vídeo foi torpedeado por uma gafe. Numa entrevista ao *Jornal do Brasil*, o atual governador, Gustavo Krause, do PFL, saiu-se com uma grosseria ao tentar justificar a preferência do candidato pela televisão. "Vamos mexer com a libido das moças", afirmou Krause. Foi o que bastou para o PMDB reagir convocando um largo séquito de organizações feministas para condenar o candidato do PFL — e melhorar a posição de Arraes.



Revista *Veja*, 1998, nº 43



Matéria da revista *Veja*, 1998, nº 43**Sexo**

DORMINDO COM

Thomas Traumann e Karla Monteiro

“E u desconfiava que meu marido tinha suas aventuras extraconjugais. Desde 1993, ele apresentava sintomas estranhos. Foi internado várias vezes com crises de herpes-zoster e tuberculose. Resolvi fazer um exame. Nunca mais vou esquecer aquela sexta-feira 13, dia em que saiu o resultado. Era janeiro de 1995. Aos 35 anos de idade, confirmei uma suspeita que me martirizava: fui contaminada pelo HIV por meu marido. Fiquei em estado de choque. Só conseguia chorar e passei a pensar que iria morrer no dia seguinte. Eu me senti impotente, injustiçada, arrasada. Não era promíscua, não recebi transfusão de sangue nem usava drogas de nenhum tipo, quanto mais injetáveis. Só poderia ter pegado Aids de uma maneira: fazendo sexo com o homem com quem vivo há dez anos. Estou pagando pelo prazer que meu companheiro foi buscar fora de casa.”

O depoimento acima, dado a VEJA pela pedagoga pernambucana Jerusa Maria Mendes, hoje com 38 anos, é de arrepiar. Ela foi contaminada pelo vírus da Aids sem pertencer a nenhum grupo de risco, apenas levando a vida corriqueira de uma mulher casada. Para muita gente, um caso assim parece ser fruto de uma fatalidade. Da mesma forma que pegou Aids com o marido, Jerusa poderia ter sido atingida por um raio caminhando na Praia de Boa Viagem, no Recife. Certo? Errado duplamente. Em primeiro lugar, porque normalmente as pessoas olham para as vítimas da Aids como se fossem uma exceção. Esse modo de encarar a contaminação é fruto do preconceito e do desconhecimento em relação à doença.

A primeira sensação das pessoas saudáveis é achar que alguma coisa errada houve para ter ocorrido o contágio.



Jerusa Maria Mendes, Recife
38 anos, pedagoga, cinco filhos.
Ano do diagnóstico: 1995



Angélica Silveira, São Paulo
24 anos, estudante de arquitetura.
Ano do diagnóstico: 1994



Romilda de Lima, Curitiba
36 anos, secretária, três filhos.
Ano do diagnóstico: 1994



Simone Borges, Rio de Janeiro
29 anos, técnica de radiologia.
Ano do diagnóstico: 1996

O INIMIGO

Sete em cada dez mulheres aidéticas são infectadas por seus maridos



Greicilene Rodrigues, São José dos Campos
24 anos, dona de casa.
Ano do diagnóstico: 1993



Maria Beatriz Dreyer Pacheco, Porto Alegre
49 anos, advogada, quatro filhos.
Ano do diagnóstico: 1997



Jacqueline Normandia, Belo Horizonte
32 anos, operadora de telemarketing.
Ano do diagnóstico: 1991

Quem são as mulheres que pegam Aids

- 76%** são mães
- 71%** foram contaminadas por maridos ou namorados fixos
- 59%** descobrem que estão com o vírus depois que o marido adoecce
- 51%** têm até o 1º grau completo
- 41%** têm entre 25 e 35 anos
- 40%** trabalham

Fontes: Ministério da Saúde e amostra feita pela Universidade de São Paulo, USP



Elizabete do Rocio Chagas, Curitiba
36 anos, vendedora, três filhos.
Ano do diagnóstico: 1994



Maria Helena Araújo, Florianópolis
46 anos, escritora aposentada.
Ano do diagnóstico: 1991



Não posso ter filhos

"Eu desconfiei que poderia estar contaminada pelo vírus da Aids antes mesmo de fazer um exame. É que meu marido, de uma hora para outra, ficou muito doente. Desenvolveu uma tuberculose que não sarava mais. Fiquei sabendo que era Aids, e o teste a que me submeti foi apenas uma confirmação. Nunca senti raiva. Minha única preocupação foi cuidar dele até o fim. Acompanhava suas idas semanais ao médico, tomava conta dos horários de medicamento e cozinhava legumes e verduras duas vezes ao dia. Como ele dormia só quatro ou cinco horas por noite, eu também ficava acordada. Depois desse período terrível, ele se recuperou e viveu mais quatro anos como uma pessoa normal. Foi a melhor fase do nosso relacionamento. Quando ele morreu, perdi o rumo. Entrei em depressão e não sai de casa por uns dois meses. Agora estou num grupo de auto-ajuda e encontrei um namorado soropositivo. Ainda não desenvolvi a doença, mas a Aids me tirou um grande sonho: não vou poder ter filhos."

Greicilene Rodrigues

FOTOS: GILBERTO NOGUEIRA

— Isso não poderia ter acontecido comigo, é a conclusão errada que muita gente tira por causa da ignorância. A Aids foi no ano passado a doença que mais matou no mundo. Fez 2,3 milhões de vítimas. No Brasil, é a segunda doença que mais vítimas fatais faz entre as mulheres de 20 a 50 anos — período mais ativo de sua vida sexual. As doenças que mais matam são, pela ordem, câncer, Aids, doenças circulatórias, derrames, doenças cerebrovasculares e doenças respiratórias.

Nessa faixa de idade, a Aids matou no Brasil 2 600 mulheres apenas em 1996. Há uma segunda razão para se preocupar com o problema. A relação heterossexual estável e monogâmica tornou-se, para as mulheres, a principal porta de entrada para o vírus da Aids. Segundo pesquisa feita pelo Núcleo de Estudos para a Prevenção da Aids da Universidade de São Paulo, 71% das mulheres soropositivas contrairam o vírus do marido ou de um namorado ou noivo com quem se relacionam há mais de um ano. Ficam bem atrás as contaminações em mulheres que trocam de parceiro com mais frequência e as usuárias de drogas injetáveis. O estudo da USP foi feito com 148 entrevistas de portadoras do HIV e, de acordo com

mens, a conta é outra. De acordo com dados do Ministério da Saúde, 43% dos soropositivos dizem ter contraído o vírus em relações não convencionais (homossexuais ou bissexuais). Os que se dizem contaminados em relações heterossexuais são 25% do total. Com uma clareza que machuca, o confronto dos números reforça o que está escrito no título desta reportagem. Milhares de mulheres estão literalmente dormindo com o inimigo.

Jerusa conheceu o artista plástico Ernandes Ferreira Cavalcanti, de 45 anos, por intermédio de amigos comuns. Ele era solteiro. Ela,

viúva. Namoraram e casaram-se. Formavam o que ela define como "um casal normal". Todos os fins de semana, eles passam um dia na praia. Vão ao cinema mais de uma vez por mês. Em alguns domingos, Ernandes cozinha e prepara uma feijoada para os amigos e a família. Ele trabalha em casa pintando quadros e está abrindo uma microempresa para fazer pintura e pequenos consertos domésticos. Ela trabalha há doze anos como educadora no Centro das Mulheres do Cabo, uma organização não-governamental feminista. Nas datas especiais, como o Dia das Mães, quebram a rotina e vão a um motel. A vida sexual do casal era como a de qualquer outro. Mantinham de duas a três relações semanais e ficavam distantes em épocas de crise. Nas fases de euforia, quando a paixão entre os dois incandescia, saíam para dançar e mergulhavam em noites às quais ela se refere como inesquecíveis.

