UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-graduação em Comunicação Social

40 Anos em Revista

Representações e memória social nas capas de *Veja*

Renné Oliveira França

Belo Horizonte
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG
2011

Renné Oliveira França

40 Anos em Revista

Representações e memória social nas capas de *Veja*

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de doutor em Comunicação Social

Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade Contemporânea

Linha de pesquisa: Textualidades Mediáticas

Orientador: Prof. Dr. Paulo Bernardo Vaz

Belo Horizonte
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG
2011

Agradecimentos

Não se escreve uma tese sozinho. A primeira pessoa do plural em um trabalho desses não é uma mera formalidade gramática. É um “nós” que trabalhou em conjunto para tudo que aqui se encontra. E em uma tese sobre a memória, nada melhor em um momento desses do que lembrar. Lembrar de todos que me ajudaram a colocar as palavras e imagens que estão aqui impressas.

Começo meus agradecimentos pelo Paulo. Apesar da frase clichê, este é um verdadeiro caso em que, mais do que um orientador, ganhei um amigo. Nossa sempre boa relação transformou-se em uma genuína amizade em Portugal, enquanto caminhávamos pelas ruas de Braga. Mas além disso, foram seus apontamentos que me guiaram até aqui, fazendo deste trabalho o que ele é.

Um agradecimento muito especial vai para a Rosa e os professores na Universidade do Minho, que me acolheram de forma calorosa e inspiraram muito daquilo que está aqui escrito. A Rosa é a verdadeira co-orientadora desta tese (que por questões burocráticas não posso colocar como co-orientadora oficialmente), com suas leituras atentas e reuniões bastante produtivas durante meu estágio sanduíche em Portugal. Indicou bibliografias, fez correções, auxiliou a metodologia e é indiscutivelmente responsável direta pela produção deste trabalho. Tudo o que eu escrever será pouco para agradecer sua aceitação em me orientar, o carinho com que me tratou e a competência com que me auxiliou.

Aproveito para agradecer ao Gris e também a todos os professores do Departamento que, através de discussões, ajudaram nesse trabalho: Vera, Bia, Elton, Laura, César, Bruno, Carlos, Simone. Agradeço especialmente à Geane e Elisa, cujas observações na qualificação foram fundamentais no direcionamento do trabalho e as críticas e sugestões feitas foram incorporadas nesta versão final. E não posso esquecer dos meus queridos alunos de Mídia e Memória Coletiva, que com seus questionamentos levantaram importantes questões em meu objeto de estudo.

Meus colegas de Doutorado, que tanto contribuíram para tudo que aqui está: Lígia, Rennan, Carol, Daniela. Agradeço também ao Fred e ao Reges, que mesmo não pertencendo à UFMG compartilharam comigo a vida fora do país, em discussões acadêmicas e pessoais que se refletiram em tudo que está aqui escrito e cujo apoio ultrapassou e muito as questões teóricas.

Agradeço à minha família. Minha mãe, minha irmã, meu pai, meus tios e avós. O total apoio que sempre me deram foi fundamental para que eu continuasse sempre em frente, trabalhando para fazer sempre o melhor e terminar tudo aquilo a que me propus.

Agradeço à Sílvia. Namorada, companheira, esposa, mulher. Agradeço por ter me esperado pacientemente (ou não...) durante minha estadia em Portugal, que foi tão importante para tudo que está aqui escrito. Agradeço o apoio, o carinho, a amizade e a dedicação que sempre teve comigo, além de fazer a trabalhosa revisão final de todo o trabalho.

Muito obrigado aos amigos, que me deram leveza nos momentos de tensão e cuja companhia foi fundamental para me dar forca em tudo que fazia. Rafael, Cadu, Daniel, Lucas, Filipe, Paulinha, Ricardo, Eduardo, Lurdes, Francine, Isabel, Pedro, Carla, Sérgio, Alfredo, Morcego.

Por último, agradeço à CAPES por conceder as bolsas que me permitiram estudar e pesquisar, incluindo a bolsa PDEE que possibilitou meu estágio sanduíche na Universidade do Minho.

Graças a todos vocês eu pude começar e terminar esta tese. Sem as orientações, conversas, brincadeiras, críticas e sugestões, muito pouco teria sido feito. Obrigado. Este trabalho é um pouco de cada um. É nosso.

E como nesse jogo em que os japoneses se divertem
mergulhando numa bacia de porcelana cheia de água
pequeninos pedaços de papel até então indistintos,
que, mal são mergulhados, se estiram,
se contorcem, se colorem, se diferenciam,
tornando-se flores, casas,
pessoas consistentes e reconhecíveis,
assim agora todas as flores de nosso jardim
e as do parque do Sr. Swann, e as ninféias do Vivonne,
e a boa gente da aldeia e suas pequenas residências,
e a igreja, e toda Combray e suas redondezas,
tudo isso que toma forma e solidez, saiu,
cidade e jardins, de minha xícara de chá.

Marcel Proust, Em Busca do Tempo Perdido.

Mas não conhecera seu pai: tudo o que possuía dele
e da sua memória, para amar,
era uma fria tela mal pintada,
pendurada no quarto de vestir.

Eça de Queiroz, Os Maias.

Outras fontes, outras fomes,
outros flancos: vasto mundo,
e o esquecimento no fundo.

Carlos Drummond de Andrade, A Moça Mostrava a Coxa.