O avanço entre as mulheres

Em 1985, a proporção entre homens e mulheres com Aids era de

25 homens para 1 mulher

Hoje essa proporção é de

2 homens para 1 mulher

Fonte: Ministério da Saúde

Doze mulheres por dia — Dois detalhes tornam o caso impressionante. O primeiro: Jerusa tem cinco filhos, o mais novo com 13 anos, o mais velho com 22, fruto do seu primeiro casamento. O mais velho tentou o suicídio depois de receber a notícia de que a mãe estava doente. O segundo detalhe, contado por ela própria: "Em várias oportunidades eu pedi ao Ernandes que usasse preservativo nas nossas relações sexuais, mas ele se recusou. Dizia que o pedido

era coisa de feminista. Acabei cedendo, não pedi mais, e deu no que deu”.

Quando um homem e uma mulher decidem viver juntos, eles estão dividindo mais do que uma paixão ou o sonho de formar uma família. É um gesto de confiança, um acordo de que os dois vão responsabilizar-se um pelo futuro do outro — e os dois pelo futuro dos filhos. Nem sempre funciona dessa forma, como mostram os números. A Aids, que já atingiu mais de 135 000 pessoas no Brasil, há muito deixou de ser um mal relacionado a homossexuais, travestis, prostitutas e viciados em drogas. A doença entrou na casa dos brasileiros e está contaminando mães e esposas. Em 1985, existia uma mulher contaminada para cada grupo de 25 homens. Hoje, a relação é de uma mulher para dois homens. Entre as casadas, a doença tomou contornos alarmantes nos últimos anos. Desde 1995 caiu o número de contaminações anuais por HIV de homossexuais (-16%), usuários de drogas injetáveis (-18%) e receptores de transfusão de sangue (-38%). Entre as mulheres contaminadas por relação sexual, no entanto, o crescimento foi de 14%. No ano passado, segundo dados preliminares, 14 500 pessoas foram infectadas no Brasil, sendo

O raio-X da contaminação

Em dez anos, o número de pessoas contaminadas com o vírus da Aids cresceu quase sete vezes

2 682 casos
1987

18 437 casos
1996

O maior crescimento está entre as mulheres que contraíram o HIV através de relações sexuais

QUANTO CRESCEU EM DEZ ANOS*

	HOMENS	MULHERES
Transfusão	2 vezes	3,6 vezes
Drogas injetáveis	11 vezes	6,5 vezes
Relações sexuais	3,5 vezes	48 vezes

*número de contaminados por grupo de 100 000 habitantes

Fontes: Ministério da Saúde e IBGE

4 300 do sexo feminino. Feitas as contas, são doze mulheres contaminadas todos os dias, oito delas em relações monogâmicas. Vítimas mulheres casadas e monogâmicas é enterrar definitivamente o conceito de “grupo de risco” para definir as pessoas mais expostas ao HIV.

Seria menos perturbador se a pesquisa da Universidade de São

Paulo descobrisse que aquele grupo de mulheres “casadas” contaminadas, os tais 71%, tivesse feito alguma coisa errada, tivesse dado algum passo em falso, não tivesse resistido a uma compreensível aventura fora do casamento depois de tantos anos fazendo sexo com o mesmo homem. Mas não. Tudo indica que elas só se relacionavam com o marido. Também seria menos perturbador para as demais mulheres se a pesquisa apontasse um traço qualquer de perfil ou de personalidade que as distinguisse das não contaminadas, mas isso não aconteceu. Elas não são diferentes de ninguém. A maioria possui emprego, aposentadoria ou ganha dinheiro no mercado informal. Mais de 12% frequentaram a universidade, um índice acima da média nacional. A idade das contaminadas é em torno de 32 anos.

A gente ia se casar

“Começamos a namorar quando eu tinha 15 anos de idade. Depois de seis anos de namoro e um de noivado, já tínhamos comprado apartamento e o meu enxoval estava completo. Faltava apenas marcar a data do casamento. Foi quando ele começou a ficar muito magro e doente. Dizia que era um problema intestinal. Só descobri que era Aids porque peguei uma caixinha do remédio que ele estava tomando, Estavadina, da família do AZT, fui até a farmácia e o senhor que me atendeu explicou para que servia. À noite perguntei: ‘Nós estamos com Aids?’. Foi aí que descobri que o homem que eu amava estava morrendo sozinho sem me contar. Fiz o meu teste e, é claro, deu positivo. Fiquei desesperada, mas na hora ainda estava muito magoada por ele não ter confiado em mim. A doença nele foi fulminante. Três semanas depois que fiquei sabendo, ele morreu e eu achei que ia ser a próxima. Comecei a me destruir. Saía toda noite, bebia muito e não tomava os remédios. Depois de um ano encontrei outra pessoa que me ajudou muito e estou muito bem. Iniciei o tratamento com o coquetel, engordei e voltei a estudar.”

Angélica Silveira





RENAN CEPEDA

A fidelidade me traiu

"Não sou promíscua. Nunca fui. Só mantinha relações sexuais com meu namorado. Mas talvez se eu fosse, hoje não teria contraído o vírus da Aids. Não me preveni, não pedia a ele que usasse camisinha, como se o amor me proporcionasse imunidade. Mas a fidelidade me traiu. Histórias como a minha há muitas. Eu me apaixonei pelo meu namorado, que conheci por intermédio de um amigo comum. Um ano depois, ao fazer um exame de rotina, descobri que estava com o vírus. Quando peguei o resultado, simplesmente desabei. Quantas de nós deixam de se proteger em nome do amor, ou do 'o que ele irá pensar de mim?'. A pessoa amada é sempre idealizada e perfeita. Esquecemos que há lá atrás um passado de amores vividos. Por que não dialogar sobre o uso do preservativo pelo menos até o resultado do teste? Um homem aparentemente saudável, um colega de trabalho ou de faculdade pode estar infectado. Todo meu projeto de vida foi alterado. Coisas que eu pensava que teria anos para realizar passam a ter urgência."

Simone Borges

Elas têm em média dois filhos. O erro delas? Confiaram nos maridos e namorados e faziam sexo sem preservativo. É um dado longe da realidade?

A Aids tem um vírus transmissor, o HIV, mas se multiplica em ambiente de desinformação. Não é por outra razão que o último relatório da Organização Mundial de Saúde mostra que nove de cada dez casos da doença registrados no mundo ocorrem em países pobres ou em desenvolvimento. Há mais casos no interior que nas capitais e o crescimento é mais acentuado entre pessoas pobres e de baixa escolaridade. "Não me preveni e me comportava como se o amor me garantisse a imunidade. Talvez se eu fosse promíscua hoje me preocuparia com a camisinha e não teria o vírus da Aids", diz Simone Borges, 29 anos, técnica em radiologia do Rio de Janeiro, que contraiu Aids com um namorado. "As mulheres que têm vários parceiros sabem dos riscos que correm e por isso se cuidam", afirma o cancerologista paulista especializado em Aids, Dráuzio Varella. "Já as monogâmicas acreditam que a fidelidade é uma proteção."

A incidência de Aids entre mulheres está aumentando por uma trágica combinação de fa-

tores biológicos, econômicos e sociais. Os principais motivos, de acordo com médicos, psicólogos e grupos de apoio a infectados, são os seguintes:

■ A mulher tem dez vezes mais chance de contrair o vírus de um homem infec-

tado do que um homem de ficar doente relacionando-se com uma mulher soropositiva.

■ para um homem se contaminar numa relação com uma mulher portadora do vírus é necessário que seu pênis esteja ferido. É muito mais fácil notar o ferimento no pênis — e assim se proteger com camisinha — do que uma lesão interna na mulher, que pode passar despercebida. ■ o esperma contaminado tem uma concentração de vírus várias vezes maior do que a encontrada na secreção vaginal de uma mulher soropositiva. Além disso, o tempo de permanência do pênis em contato com a secreção vaginal é muito menor do que a da mulher em contato com o esperma.

■ em geral, os homens comandam a relação sexual, usando camisinha quando lhes interessa. Nos depoimentos aos grupos de apoio a portadores do HIV são comuns as histórias de maridos que tomavam como ofensa a sugestão de usar preservativo. É como se a mulher o estivesse acusando de ser infiel.