O que somos nós sem a memória?
A memória nos dá identidade,
é aquilo que nos faz diferente dos outros.
A memória me diz quem eu sou.
Sem a memória, não somos nada.

Peter Parker, Homem-Aranha: A Saga do Clone.

Resumo

A partir da discussão das relações entre acontecimento, representação e memória social, este trabalho descreve e analisa as capas de *Veja*, revista de informação da Editora Abril. A tese procura compreender, através da semiótica visual, os significados embutidos em imagens e textos ao longo de 40 anos da revista mais vendida do Brasil e caracterizar a memória aferida de suas capas a partir da forma como os acontecimentos foram representados entre os anos de 1968 e 2008.

Palavras-chave

Revista; memória; acontecimento; representação.

Abstract

Based on a discussion of the relationships between event, representation and social memory, this work describes and analyzes Brazilian newsmagazine Veja's front covers. The thesis attempts, with the use of plastic semiotics, to understand the meanings embedded in text and images presented through 40 years of Brazil's best-selling magazine, and to characterize the memories extracted from its front covers from the way events have been represented between 1968 and 2008.

Key-words:

Magazine; memory; event; representation

Résumé

À partir du débat relatif aux relations entre évènement, représentation et mémoire sociale, ce travail décrit et analyse les couvertures de Veja, magazine d'information du groupe d'édition Abril. En s'appuyant sur la sémiotique plastique, la thèse tente d'interpréter, les signes présents dans les images et textes publiés au cours des 40 ans d'existence du magazine le plus vendu au Brésil. Le travail s'attache également à caractériser la mémoire sociale - telle qu'elle transparaît sur les couvertures - en examinant la façon dont les évènements ont été représentés entre les années 1968 et 2008.

Mots-clés:

Magazine; mémoire; événement; representation

Sumário

Introdução 10
1. 40 anos em revista 14
1.1. Imagens de 40 anos 15
1.2. O que disse Veja 22
1.3. Memória de 40 anos 25
2. História de Veja 28
Anos 1960 28
Anos 1970 31
Anos 1980 34
Anos 1990 36
Anos 2000 39
3. A instituição e sua memória 41
3.1. Pertencimento de grupo e categorias gráficas 44
3.1.2. Destaque para imagem 46
3.1.2.1. Foto única 46
3.1.2.2. Foto com texto 47
3.1.2.3. Desenho 49
3.1.2.4. Patchwork 51
3.1.2.5. Fusão imagem e texto 52
3.1.2.6. Foto tratada graficamente 54
3.1.2.7. Reprodução de obras de arte 55
3.1.3. Equilíbrio imagem e texto 56
3.1.4. Destaque para o texto 58
4. Veja: mídia e memória 62
4.1. Memória 69
4.2. Representação e memória 77
4.3. Acontecimentos representados 83
5. Metodologia 89
5.1. Conceitos operadores de análise 89
5.1.1. Revista de informação 89
5.1.2. Teatro da Memória 92
5.1.3. Semiótica visual 98

5.1.4. Análise do discurso 105
5.1.5. Contextualização 110
5.2. Categorias de análise 114
5.2.1. Representações 115
5.2.2. Modelos 116
5.2.3. Memória social 117
5.3. Recorte empírico 118
6. Análise 125
6.1. Meio Ambiente 126
6.2. Turismo 130
6.3. Violência 135
6.4. Religião 139
6.5. Entretenimento/Fama 144
6.6. Economia 152
6.7. Saúde 159
6.8. Internacional 168
6.9. Sociedade/Comportamento 175
6.10. Esporte 183
6.11. Política 192
6.12. Retrospectiva 210
7. A memória social de Veja 231
7.1. Modelos de Veja 232
7.2. Conceitos-bases da memória 234
7.3. Memória social e memória oficial 236
8. Conclusão 239
9. Bibliografia 247
Índice de ilustrações 252

Introdução

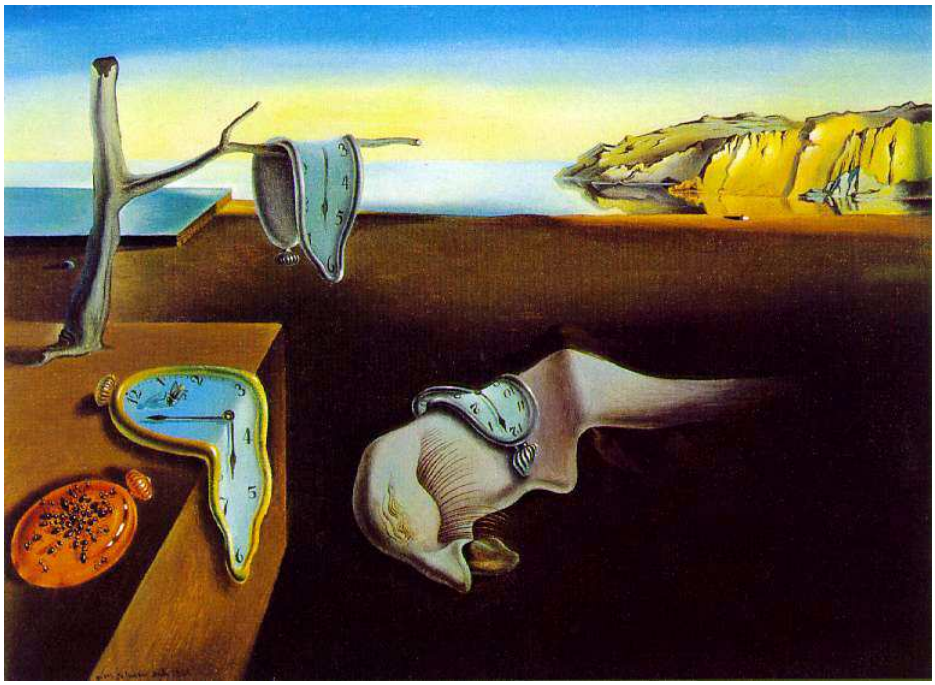


Figura 1: Pintura de Salvador Dalí, Acervo do MOMA, N.Y.