■ embora não existam estatísticas a respeito, a experiência dos médicos mostra que é grande o número de homens

Reações opostas

Frases típicas de homens e mulheres ao ser informados que estão contaminados pelo vírus da Aids, conforme depoimentos de médicos e pacientes colhidos por VEJA

HOMENS	MULHERES
"Não é verdade. Vou fazer outro exame"	"É injusto. Nunca fiz nada para pegar Aids"
"Vão pensar que sou gay"	"Vou morrer. Quem vai cuidar dos meus filhos?"
"Vou levar a vida como se nada tivesse acontecido"	"Meus filhos precisam fazer um teste para saber se também estão contaminados"
"Minha mulher não pode saber"	"Meu marido me traiu. Eu mato aquele miserável"
"Não vou contar para ninguém"	"Vou contar para a minha família. Eles vão saber entender"
"Se minha mulher também pegou Aids, a culpa é minha"	"Não vou me separar porque não terei como me sustentar"

Comportamento de homens e mulheres heterossexuais. Não inclui homossexuais, viciados e pacientes de transfusão de sangue

casados, aparentemente insuspeitos, que gostam de uma aventura homossexual de vez em quando. "Eu afirmaria que a maioria dos homens que infectaram suas mulheres foi contaminada numa relação homossexual", declara o infectologista David Uip, de São Paulo.

■ muitos casais param de usar preservativos no momento em que consideram que o relacionamento se tornou sério ou quando passam a morar juntos. "Para eles, o preservativo é como se fosse uma formalidade", explica Dráuzio Varella. "É usado na época em que os parceiros se estão conhecendo, mas depois é abandonado."

Para a ciência não há dúvida de que a Aids é mais cruel com as mulheres do que com os homens. Dois estudos recentes apresentados por pesquisadores da Universidade Federal do Rio de Janeiro e da Universidade Johns Hopkins, nos Estados Unidos, reforçam a fragilidade da mulher diante do vírus.

Comparando um grupo de homens e outro de mulheres que estavam no mesmo estágio da doença, as universidades verificaram que os sintomas progridem mais rápido no sexo feminino, independentemente dos medicamentos usados ou do nível de células de defesa que a paciente tenha. Ainda não se sabem os motivos dessa diferença biológica, mas estuda-se uma hipótese relacionada à ação dos hormônios femininos. Some-se a isso o fato de que os maridos que levam a Aids para dentro de casa em geral não fazem o teste do HIV. As mulheres descobrem a doença normalmente depois que os companheiros adoecem e já perderam um bom tempo no processo de tratamento.

Ao saber que está com Aids, a mulher tem uma primeira reação previsível, igual à do homem: a raiva, o ódio, a vontade de cometer uma loucura contra o responsável por sua contaminação. "Quando soube que

era HIV positiva, que havia sido infectada por meu marido, esperei que ele chegasse em casa, olhei para ele e disse: 'Você me matou'. Fiquei com tanta raiva por ele não ter me contado que perdi o controle e bati nele. Depois disso, já tentei suicídio duas vezes", conta Jacqueline Normandia, 32 anos, operadora de telemarketing em Belo Horizonte. Após essa fase de fúria, a mulher passa a demonstrar reações distintas das do homem, bem menos egoístas. A tendência masculina é fazer o possível para evitar que a notícia se espalhe. O motivo é sabido. Tem medo de que os amigos pensem que ele é gay. Nessa hora, inventa histórias para a própria mulher. Se o casamento é recente, conta que contraiu o vírus de uma antiga namorada. Se o casal

No ano passado, a Aids matou

2,3 milhões de pessoas

em todo o mundo. Nenhuma outra doença fez tantas vítimas

enfrentou uma separação, diz que teve um caso eventual nesse período com outra mulher. Já a mulher prefere contar logo o ocorrido para a família. Nas conversas com os médicos ou psicólogos, ela demonstra também preocupação imediata com o futuro dos filhos. Afinal, quem vai cuidar

deles depois que ela se for? Isso sem contar a dor imediata das crianças. Na escola, os amigos acabam sabendo que a sua mamãe pegou Aids e quem passou foi o seu papai.

"Cuidei dele até o fim" — Outro dado curioso é que, apesar do ódio, as mulheres dificilmente abandonam seus maridos, ainda que só estejam nesta situação terrível por causa deles. "Meu marido morreu de Aids no ano passado e cuidei dele até o fim. Minha preocupação era dar força para ele lutar

EUGENIO SAVIO

Ele sabia havia seis meses

"Ele sabia que estava com Aids havia pelo menos seis meses e continuou levando o nosso casamento como se nada tivesse acontecido. Seguíamos mantendo relações sexuais sem preservativo. Ele mentiu logo para mim, que confiava cegamente no seu amor. Só soube que ele estava com Aids quando minha sogra avisou. Fiquei com tanta raiva que perdi o controle e bati nele. Fiquei com ódio. Estávamos casados havia cinco anos e depois da notícia nossa relação acabou. Não me separei porque tive medo de que as pessoas não me aceitassem. Não tenho como esquecer que estou com o HIV porque a discriminação está em toda parte. Uma vez, ao contar a um dentista que era portadora do vírus, ele disse que não podia me atender. Parei de fazer a unha com minha manicure depois que ela perdeu várias clientes por minha causa. Minha irmã também já perdeu um namorado depois que contou a ele que eu tinha Aids. Mesmo assim, não me arrependo de ter assumido a doença. Não conseguiria enganar as pessoas como meu marido me enganou."

Jacqueline Normandia





JOEL ROCHA

contra a doença", afirma a dona de casa Greicilene Rodrigues, de 24 anos, de São José dos Campos. É claro que a presença do vírus produz outros tipos de reações, pessoais, delicadas e extremamente compreensíveis. "Tenho vontade de namorar, tenho desejo sexual, mas quem vai querer uma mulher com Aids? Ainda mais com tantos filhos", desabafa a viúva Renata Frazão, sete filhos, carioca de 35 anos que perdeu o marido com Aids.

"Se eu pudesse voltar atrás..." — O avanço da Aids entre as mulheres, da forma como vem ocorrendo, exige que as pessoas pensem um pouco mais nos seus relacionamentos íntimos. O casamento é uma aliança que envolve rotina, uma base sólida para a criação dos filhos e a manutenção da família. Não é um acordo em torno de aventuras. Com o tempo, a paixão pode arrefecer, mas sobram a amizade, a confiança, uma história comum. O casamento, como outras instituições, passa por ciclos. A paixão na lua-de-mel, a adaptação à vida a dois nos primeiros anos, o primeiro filho por volta do quarto ano e, em um determinado momento, a "crise dos sete anos", seguida da crise dos dez, quinze, vinte... Os dois se perguntam se valeu a pena o esforço que fizeram no passado e se o casamento merece uma chance no futuro. É a velha história: elas anseiam por romance, eles querem mais sexo. Surge o caldo ideal para a traição conjugal. Sem camisinha, como se vê.

Para realizar esta reportagem, VEJA

Tentei o suicídio

"Para mim, a Aids me fazia lembrar do Cazuza na fase terminal da doença: um pouco de pele por cima dos ossos. Quando a notícia sobre minha contaminação se espalhou, tinha vizinho que corria para dentro de casa quando eu passava. Todos me evitavam. Eu mesma não sabia como me comportar. Poderia me aproximar dos meus filhos? Pegá-los no colo? Beijá-los? Eu queria morrer. Tentei o suicídio três vezes tomando remédios e me cortando com uma faca. Fiquei com muita raiva do meu marido, mas eu ainda o amava e não me separei dele. O desejo superou o trauma e a gente continuou mantendo relações sexuais. Um dia ele não tinha preservativos, nem eu. Como éramos soropositivos, não nos preocupamos. Acabei ficando grávida. A família dele queria que eu abortasse, mas não admiti. A Jessica nasceu infectada, mas depois de dois anos os exames mostraram que ela não vai desenvolver a doença. Nunca recebi uma notícia tão boa."

Elizabete do Rocio Chagas

"Larguei meu emprego e mudei com minha família para o interior, mas o casamento não durou mais um ano", lembra. "Felizmente minha ex-mulher ainda não desenvolveu a doença."

Para quem se chocou com os relatos, é sempre útil lembrar que a única forma segura de não engrossar as estatísticas da Aids é usar o bom senso e a camisinha. Não é tão simples, mesmo porque as mulheres que são contaminadas em

entrevistou oito homens que tinham infectado a mulher. A idéia era que relatassem sua história e se deixassem fotografar. Ninguém concordou. As justificativas iam do medo dos comentários entre colegas de trabalho até a reação dos filhos. Alguns reconheceram que temem ser tachados de homossexuais. Todos falam com remorso sobre a transmissão do vírus para a mulher. "Eu sei que acabei com a vida dela e me arrependo muito", relata o engenheiro paulista Jorge. "Minha filha está crescendo com dois pais sob risco de morte." Ele soube que estava com o vírus em 1992, quando foi doar sangue para um colega de trabalho hospitalizado. A doação foi recusada, e ele teve de fazer um novo teste.

geral não tinham motivo para suspeitar do risco que corriam junto de seus parceiros. Então, por que tomar precauções? As pessoas podem, no entanto, agir com mais responsabilidade, sobretudo os homens. E talvez com um pouco mais de malícia, sobretudo as mulheres.

■ Os bissexuais, por exemplo, deveriam ter a dignidade de renunciar ao casamento para não colocar em risco suas esposas. O homem nessa situação simplesmente não tem o direito de fingir que leva uma vida normal.

■ Para o homem ou a mulher casados que mantêm aventuras heterossexuais, é imperativo o uso da camisinha nes-

Tive vontade de matá-lo

"Eu soube que estava com a doença por acaso. Apareceram uns nódulos no meu pescoço e fui consultar-me. Acabei fazendo alguns exames, entre eles o do HIV. Deu positivo. Estava casada há dezessete anos e não usava camisinha. Para mim, o preservativo era um bom método anticoncepcional. Mas eu tinha feito laqueadura depois do terceiro filho e não precisava disso. Jamais passou pela minha cabeça, como de resto pela cabeça da maioria das mulheres, que manter relações sexuais com o marido pudesse ser tão perigoso. Só vivia para a família, enquanto o meu marido me traía. Minha revolta era tão grande que pensei seriamente em matá-lo, mas não tive coragem. Felizmente já estávamos separados há dois meses, quando soube. Um dos momentos mais duros após a contaminação foi dar a notícia para meus filhos. Minha filha mais velha tinha 15 anos. Ela me viu chorando e perguntou o que havia acontecido. Eu não queria falar, mas não resisti. Para evitar que meus filhos passem por uma experiência semelhante, sempre falo sobre sexo seguro e em casa sou eu que forneço a camisinha para eles."

Romilda de Lima

ses encontros fora de casa. É o mínimo que se pode esperar. Comportar-se de maneira diferente é agir como um assassino em potencial.

■ A mulher casada que tenha a mais leve desconfiança de que seu marido mantém relações extraconjugais precisa exigir a camisinha. Se desconfiar que o parceiro pode ter relações homossexuais, então, a exigência é muito mais urgente.

Isso é o que dizem os médicos e especialistas no comportamento de pessoas que se contaminaram. A mesma sugestão, no entanto, acaba sendo colhida da principal das vítimas: a mulher. Ouça-se pela última vez a pedagoga Jerusa Maria Mendes, de Pernambuco: *"Depois de odiar meu marido num primeiro momento, depois de me odiar, passei a ver uma coisa que não via antes. Reconheço que a culpa pela presença do vírus no meu corpo é dos dois: dele por ter me contaminado e minha por não ter exigido a camisinha. Se eu pudesse voltar atrás, teria tomado essa decisão tão simples e hoje seria saudável"*. ■

Com reportagem de Dina Duarte, do Recife, Luciano Patzsch, de Curitiba, Fabiana Godoy, de São Paulo, Consuelo Dieguez e Ronaldo França, do Rio de Janeiro, Daniella Camargos, de Belo Horizonte, e Cristine Prestes, de Porto Alegre



Crianças contaminadas ao nascer: "a maior parte dos casos podia ser evitada"

A Aids de mãe para filho

Na esteira do avanço da epidemia de Aids entre mulheres está também o crescimento de um tipo ainda mais cruel de contaminação. É a transmissão perinatal do vírus, aquela que acontece da mãe soropositiva para o filho. O primeiro caso foi registrado no Brasil em 1985. Desde então, 40% das 3 596 crianças que nasceram carregando o vírus da Aids morreram. As sobreviventes, algumas passando hoje pela pré-adolescência, enfrentam uma rotina de medicamentos e preconceito. Muitas delas nem frequentam escola porque não suportam o peso da discriminação. "O revoltante é que a maior parte dos casos de crianças com Aids poderia ser evitada", afirma a infectologista Marinella Della Negra, responsável pela ala de atendimento de crianças soropositivas do hospital paulista Emilio Ribas.

O fato de uma mãe ter o vírus da Aids não significa que a criança também seja infectada. A contaminação ocorre em um de cada quatro nascimentos. A transmissão do vírus, na grande maioria dos casos, não acontece durante a gestação, mas no parto. Na hora de nascer, a

criança é banhada de sangue contaminado e o vírus penetra no organismo do bebê por meio de lesões microscópicas que são comuns na hora do nascimento. Se a gestante se tratasse com o remédio AZT, a quantidade de vírus que

atinge a criança diminuiria drasticamente. Se a criança também tomar doses diárias de AZT nas primeiras seis semanas de vida, o vírus não se alastra e pode regredir. Com AZT, o risco de o bebê se tor-

nar um soropositivo cai de 25% para 8%. O desafio de diminuir o número de registros da Aids perinatal depende também de informação médica. "Quando consulta uma gestante, os médicos pedem uma série de exames, mas não o de HIV. É uma negligência criminosa", acusa o infectologista paulista Caio Rosenthal. A prova desse pouco-caso é que no ano passado sobraram duas de cada três caixas de remédio anti-Aids na rede oficial de saúde. No período, mais de 600 crianças nasceram infectadas.

Contaminados ao nascer

Em dez anos, os casos registrados de Aids em recém-nascidos aumentaram quase vinte vezes

33 casos
1987

641 casos
1996

Fonte: Ministério da Saúde



Revista *Capricho*, 2009, nº 1078

DEIXE O MUNDO AÍ SPINK.COM.BR

Beauty awards
Elegemos os melhores looks das famosas e revelamos os segredos delas

13 maneiras de usar os vestidos que vão pegar nesta estação!

VIDA REAL
A incrível história da brasileira que estudou com Selena e ainda contracenou com os Jonas!

Vanessa Hudgens

ELA REVELA QUE FOI HORRÍVEL PERDER O BV, QUE SE ESFORÇA PARA MANTER O NAMORO COM ZAC E QUE É VICIADA... EM COMPRAS!

Apaixonada pelo cara errado
Descubra se a sua paixão é uma furada (e como sair dessa)

**+ Lucas Till
Emily Osment
Josh Hutcherson**

Abri!

edição nº 1078 • 30.ago.2009 • R\$4,90

ISSN 0008-5944 01078
9 4770008 594009

Matéria da revista *Capricho*, 2009, nº 1078

Moda

Vestido prá arriá sar

Cheios de graça e feminilidade, os vestidos são a peça-chave deste verão. Se jogue nas sobreposições e em um acessório de peso.

Edição: Erica Folloni (efolloni@abril.com.br) **Foto:** Nino Andrés **Design:** Peibi Azevedo
Produção de moda: Aline Fava **Produção de objetos:** Frida Abrahão **Assistente de produção:** Amanda Fiorentino **Beleza:** Rafael Melo Ramos (Girassol Atendimento)
Participação especial: Frida, Johnny, Pierre e Sayonara (nossos cachorros)

Balõe

Este modelo de vestido é supertendência de verão. Se você gosta de um visual *girtie*, ele é perfeito. Como é uma peça que tem bastante volume, ele pode dar a sensação de que seu quadril é maior do que realmente é. Por isso, é indicado para quem tem pernas finas e pouco quadril.

Andressa usa: vestido **Gata Bakana** (R\$ 158), colete **Têca** (R\$ 352), sapatilhas **Side Walk** (R\$ 154), cinto **Colcci** (R\$ 99), meias **Trifil** (R\$ 5,90) e brincos **Virgin Again** (R\$ 19); Dani usa: vestido **Spezzato Teen** (R\$ 289), sandálias **Cravo e Canela** (R\$ 172,47), lenço **Virgin Again** (R\$ 23), meias **Lupo** (R\$ 7,50), flor roxa **Miss Zaide** (R\$ 57), brincos (R\$ 30) e flor laranja (R\$ 13) **Vivi Malek** e pulseira **Trudy's** (R\$ 49); Laura usa: vestido **Lulu** (R\$ 210), scarpins **Luiza Barcellos** (R\$ 288), bolsa **Spezzato Teen** (R\$ 79), faixa de cabelo **Vivi Malek** (R\$ 20) e colar **Glida** (R\$ 60).