Esta tese começa com uma imagem. Assim como a memória. Os vários autores aqui referenciados que discutiram a formação, a essência e o papel da memória possuem em comum o fato de associarem a memória a uma imagem. A memória é por natureza imagética, formada por estas representações que povoam o nosso consciente e inconsciente. E para abrir este trabalho, nada melhor do que uma imagem. Mais especificamente um importante quadro de Salvador Dalì, *A Persistência da Memória*, sua mais famosa obra.

O pintor e maior expoente do surrealismo buscava criar associações imagéticas sem lógica em representações do inconsciente. Neste quadro temos quatro relógios, símbolos da passagem do tempo. Três deles estão derretidos. Ao dar forma fluída aos relógios (que na realidade são instrumentos rígidos), o pintor remete-os à inconstância do tempo, ressaltando a fugacidade da memória. O tempo que passa diferentemente segundo cada relógio (a hora marcada difere entre eles) está se desfazendo, derretendo-se aos poucos. Mas ao derreter, o relógio aumenta a distância entre as horas, fazendo com que o tempo se passe mais devagar. É um paradoxo o tempo que se desfaz ao mesmo tempo em que demora a passar. O que permite que o tempo permaneça, mesmo que continue a passar? A memória.

A memória é aquilo que persiste, conforme o próprio título do quadro já diz. Ela impede que o tempo passe, mesmo que ele continue a passar. Isso porque ela fixa, retém, permanece. Os relógios derretidos não são nem o tempo e nem mesmo relógios: são a memória. A memória é esta passagem do tempo que se alarga ao mesmo tempo em que se mantém. As horas que passam ao mesmo tempo em que não passam. De todos os relógios no quadro apenas um permanece sólido. Mas ele é atacado por formigas, recorrentes nas obras de Dalí como símbolo da decadência. O que poderia ser a decadência que ataca o tempo? Não o tempo fluído e maleável, mas o tempo sólido, estruturado, organizado? Se os relógios derretidos são a memória, o relógio coberto pelas formigas é o esquecimento. O tempo é corroído e muito do que se passa nunca mais será lembrado. Ao contrário do que acontece com a memória, o tempo esquecido não permanece. Como no quadro, memória e esquecimento encontram-se lado a lado, observados pela mosca do tempo que voa. O tempo passa e o que não é lembrado é esquecido.

As representações de uma imagem. A memória. O esquecimento. O quadro diz muito do que é esta tese: a análise de imagens para a compreensão da memória e uma tentativa de perceber aquilo que foi esquecido. Mas esquecido por quem? Por uma revista criada no Brasil em 1968 e que vende mais de um milhão de edições todas as semanas.

Seu nome já diz muito. Passando pela banca, o leitor quase escuta um grito, um pedido de atenção no imperativo: *Veja*. Os assuntos variam dos mais espetaculares aos mais banais. Imagens de personalidades, desenhos, montagens, acidentes: tudo é válido para instigar seu leitor, convidá-lo a "ver". E naqueles poucos segundos diante da capa somos de repente tomados, levamos no inconsciente aquelas imagens, aqueles discursos. Neste trabalho nos debruçaremos sobre as capas da revista *Veja* durante 40 anos: de 11 de setembro de 1968 até 11 de setembro de 2008.

Imaginemos um passante ao longo dos anos. Pensemos no brasileiro que desde a primeira edição olha para sua capa. O que ele poderia ter construído ao longo dos anos em sua memória? Como seria capaz de estabelecer relações e reconfigurar acontecimentos tão distintos como aqueles presentes na capa da revista? Em 2008, *Veja* completou 40 anos. Que memória pode ser verificada em suas capas?

A proposta desse trabalho é investigar a capacidade da mídia em produzir memória e representações sociais. Pretende-se olhar para essas representações midiáticas a partir das capas da revista *Veja* buscando perceber de que maneira elas se confrontam e se

completam. Que memória a revista mais vendida do Brasil foi capaz de construir ao longo dessas quatro décadas?

Para responder a esta pergunta elaboramos um percurso que se inicia com uma análise. O primeiro capítulo analisará o conteúdo da edição especial comemorativa de 40 anos da revista. Trata-se da única revista que a análise não se deterá apenas nas capas. Isso é feito porque é de nosso interesse compreender já de início que memória oficial é esta construída pela própria revista para, a partir daí, tentar perceber a memória formada pelas suas capas ao longo dos anos. Ao iniciar a pesquisa pela memória oficial e mais recente, tomamos conhecimento do contexto atual e das formas como a própria instituição olha para o seu passado, o que será importante para se ter em mente durante a análise, percebendo aquilo que nas capas se aproxima ou se afasta da memória que *Veja* produziu para si própria.