Longo

Não existe nada mais elegante do que um vestido longo. Ele deixa seu corpo lindo! Prefira os modelos mais soltos, de preferência aqueles que não marcam nada. Assim você vai se sentir muito confortável e fresquinha para os dias de muito calor.

Andressa usa: vestido rosa **Lóer** (R\$ 384), sob vestido cinza **Lucy in the Sky** (R\$ 250), flor de cabelo **Accessorize** (R\$ 62), sandálias **Tabita** (R\$ 183), carteira **Le Lis Blanc** (R\$ 249,50), corrente roxa (R\$ 60), corrente verde (R\$ 75) e conjunto de pulseiras (R\$ 28) **Vivi Malek**.



Camadas

Não é de hoje que ele está bombando por aí. Os babados na horizontal tendem a aumentar a proporção do seu corpo. Por isso, se você tem barriguinha, prefira os de tom escuro e de preferência lisos. Use com um peep-toe e uma meia colorida.

Dani usa: vestido **Gióve** (R\$ 399), peep-toes **AZ Studio** (R\$ 79), meia-calça **Trifil** (R\$ 13,90), tiara **Vivi Malek** (R\$ 25) e colar **Trudy's** (R\$ 34); Laura usa: vestido **Antix** (R\$ 95), sandálias **Divalesi** (R\$ 175), meias **Trifil** (R\$ 5,90), laços de **Vivi Malek** (R\$ 10), brincos **Trudy's** (R\$ 44) e pulseira **Gióve** (R\$ 93).

↳ Accessorize: (11) 3061-5136; Antix: (11) 3333-1027; AZ Studio: (11) 3846-6819; Divalesi: (51) 3546-1651; Gióve: (11) 5181-1832; Le Lis Blanc: (11) 3815-0634; Lóer: (11) 3552-6555; Lucy in the Sky: (11) 3815-9609; Tabita: (51) 3545-1600; Trifil: (11) 3598-2178; Trudy's: (11) 3081-2920; Vivi Malek: (11) 3085-8618.



Micrôcurto

Quanto mais curto, melhor! Este modelo de vestido deixa seu visual muito fofo. Se você for baixinha, use com um salto para alongar sua silhueta. Se você é alta, pode abusar das sapatilhas com amarração no tornozelo. Invista nas cores fortes para deixar sua produção com a cara do verão.

Dani usa: regata Rosa Preguiçosa (R\$ 220), vestido Spezzato Teen (R\$ 336), peep-toes Melissa (R\$ 90), colar coração Ronaldo Fraga (R\$ 45), pulseiras Miss Zaide (R\$ 49, cada uma) e presilha Morana (R\$ 39); Andressa usa: polo Sky Land and Sea (R\$ 159), vestido American Apparel (R\$ 159), sapatilhas Empório Naka (R\$ 129,90), bolsa Accessorize (R\$ 56), tiara Vivi Malek (R\$ 36), pulseira rosa Virgin Again (R\$ 19) e pulseira roxa New Order (R\$ 67).



Jeans

Quando pensamos no jeans, achamos que ele é básico e por isso é fácil de combinar. Mas não é bem assim. As modelagens desta estação estão cheias de ousadia. Abuse das sobreposições e dos acessórios para compor com eles. O jeans delavê, que é o mais clarinho, será um dos hits do verão. Aposte nele!

Laura usa: vestido **Têca** (R\$ 369), lenço usado como cinto (R\$ 88), tiara (R\$ 60), colar (R\$ 42) e pulseira **LeSportsac** (R\$ 278) e pulseira **Virgin Again** (R\$ 19); Andressa usa: regata amarela **Pop Chiq** (R\$ 62), vestido **Redley** (R\$ 667), lenço usado como cinto **Lulu** (R\$ 70), sandálias **Divalesi** (R\$ 188) e brincos **Vivi Malek** (R\$ 10).

→ Accessorize: (11) 3812-6110; American Apparel: (11) 3894-3888; Divalesi: (51) 3546-1651; Empório Naka: (11) 3842-6048; LeSportsac: (11) 5181-5169; Lulu: (11) 5097-9776; Melissa: 0800-979898; Miss Zaide: (21) 3322-5021; Morana: www.morana.com.br; New Order: (11) 3034-3222; Pop Chiq: (11) 3086-3594; Redley: (21) 2521-2046; Têca: (11) 3085-4476; Ronaldo Fraga: (11) 3816-2281; Rosa Preguiçosa: (11) 3814-609; Sky Land and Sea: (11) 5531-6209; Spezzato Teen: (11) 5181-1832; Virgin Again: (11) 3088-6396; Vivi Malek: (11) 3085-8618.







Vestido-camiseta.
Este modelo de vestido nada mais é do que uma maxi-T-shirt. Use com legging ou com uma bermuda ciclista, que você mesma pode fazer: corte aquela meia-calça velha na altura da coxa, dê uma desfiada para dar um ar mais descolado e pronto, você vai ficar com um visual exclusivo!

Andressa usa: vestido camiseta Vish (R\$ 60), meia cortada usada como bermuda Lupo (R\$ 14,06), sapatilhas Orcade (R\$ 116,90), bolsa M.Officer (R\$ 298), cinto Folic (R\$ 119) e brincos Vivi Malek (R\$ 10); Laura usa: regata 775 (R\$ 45), vestido camiseta Naguchi (R\$ 162), legging rosa neon Thais Gusmão (R\$ 164), tênis Converse All Star (R\$ 99,90), bolsa 284 (R\$ 228), viseira Rip Curl (R\$ 30) e colar usado como pulseira Glida (R\$ 60); Dani usa: vestido camiseta Colcci (R\$ 109), sandálias Shoesserie (R\$ 438), bolsa Virgin Again (R\$ 60), faixa American Apparel (R\$ 15) e colar usado como pulseira Uffa! (R\$ 22).

→ 284: (11) 3841-4000; 775: (11) 3826-4288; American Apparel: (11) 3894-3888; Colcci: (47) 3247-3000; Converse All Star: (54) 3285-2800; Glida: (11) 5189-4955; Lupo: 0800-7078220; M.Officer: (11) 3587-9575; Naguchi: (47) 3336-0519; Orcade: (12) 3712-3900; Rip Curl: (11) 3063-5103; Shoesserie: (11) 3037-7498; Thais Gusmão: (11) 3061-3874; Uffa!: (17) 3229-4414; Virgin Again: (11) 3088-6396; Vish: www.vishland.com.br; Vivi Malek: (11) 3085-8618.

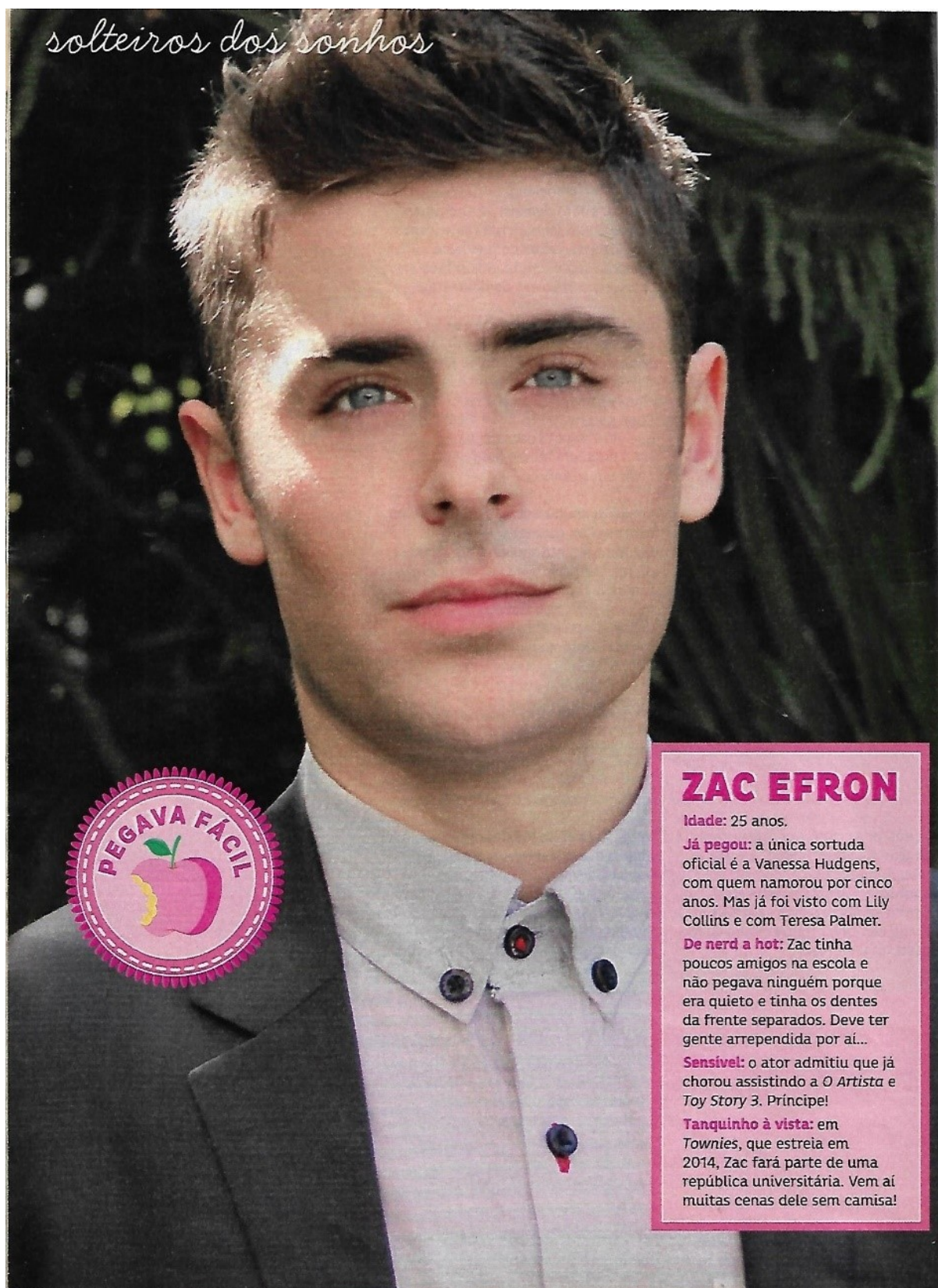
Agradecimentos: Canil Gillota (www.gillota.com.br), Louis Vuitton e Au Pet Store

CAPRICHÔ • 69

Revista *Capricho*, 2013, nº 1176



Matéria da revista *Capricho*, 2013, nº 1176





HARRY STYLES

Idade: 19 anos.

Já pegou: namorou Caroline Flack, teve um rolo com Taylor Swift e há boatos de que está ficando com a modelo Kimberly Stewart.

Mania: Harry adora andar pelado por aí! No filme *This Is Us*, ele deve aparecer andando em um patinete motorizado só de cueca.

Fofinho: apesar da fama de pegador, o cantor curte o desafio da conquista.

Look ideal: pode descer do salto! Ele curte garotas com camisas de times de futebol!

TAYLOR LAUTNER

Idade: 21 anos.

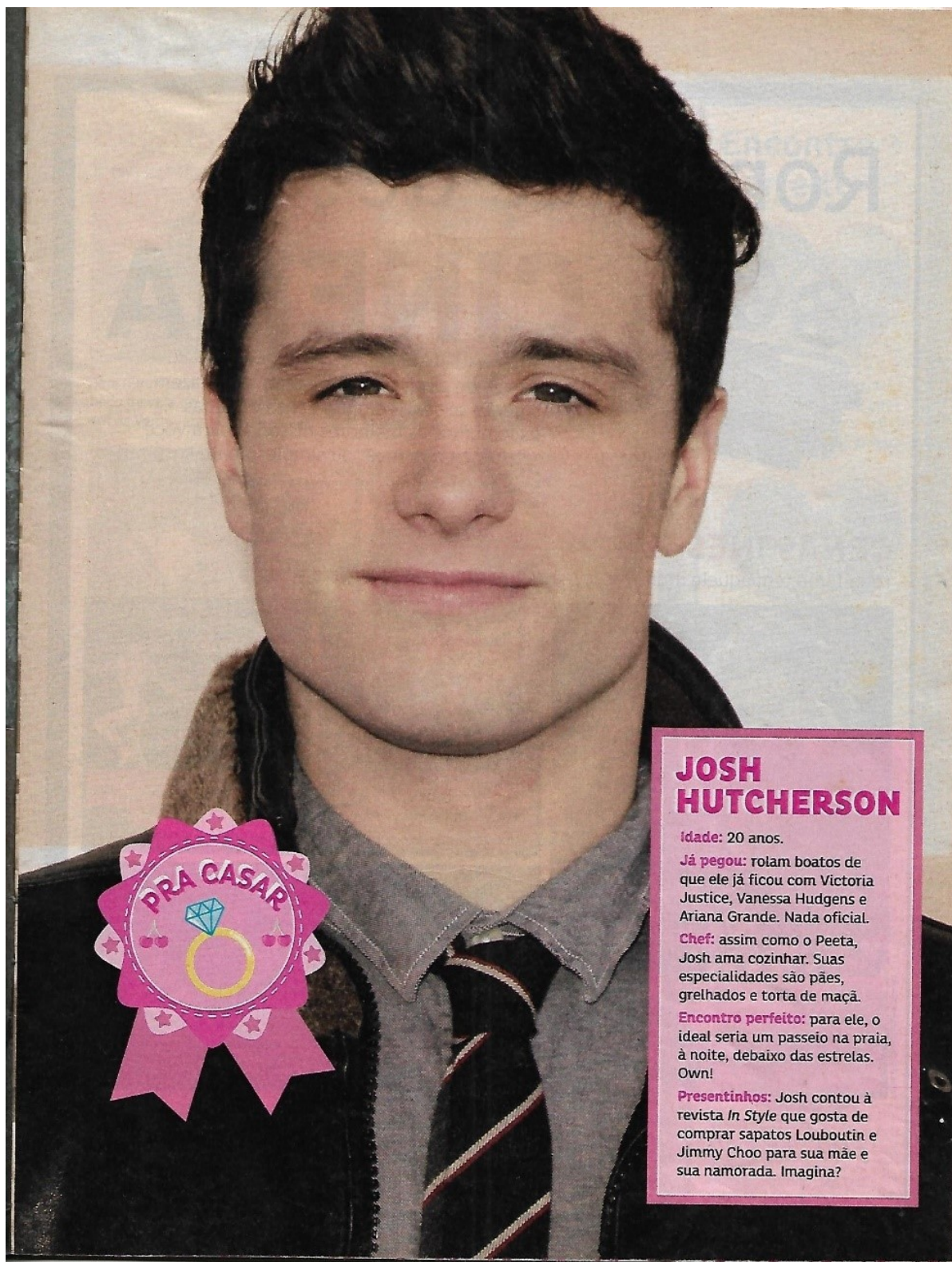
Já pegou: Selena Gomez, Taylor Swift e Lily Collins.

Amizade colorida: o ator disse à *Teen Vogue* que gosta mesmo quando a amizade se transforma devagarzinho em algo mais.

Divertido: Taylor gosta de ser criativo no primeiro encontro. Nada de cinema e restaurante! Para ele, legal mesmo seria ir ao boliche ou ao karaokê.

Hot, hot, hot: ele esteve no Top 10 dos caras mais *hot* da *Glamour* nos últimos três anos. Alguém discorda?





JOSH HUTCHERSON

Idade: 20 anos.

Já pegou: rodam boatos de que ele já ficou com Victoria Justice, Vanessa Hudgens e Ariana Grande. Nada oficial.

Chef: assim como o Peeta, Josh ama cozinhar. Suas especialidades são pães, grelhados e torta de maçã.