O capítulo seguinte conta a história da revista, caracterizando-a para que sua trajetória auxilie na compreensão das representações formadas em suas capas, ao mesmo tempo em que contextualiza os acontecimentos de cada uma das quatro décadas de existência. Assim é possível um entendimento mais profundo da instituição e das transformações pelas quais passou ao longo de tantos anos, acompanhando ou não as mudanças próprias da sociedade brasileira.

O terceiro capítulo busca justificar *Veja* enquanto instituição e sua capacidade em produzir memória. Para tal, articulamos os conceitos de instituição e memória e buscamos compreender o espaço discursivo próprio da instituição (suas categorias gráficas e os valores presentes em seu discurso) para entender o público para o qual aquele discurso é direcionado. Para a memória ser coletiva é necessário um grupo que a compartilhe, e através de algumas capas pretendemos perceber que grupo de leitores é esse para o qual a revista fala.

O capítulo quatro apresenta os fundamentos teóricos da tese. Os conceitos de mídia, memória, representação e acontecimento são discutidos para serem confrontados na produção do problema de pesquisa. O capítulo seguinte é metodológico, iniciando-se com os conceitos operadores da análise das capas: revista de informação, teatro da memória, semiótica plástica, análise do discurso e contextualização. Em seguida partimos para as categorias de análise e o recorte empírico.

O sexto capítulo é o da análise propriamente dita. Divididas no recorte empírico, as capas são agrupadas em grandes temas para terem suas representações compreendidas. O que se tira a partir desta análise é discutido no capítulo sete, quando

chegamos à memória produzida pelas capas de *Veja* e a comparamos com a memória oficial apresentada no primeiro capítulo.

E por fim chegamos ao capítulo sete com a conclusão, quando as descobertas desta tese são problematizadas e memória e esquecimento se encontram. O objetivo inicial deste trabalho foi olhar para trás e tentar perceber o Brasil e o mundo a partir das capas de uma importante revista (talvez a mais importante do país). Mas encontramos mais do que isso.

Para quem não viveu todos estes 40 anos, as capas trazem algumas revelações sobre personalidades, acontecimentos e contextos da época. Para quem viveu estes anos, é um momento de relembrar. Reencontrar rostos conhecidos e reconhecer alguns fatos que já estavam esquecidos. Além de uma análise comunicacional da relação entre a mídia e a memória social, esta tese pretende também ser uma volta ao passado. Uma viagem num tempo que derrete, mas que se mantém vivo porque nos recusamos a esquecer. É uma insistência para olhar para o passado e uma espécie de manifesto contra as formigas institucionais que insistem em corroer nossas memórias. Esta é a memória de *Veja*. Mas é também a memória de todos nós. Boa viagem.

1. 40 anos em revista

"A memória é a consciência inserida no tempo".

Fernando Pessoa

O número 40 aparece em dourado, dominando todo o quadro. Logo abaixo, a palavra "anos" tem a letra "o" substituída pela íris de um olho azul. Trata-se de um olhar para estes 40 anos, ao mesmo tempo em que convida o leitor para que "veja" este passado.

Figura 2: capa edição 2077, 09/2008

O olhar para estes 40 anos possui um dono claro: assim como o olho que estampa a capa, o título VEJA aparece também em azul. Trata-se da capa da edição especial de 40 anos da revista, lançada em setembro de 2008. A capa já traz os indícios de que este será um olhar para o passado muito restrito, recortado seguindo a visão da própria revista. A auto-celebração de *Veja* já demonstra sua própria percepção como uma instituição que merece ser comemorada e que possui poderes para apresentar sua própria versão do passado.

A revista abre com um editorial anunciando os motivos da comemoração: "*Esta Edição Especial de VEJA comemora os primeiros quarenta anos de história da revista com uma retrospectiva dos principais acontecimentos no Brasil e no mundo, com destaque para 1968, o ano da criação da revista, e 2008, quando os brasileiros*

finalmente começam a desfrutar da maturidade econômica, política e social conquistada no decorrer das quatro últimas décadas. Os valores que se pretendem ser reconhecidos como da instituição[1] *Veja* já surgem de maneira clara. *"É fundamental, para isso, que a revista seja independente, isenta, inteligente e responsável. Que não admita pressões de governos e governantes, amigos e inimigos, acionistas e anunciantes. Que busque a objetividade. E que esteja comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade. Nada mais oportuno, neste momento de celebração, que reiterar o compromisso permanente de VEJA com a transformação do importante em interessante, com a isenção e a responsabilidade jornalística, e com a defesa intransigente dos interesses do Brasil. Como escreveu o nosso fundador, meu pai, Victor Civita, nos dez anos da revista:* ***'O leitor sabe de que lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos mas certamente estimulantes anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã'****"* (grifos da revista).

O editorial é importante para a compreensão do que virá a seguir. A revista busca recuperar seu passado para reconstruí-lo de forma homogênea, sem transparecer qualquer tipo de "mudança de lugar". *Veja* constrói um passado atual: a lembrança é uma re-apresentação dos acontecimentos exteriores, que são localizados em referência ao tempo presente para serem lembrados de maneira coletiva e, dessa maneira, serem reconstruídos para os leitores de acordo com o olhar de *Veja*. Essa rememoração comemorativa/coletiva reforça os valores institucionais pretendidos, utilizando o passado para apresentar uma "identidade" única e imutável da revista ao longo de seus 40 anos.