Encontro perfeito: para ele, o ideal seria um passeio na praia, à noite, debaixo das estrelas. Own!

Presentinhos: Josh contou à revista *In Style* que gosta de comprar sapatos Louboutin e Jimmy Choo para sua mãe e sua namorada. Imagina?



BELEZINHA DE VERÃO

Apaixonada por praia, a atriz Bruna Marquezine revela à CAPRICHÔ os segredos para ter o corpo bonito que você vê (e sente aquela inveja do bem!) de segunda a sábado na novela das 7h da Globo, *Aquele Beijo*

Edição: Fernanda Catania (fernanda.catania@abril.com.br) Entrevista: Patrícia Pereira Foto: Raquel Espírito Santo Design: Fabi Yoshikawa
Produção de moda: Juliana Costa Beleza: Romulo Flores

ERA O PRIMEIRO ENSAIO DE FOTOS DE BRUNA Marquezine para a capa de uma revista. A atriz de 16 anos estava nervosa e chegou bastante tímida ao estúdio onde rolariam as fotos da CAPRICHÔ, localizado na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro, bairro onde mora com os pais. Bruna (e principalmente sua mãe, Neide, que acompanhou o ensaio) ficou ainda mais apreensiva quando soube que algumas fotos seriam feitas de biquíni. Puxou o tempo todo o short para baixo. Mas foi só ligar seu iPod no volume máximo – com músicas de artistas como Janelle Monáe, Adele, Ivete Sangalo, Joss Stone e Maroon 5 – para a garota se sentir em casa! Ali, apareceu outra Bruna: alto-astral, falante e muito bem-humorada, fazendo piadas o tempo todo. No fim, ela adorou fazer as fotos de biquíni e revelou que, na

verdade, se dá muito bem com o seu corpo. Para viver a modelo Belezinha, sua personagem na novela das 7h da Globo, *Aquele Beijo*, a atriz teve apenas que manter sua rotina de exercícios. É duro! Ela malha e evita comer besteiras nos dias de semana. Durante a sessão de fotos, também descobrimos que roupas e make são as suas paixões. A atriz se empolgou com nossos looks – ela ama moda verão! –, deu palpites na hora de se maquiar e tirou da bolsa o próprio aplique de cabelo porque acha o seu “muito ralinho”. Nesta entrevista exclusiva para a CAPRICHÔ, a garota que acumula sete novelas em sua carreira contou que adotou as ideias bafo de make da Belezinha para a balada, disse que morre de preguiça de malhar e ainda revelou como é a sua relação com os garotos. Aposto que você vai se identificar!

A MUSA DA PRAIA

Quem encontrar a Bruna na areia, vai descobrir que...



Ela é vi-ci-a-da em água de coco! A melhor forma de se manter hidratada, vai dizer que não é?



A atriz não tira o seu Ray-Ban Aviator. Talvez só para olhar os surfistas... Hahaha #quemnunca



Sem chapéu, a Bru não anda na praia. Garota protegida e cheia de estilo. Pode imitar, viu!



Ela é apaixonada por frozen yogurt sabor natural, com amêndoas, nozes e frutas. Yumi.



É óbvio que as rasteirinhas fazem peso na mala de viagem dela. Salto é lindo, mas não vai à praia.

Você está linda! Teve que mudar alguma coisa para interpretar a Belezinha?

Assim, não me exigiram nada. Não comecei a malhar mais por causa da novela nem a comer menos, só mantive o que já tinha. (Bruna tem 1,70 m de altura e 56 kg).

Então você é do time das corajosas que malham?

Sim. (risos) Como estou gravando e tenho pouco tempo, malho em academia com uma personal trainer. Mas gosto de exercícios mais dinâmicos. Sempre fiz dança, como balé, jazz, já treinei ginástica olímpica e também pratiquei natação. Comecei a malhar para manter a forma e deixar o corpo definido. Mas eu odiava. Agora me acostumei e acabei gostando.

Por que você detestava?

Hmmm... Sou muito preguiçosa. Quando estou em casa, deitada na cama, vendo TV, nada me faz descer para malhar. Fico nessa moleza. Mas, quando a personal chega, eu tenho que descer, é quase uma obrigação. Depois eu até me animo.

Você deixa de comer algo que tipo ama muito só por causa de dieta?

Não. Não gosto e não sei fazer dieta. Acho muito chato ter que me privar das coisas. Não tenho frescura para comer então consigo substituir uma besteira, como *fast food* e chocolate, por algo mais saudável. O que eu tento fazer é comer menos besteira durante a semana. No fim de semana, sempre me permito, mas sem extrapolar. A sorte é que amo frutas, então, no dia a dia, tento substituir o chocolate por uma fruta.

Você sempre gostou do seu corpo?

Nunca tive nenhum problema ou fase ruim com ele. Mas toda mulher tem um defeitinho, né? Eu até tenho defeitos que me incomodam, mas prefiro nem falar para ninguém perceber. (risos) Quando paro de me exercitar, nas férias, começo a comer e engordo na cintura e no quadril e isso me irrita bastante.

Você cuida muito do seu cabelo?

Ixi... Confesso que tenho um problema. (risos) Não consigo sair de casa sem o cabelo arrumado. Mas sei me virar, fazer babylliss, escovar, tudo! Saio para uma festa tranquila. Mas, assim, tenho que estar com o meu cabelo arrumado sempre. Como ele tem a raiz lisa com as pontas onduladas, gosto de pentear e deixar secar ao natural para ficar com as pontas bem onduladinhas. Dá um ar de praia e fica natural. Também sempre seco a franja e uso um bob grande para dar um caimento melhor.

Fotos: Didioc

Você gosta de moda?

Muito. Aliás, sou muito consumista. (risos) Adoro comprar tudo: roupa, sapato, bolsa. É um problema. Nem sei quantas bolsas, sapatos e acessórios eu tenho. Também adoro brincos. Uso mais os pequenos, mas agora, com essa moda de penas e brincos grandes, estou gostando dos maiores.

O que não pode faltar em seu guarda-roupa?

Calça jeans! Com uma blusa básica e um bom jeans você já está bem vestida. Vestido para mim também é tudo!

O que você gosta no look da Belezinha?

Adoro a maquiagem que ela usa durante o dia. Mas usaria para sair à noite, sabe? Talvez até incrementasse um pouco mais. Sou bem vaidosa e adoro me arrumar. Também gosto de uma botinha meio caubói, que foi feita para a personagem. É a coisa mais fofa! E tem um colar, que é um buquê de flores, que adoro.

Como é o seu make para a balada?

O make é completo porque gosto de me produzir. Evito, mas amo maquiagem! Para o olho, uso mais o preto ou marrom, com iluminador. Como estou sempre com cores neutras, posso exagerar e usar um preto mais brilhante ou um marrom com dourado. Na boca sempre uso um hidratante e, para sair, prefiro apenas gloss. O único batom que já usei e gostei foi um vermelho, mas uso mais em ocasiões especiais por chamar muito a atenção.

E o que você jamais usaria da Belezinha?

Provavelmente os vestidos de concurso. Alguns são lindos, mas tem outros bem tensos. Tem muito brilho e tule. É muita coisa pra mim. (risos)

Você se identifica de alguma maneira com a personalidade de Belezinha?

Sei que, às vezes, sou meio bobona como ela, no bom sentido. (risos) Também sou bastante romântica e sonhadora.

Você é leonina, um signo cheio de personalidade. Gosta de horóscopo?

Gosto de ler, mas não acho que vá mudar alguma coisa. Só quando é bom. (risos) Mas, quando é ruim, eu falo: "Ah, é só horóscopo, não é nada demais". (risos) As leoninas gostam de comandar e eu sempre sou a líder do grupo na escola. E tendem a ser agitadas, bem animadas, como eu.

Quando você está a fim de um garoto, você olha o signo dele?

Depois de um tempo eu olho, mas não logo de cara. (risos)



Bruna veste
regata New
Order; biquíni
Cyann e
pulseiras C&A

Bruna veste colete
Farm; biquini Santa
Vitória; short Triton;
colares Accessorize;
pulseiras C&A; cinto
(marrom) 284 e cinto
(azul) Flats & Co



Não te assusta ser celebridade aos 16 anos?