1.1. Imagens de 40 anos

A escolha das imagens e o texto utilizado demonstram essa tentativa da instituição de um passado para o público, revelando valores em uma tentativa de construção de um sentido coletivamente distribuído. A revista apresenta, como início das comemorações, uma série de imagens ocupando duas páginas que representariam esses 40 anos de história. Essa seção é denominada "Imagens de 40 Anos" e abre com uma foto do líder estudantil do maio de 68, Daniel Cohn, cercado de policiais e fitando um deles com uma expressão jocosa.

---

[1] Tal qual foi caracterizada por Berger e Luckmann (1985), a instituição, apesar de estar sempre se atualizando, surge para nós como algo imutável, concreta em seus valores historicamente dados.

Figura 3: Daniel Cohn, p. 18-19

Entre várias fotos representativas do maio de 1968 (ano de criação de *Veja*), a revista escolheu uma de seu líder cercado pela polícia e com uma expressão descompromissada. O movimento estudantil representado na imagem é irreverente como se não devesse ser levado a sério. A "revolução" está cercada pela polícia e sorri em total falta de seriedade, em clara crítica da revista aos movimentos de esquerda. O texto, que aparece na parte inferior esquerda da imagem, reforça o sentido do movimento como "brincadeira" estudantil de tentar dar fim ao capitalismo. Com o título "Vermelho e Irreverente", conta que "*em maio de 1968, estudantes tomaram conta das ruas de Paris, para atacar o poder político, as instituições e o capitalismo, num movimento que se espraiaria por outras capitais européias e marcaria o imaginário juvenil. Seu líder: um cidadão alemão ruivo e rechonchudo, chamado* ***Daniel Cohn-Bendit***" (grifos da revista). Cohn é apresentado com ironia, é o líder que "*enfrenta policiais armado apenas de seu sorriso gaiato*".

Com essa imagem, a revista já abre suas comemorações dando o tom de toda a edição: a crítica à esquerda e aos movimentos anti-capitalistas, construindo uma memória voltada para seus interesses atuais, reconstruindo os acontecimentos a partir de seu imaginário próprio. A crítica ao esquerdismo continua no final do texto: "*Durante a década de 70, flanou pela Europa aproveitando a dolce vita que a aura de líder revolucionário lhe proporcionava (...) Trocou o vermelho pelo verde da ecologia e elegeu-se deputado do Parlamento Europeu – o emprego que todo revolucionário pediu a Deus*". Transformando a utopia revolucionária de 1968 em mero passatempo juvenil, *Veja* re-apresenta o passado a partir de seus valores atuais e dá um novo significado para a revolta dos estudantes naquela época da História.

Com o título “Os inventores do pop”, o texto que fala dos *Beatles* apresenta o grupo a partir de uma imagem que traz Paul McCartney, Ringo Starr, George Harrison e John Lennon em uma foto não posada, com os quatro sentados casualmente em uma cerca, olhando para direções diferentes.

Figura 4: The Beatles, p. 26-27

O texto associa os *Beatles* às drogas e ao misticismo e os coloca como representantes da nostalgia de uma época: é claro aqui, não apenas pelo texto, mas também na imagem nada glamourosa do quarteto, a escolha por uma lembrança de um passado nada idealizado, como se os anos 60 não fosse uma época melhor do que o presente – pelo contrário, para *Veja* manter seu discurso institucional de influência na luta por melhorias da sociedade, o mundo em que ela foi criada precisa ser pior do que o mundo em que ela completa seus 40 anos.

A década de 60 continua a aparecer, então, como uma época de utopias felizmente substituída por valores mais práticos e objetivos: “*Hoje, a beatlemania só sobrevive como nostalgia. Não parece casual que a banda tenha se desfeito em 1970: a dissolução dos Beatles foi o fim espiritual dos anos 60. ‘O sonho acabou’, decretou Lennon, assassinado por um maluco em 1980*”.

Com os anos 60 finalizados, a edição comemorativa passa a tratar dos anos 70, agora não como uma época que teve um fim, mas como local de surgimento de acontecimentos que reverberam ainda hoje. A revista apresenta a ascensão do aiatolá Khomeini e a repressão islâmica para justificar o radicalismo do Irã atual e também o apoio dos Estados Unidos aos combatentes afegãos contra a União Soviética como semente da Al Qaeda que viria a ser responsável pelos atentados de 11 de setembro

contra os próprios EUA. Um outro acontecimento em especial é tratado por *Veja* como algo que repercute ainda hoje.

Uma foto em preto e branco do então líder sindical Luis Inácio da Silva falando a uma multidão é completa por um texto intitulado "Nasce uma Estrela". O título apenas reforça a representação messiânica do futuro presidente na imagem: Lula aparece aí de maneira quase idealizada, ocupando todo o lado esquerdo da imagem, surgindo maior que o restante das pessoas, que fixam o olhar naquele homem com os braços abertos e as palmas das mãos viradas para cima.

Figura 5: Lula, p. 34-35

"*O estádio de Vila Euclides, em São Bernardo do Campo, no ABC paulista, nunca recebeu uma partida de futebol digna de nota. Mas foi naquele campo que um homem começou a entortar a lógica da política brasileira. O pobre, nordestino e iletrado* ***Luiz Inácio da Silva,*** *o Lula, emergiu como líder dos metalúrgicos do ABC no fim dos anos 70*" (grifos da revista). Em seguida, a imagem que a princípio poderia significar admiração, ganha outras conotações pelo texto, que associa Lula a um tipo de ator que atrai multidões, mas que está apenas representando um papel. "*O líder desse movimento mostrou, desde o início, a capacidade de mesmerizar a massa, de cativar a esquerda universitária – e de apresentar-se aos patrões como um sindicalista responsável, apesar dos discursos raivosos diante das platéias operárias. Na foto destas páginas, feita em 1979, em Vila Euclides, Lula discursa para um estádio lotado de grevistas. Ninguém mais fala, ninguém se move. Todos estão magnetizados pelo barbudo*". Lula é re-apresentado como alguém que lida de uma maneira com seu

público e de outra com seus colegas (e suas boas atuações são as responsáveis pela sua imensa popularidade).

A revista aproveita ainda para mostrar como a trajetória de Lula foi mudando com o tempo, e a luta pelos direitos dos trabalhadores acabou se transformando em luta pelo poder: "*Em pouco tempo, a reivindicação sindical se transformaria em luta político-institucional. Lula fundou o Partido dos Trabalhadores e decidiu que, em vez de enfrentar o governo, queria ser o governo. Candidato à Presidência da República, perdeu três disputas antes de ser eleito, em 2002. Hoje, está à frente de uma das administrações mais bem avaliadas da história, apesar dos escândalos de corrupção*". O elogio ao presidente vem acompanhado da lembrança dos escândalos de corrupção (sem procurar explicá-los) e o texto termina com o tema da reeleição: "*Nos próximos meses, Lula enfrentará sua última tentação: sairá do cargo no fim de 2010, obedecendo à Constituição, ou, hipnotizado também pela própria imagem, embarcará na aventura de um terceiro mandato? Ele continua a jurar que a segunda hipótese não existe*". A imagem que ilustra o acontecimento ganha mais uma vez um significado diferente: Lula possui uma "atuação" magnetizante para seu público e até para ele mesmo, em uma sugestão de vaidade que pode levá-lo a não mais querer sair do poder (como foi comum aos ditadores históricos e ao atual Hugo Chavez).

Lula vai reaparecer ainda em uma imagem de 1984, tratando das Diretas Já. O título "No mesmo palanque" se refere ao movimento que uniu diversos políticos para uma mesma causa. "*A foto destas páginas mostra o palanque onde foram feitos os discursos naquele dia. Três dos que aparecem na imagem viriam a ser eleitos para a Presidência da República: Lula (à esquerda, ainda na versão "sapo barbudo"), Tancredo Neves (com um braço erguido, ao lado do microfone) e Fernando Henrique Cardoso (do lado direito, batendo palmas). Entre eles, da esquerda para a direita, aparecem Ulysses Guimarães, Orestes Quércia, Leonel Brizola e Franco Montoro, além do locutor esportivo Osmar Santos, mestre-de-cerimônias do evento*".

Figura 6: palanque, p. 40-41

Mais uma vez a imagem é tão ou mais reveladora do que o texto. Entre todos os políticos, Lula aparece claramente destacado. Com a barba mal feita, o cigarro na boca, os olhos cerrados, e a camisa amassada e manchada, ele surge desleixado com relação à importância do momento político do país. O corte da fotografia coloca, ainda, Lula em uma ponta (esquerda) em oposição a Fernando Henrique Cardoso (à direita). FHC também aparece destacado do restante dos políticos, mas nesse caso ele está separado espacialmente deles, como alguém diferente, que não se deve misturar com o restante do grupo.

Enquanto todos erguem os braços em conjunto, Fernando Henrique apenas olha e aplaude, em uma posição claramente superior. O texto encerra falando que "*depois que o Brasil finalmente retomou as eleições diretas para a Presidência, em 1989, os personagens da foto nunca mais voltariam a dividir o mesmo palanque*". Aqui a memória da revista faz a escolha de separar Fernando Henrique do restante dos políticos do país e colocar Lula em uma posição desprivilegiada.

Os anos 80 são encerrados pela revista com a queda do Muro de Berlim. O título "Derrubado pela História" já revela as intenções de mostrar o acontecimento como resultado de uma política fadada ao fracasso.

Figura 7: muro de Berlim, p. 58-59

A imagem traz as pessoas à volta e sobre o muro, em um movimento pacifista que, segundo a revista, tornou-se o marco simbólico do fim do comunismo. "*Com seu histórico de milhões de mortos, a União Soviética desmanchou-se no ar dois anos depois. Imaginava-se que o pesadelo comunista estaria definitivamente encerrado, mas ele resiste em grotões como Coréia do Norte e Cuba, além de contar com uma sobrevida exclusivamente política no autoritarismo chinês. Como não poderia deixar de ser, o velho monstro ainda mostra sua renitência no cemitério de idéias chamado América Latina, em especial no 'socialismo bolivariano' que Hugo Chávez quer implantar na Venezuela. Parafraseando o pai da besta, Karl Marx, é a história repetindo-se como farsa*".

O texto revela uma série de valores da revista que são essenciais para seu fortalecimento enquanto uma instituição jornalística com 40 anos de história. Ligada ao seu presente, a memória busca o passado para fazer referência aos acontecimentos atuais, comparando o governo de Hugo Chavez com os "milhões de mortos" da URSS. Além disso, a América Latina é chamada de "cemitério de idéias", o que agrega valor ao fato de que a Veja (uma revista latino-americana) "esteja comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade" (conforme escrito em seu editorial).

A democracia e o capitalismo aparecem como a culminação de uma evolução natural da história. Os anos 2000 surgem como uma década melhor por ter deixado o comunismo para trás. Com o título "o Muro e a mala", o ex-presidente da U.R.S.S., Mikhail Gorbachev aparece em um carro olhando pela janela os restos do muro de Berlim. "*Na foto destas páginas, datada de 2007, Gorbachev aparece em campanha*

publicitária da grife de luxo Louis Vuitton, símbolo do capitalismo globalizado, olhando o que restou do muro berlinense que ajudou a derrubar. A história, quando não se repete como farsa, se desenrola como ironia".

Figura 8: Gorbachev, p. 70-71

A série de imagens apresentadas pela revista fazem referência a mudanças do mundo que a revista teria assistido e ajudado a acontecer. Para apresentar-se como instituição isenta e com valores voltados para a liberdade e a justiça, *Veja* precisa, em sua memória tornada pública, apresentar esses valores através das escolhas na construção de sua lembrança.

Aqui percebemos os anos 60 como uma época de ingenuidade que foi ultrapassada pelo progresso das idéias - e não por acaso *Veja* surge no final dos anos 60, ou seja, como uma das forças dessa mudança do mundo da quebra da ingenuidade. Os anos 70 (década da consolidação da revista) aparecem como época do surgimento de acontecimentos que ainda não terminaram, tendo importância até hoje (como a própria *Veja*). Assim como os anos 80, que tratam de acontecimentos também ligados ao presente, como sínteses representativas do que ainda se vê hoje em dia. Os anos 90 e 2000 aparecem como final de uma jornada vitoriosa contra mentalidades ultrapassadas e regimes violentos. A memória de 40 anos da revista *Veja* é representada em imagens cuidadosamente escolhidas para construir um passado público que se atrela aos objetivos de Veja enquanto instituição.

1.2. O que disse Veja

Em um segundo momento, essa "liga" entre o atual e o passado é escancarado na seção "1968", quando a revista re-apresenta acontecimentos para dar um sentido único

aos valores institucionais, trazendo trechos de matérias publicadas na época dos acontecimentos originais fora do contexto e como se dividisse o mesmo sentido atual. O passado é aí re-apresentado em forma de atualidade, em claro objetivo da instituição de demonstrar um passado único, ligado aos valores atuais. As frases entre aspas são colocadas em relação ao presente da revista, e não ao contexto do passado em que foram escritos. As escolhas dos trechos são reveladoras dessa tentativa de uma memória institucional conservadora, mesmo que a revista anteriormente tenha tido opiniões diversas a respeito de um mesmo acontecimento.

A abertura da seção reafirma a ausência de nostalgia com relação aos anos 60. "*A nostalgia que reveste o ano de 1968 ultrapassa a geração que nele viveu parte da juventude. Transmitiu-se, como um vírus, a quem ainda era criança ou nem mesmo tinha nascido há quarenta anos. A explicação para esse fenômeno está na propaganda da visão de esquerda segundo a qual, em 1968, parecia possível 'transformar o mundo'*".

Abaixo de uma imagem produzida a partir de fotografia em preto e branco formando os números 1968 em um fundo vermelho, o texto utiliza dados para desfazer essa nostalgia e apontar que o futuro é melhor do que o passado. "*Não, não é preciso ter saudade do Brasil de 1968, como se verá nas próximas páginas. O que houve de bom naquele ano é o que há de bom em todos os anos: o trabalho de milhões de cidadãos, que, a despeito de todas as dificuldades, querem entregar um presente – e um futuro – mais luminoso a seus filhos. São esses cidadãos que constroem um país e que, verdadeiramente, transformam o mundo*".

Dentro da seção, a matéria "O Movimento Estudantil" é exemplar na re-escritura dos acontecimentos pela memória institucional. "*Além do esquerdismo, outro problema dos estudantes em 1968 era que eles se deixavam guiar por líderes como Vladimir Palmeira, Luís Travassos e José Dirceu, imersos em projetos personalistas. Para essa turma, o essencial era consolidar e ampliar a própria influência*". O acontecimento passado surge mais uma vez atual: a revista aproveita-se dos escândalos recentes envolvendo o ex-presidente do PT, José Dirceu, com relação ao "mensalão" para criticá-lo a partir de ações estudantil cometidas 40 anos antes.

Dirceu aparece em foto preto e branca sorrindo, barba por fazer e com olhar despreocupado (lembrando, inclusive, a expressão de Daniel Cohn apresentada anteriormente, reafirmando o "rosto" da liderança de esquerda dos anos 60). Com o

título “A Escola de Dirceu”, é apresentado um breve perfil a partir de informações retiradas de edições passadas e fora de seu contexto.

Figura 9: Dirceu, p. 103

“*José Dirceu é um homem de múltiplos talentos. Já foi deputado federal, presidente do PT, ministro da Casa Civil e chefe dos mensaleiros. Hoje, é um consultor empresarial quentíssimo, embora não diga quais clientes costuma atender. Sua ‘vida profissional’ – por assim dizer – começou no movimento estudantil. Ele foi um dos personagens mais citados por VEJA em 1968. Seu grande feito foi liderar os esquerdistas na estúpida batalha da Rua Maria Antônia, em São Paulo, que opôs estudantes do Mackenzie aos da Filosofia da USP e terminou com um rapaz morto. O líder, é claro, não sofreu nenhum arranhão*”. O movimento estudantil que lutou contra o regime militar é resumido à figura de Dirceu em uma narrativa de lembrança organizada a partir de fatos passados re-apresentados para modificar a representação atual do então líder de esquerda.

A matéria faz uso de um artifício presente em toda essa seção: a utilização de um texto de apoio chamado “O que disse Veja em 1968”. Nesse texto, um trecho de uma reportagem da época é republicado entre aspas e fora de seu contexto. Além da utilização de frases escolhidas para reafirmar os valores da revista (mesmo que na época em que foram publicadas essas mesmas frases pudessem fazer referência a valores diferentes), ao fazer uma citação de si mesma a própria revista demonstra sua auto-percepção como instituição, com poder histórico para se apresentar como fonte documental. “***O que disse VEJA em 1968: ‘****O presidente da ex-UEE, José Dirceu, dorme cada noite numa casa diferente, passa o dia todo entre seus colegas, na Faculdade de Filosofia de São Paulo, e quando sai está sempre armado e protegido por*

dois guarda-costas. (...) Seu nome é o primeiro da lista de estudantes que o Dops quer prender'".

Fora de seu contexto, um trecho da matéria que pudesse ser entendido em seu contexto como elogiosa (afinal, a revista se apresentava contra a ditadura, e dizer que alguém é o mais procurado pela o regime militar podia ser entendido como fonte de admiração) é transformado em crítica a José Dirceu.

As escolhas institucionais de memória ficam mais claras quando, na página 123 (20 páginas após a matéria sobre Dirceu), na seção "Gente", Fernando Gabeira, também envolvido na luta de esquerda contra a ditadura e um dos responsáveis pelo seqüestro do embaixador americano Charles Burke Elbrick, é apresentado de maneira positiva: "*Preso e exilado, voltou ao Brasil em 1979, como um apóstolo da liberação de modos e costumes, período do qual faz parte a inesquecível tanga de crochê. No mesmo ano, lançou o livro O que É Isso, Companheiro?, um relato delicioso de sua participação no seqüestro de Elbrick e que sagrou sua ruptura com a esquerda careta. Fundador do Partido Verde, Gabeira é um dos deputados mais atuantes (no bom sentido) do Congresso, um exemplo de conduta impecável. Agora, aos 67 anos, ele quer ser prefeito do Rio*". Nesse caso, fica claro que a memória institucional produz sentido a partir de escolhas baseadas em seus valores presentes.

1.3. Memória de 40 anos

Segundo Paul Ricoeur (2007), a representação do passado é sempre associada a uma imagem: representamos um acontecimento passado. Essa noção de representação sempre colocou uma dificuldade de dissociação entre memória e imaginação. A transformação da lembrança em imagem não passaria por um processo ligado ao imaginário?

A lembrança vem do agente da impressão, a estimulação externa. Mas o movimento de recordação como uma busca ativa tem início em nós mesmos: os atos de recordação se dão por uma sucessão que varia conforme a necessidade ou o hábito. O ponto de partida para a recordação é escolhido. Ricoeur insiste no "privilégio concedido espontaneamente aos acontecimentos, dentre todas as 'coisas' que nos lembramos" (Ricouer, 2007, p. 41). A coisa lembrada é identificada a uma acontecimento singular.

"O acontecimento é aquilo que simplesmente ocorre. Ele tem lugar. Passa

> e se passa. Advém, sobrevém.(...) ou resulta de algo anterior conforme a causalidade necessária ou procede da liberdade, conforme a causalidade espontânea. No plano fenomenológico, no qual nos situamos aqui, dizemos que nos lembramos daquilo que fizemos, experimentamos ou aprendemos em determinada circunstância particular" (Ricouer, 2007, p. 42).

Edward Casey, na tentativa de compreender a memória para além da dimensão reflexiva (que relaciona a lembrança essencialmente ao espírito), propôs três modelos mnemônicos situados entre a reflexividade e o mundo exterior. *Reminding* apóia-se em pontos exteriores que provocam a recordação; *reminiscing* é a revivência do passado de maneira coletiva, através da evocação do outro para relembrar em conjunto e *recognizing* que é o reconhecimento da coisa como ao mesmo tempo ausente (não-presente) e anterior (no passado): lembrança é re-apresentação, faz referência ao atrás e ao novo. Nessa tentativa de localizar a memória na interseção entre a mente interior e o mundo exterior, surge a comemoração como representante dessa memória pública em sua luta contra o esquecimento.

> "Não há efetuação ritual sem a evocação de um mito que orienta a lembrança para o que é digno de ser comemorado. As comemorações são, assim, espécies de evocações, no sentido de reatualização, eventos fundadores apoiados pelo 'chamado' a lembrar-se que soleniza a cerimônia – comemorar, observa Casey, é solenizar tomando seriamente o passado e celebrando-o em cerimônias apropriadas" (