Não. É fácil perder a cabeça porque é um mundo que envolve dinheiro e oferece muitas coisas boas e privilégios. Mas, quando se tem o apoio da família, amigos e uma cabeça tranquila, não assusta.

Como é ter que conciliar a rotina de novela com os estudos da escola?

A sorte é que, como trabalho desde pequena, sempre tive a ajuda dos meus pais e da Globo. Estudo de manhã e as gravações são à tarde e à noite e foram raras as vezes que tive que faltar em aula. Também consigo estudar em casa. Sou uma aluna com boas notas.

Quais são suas metas para 2012?

Quero viajar bastante porque não viajei o quanto queria em 2011. Tenho vontade de conhecer a Europa e quero voltar aos EUA para fazer compras. *(risos)* Minha ideia em 2012 é fazer novas personagens e aproveitar minha família. Também adoraria fazer cursos de interpretação fora do Brasil e de fotografia porque sou apaixonada por foto.

Arrumar um namorado está entre as metas?

(risos) Acho que isso não é meta, né? Essa coisa de "tô querendo um namorado" não adianta. Minha filha, quanto mais procurar, mais eles vão fugir. Quando eu encontrar alguém – não precisa ser o cara perfeito não, mas alguém de que goste – e tiver que acontecer, vai acontecer. O que é meu está guardado, não tem essa de "quero um namorado". *(risos)*

Você já namorou sério?

Já. Sou muito mais para namorar do que para ficar. Não sou de ficar com um garoto só por ele ser bonitinho. Tipo, não vejo nada de errado em beijar uma pessoa em uma festa, mas não sou do tipo que pega e esquece. Sou bem romântica. Ficar com qualquer um ou com mais de um garoto em uma noite não combina comigo.

Hmmm... Que tipo de romântica você é?

Sou romântica, mas não grudenta. Detesto grude! Gosto de homens criativos, que surpreendam de uma forma carinhosa. Quero poder me relacionar com alguém com quem eu possa contar e confiar. Sou difícil de me apegar a uma pessoa, mas sou muito rápida para desapegar. Mulher é complicada, né?! *(risos)*

Já sofreu por amor?

Quando sofri, foi uma bobeira por alguém que não merecia. Mas foi rápido. O tempo resolve as coisas e eu sempre tive pessoas muito boas ao meu redor, especialmente minha mãe e meu pai, que são meus amigos. Com bons conselhos você supera rápido.

Como é o garoto perfeito?

Acho que não existe, né? Até porque, se eu arrumasse um garoto perfeito, iria enjoar dele bem rápido. Se for perfeito demais é porque tem alguma coisa errada. *(risos)* Acima de tudo eu prezo a amizade e a confiança. Sou bem alto astral e gosto de homem que me faça rir. Não gosto de pessoas mal-humoradas.

NA BOLSA DE BRUNA

Descobrimos de que produtos a atriz não abre mão. Olha só!



Bruna usa todos os dias o protetor solar Minesol oil control, da Roc, fator 30.



O Just Bitten, da Revlon, é um lápis rosa claro para colorir a boca.



Após lavar o rosto de manhã, Bruna usa o hidratante Effaclar M, da La Roche-Posay.



Bruna hidrata o cabelo uma vez por semana com o creme Kérastase Résistance Forcintense.

Fotos: Divulgação

O SEGREDO DO CORPO DE BRUNA

Descobrimos o treino de musculação de Bruna, feito pela personal Roberta Pires. Ela malha duas vezes por semana por 1h!

1 Coxa total

Fazer duas séries de 30 repetições de agachamento. Cuidado! Você deve abaixar até o joelho chegar à linha da ponta dos pés.

Na academia: Leg Press. Três séries de 10 a 12 repetições, com 40 kg para cada lado.

2 Bumbum e coxas

Posicione uma perna na frente, flexionando o joelho, e estique a outra perna para trás. Desça o joelho da perna traseira e volte.

Na academia: Smith. Três séries de 10 repetições, descendo a 80 graus, com peso de 10 kg.

3 Quadríceps

Deite de barriga para cima, com caneleiras, e dobre as pernas sob o abdômen. Mantenha o joelho parado e estique a perna para cima.

Na academia: Cadeira extensora. Três séries de 10 a 12 repetições, com 45 kg.

4 Parte de trás da perna

Em pé, usando caneleira, apoie em uma parede. Flexione o joelho, levantando a perna lentamente.

Na academia: Cadeira flexora. Três séries de 10 a 12 repetições, com peso de 35 kg.

5 Parte da frente da coxa

Deite de barriga pra cima, com caneleira, e estique as pernas para cima. Abra e feche.

Na academia: Cadeira adutora. Três séries de 15 repetições, e mais 15 com movimentos rápidos e curtos, com 85 kg.

6 Lateral da coxa

Deite de lado, com caneleira, e mantenha a perna de baixo dobrada e a de cima estendida. Abra a perna até a altura do quadril e volte.

Na academia: Cadeira abdução. Três séries de 20 repetições, com 85 kg.

7 Abdômen

Três séries de 30 abdominais simples. Coloque as mãos atrás da cabeça e suba e desça lentamente. Depois, repita o mesmo exercício para as laterais. Suba e desça só para um lado e depois para o outro.

8 Lombar

Deite de barriga para baixo e sustente o corpo por 20 seg. Apoie-se nas pontas dos pés, cotovelos e antebraços. O corpo deve ficar reto.

Na academia: Aparelho de extensão lombar. Três séries de 12 a 15 vezes.

ANEXO B - Capas de revistas

Revista *Época*, 1998



Revista *Época*, 2019.



Revista *Veja*, 1991, nº 1208Revista *Veja*, 2006, nº 1946

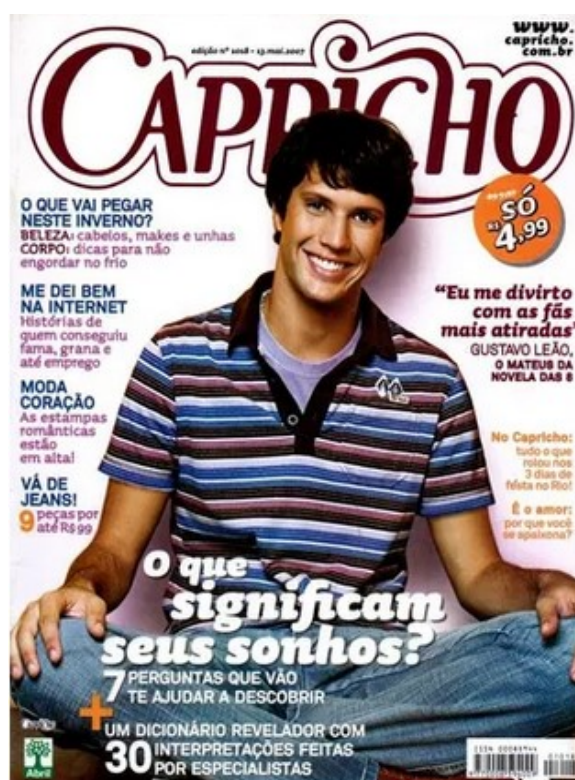
Revista *Veja* 2007, nº 1946



Revista *Veja São Paulo* 2015.



Revista *Capricho*, 1970, nº 412Revista *Capricho*, 1989, nº 656

Revista *Capricho*, 2003, nº 905Revista *Capricho*, 2007, nº 1018

Revista *Capricho*, 2010, nº 1093Revista *Capricho*, 2011, nº 1113

Revista *Capricho*, 2013, nº 1134Revista *Capricho*, 2013, nº 1175

Revista *Capricho*, 2014, nº 1185



Revista *Marie Claire*, 2004, nº 155



Revista *Marie Claire*, 2013Revista *Ana Maria*, 2015, nº 979

Revista *Ana Maria*, 2017, nº 1107Revista *Cabelos & Cia*, 2014, nº 841

Revista Caras, 2017, nº 1230



Revista Caras, 2020, nº 1414



Revista *Contigo*, 2017, nº 2174



Revista *Tititi*, 2017



Revista *Piauí*, 2015, nº 102



Revista *Istoé Dinheiro*, 2021

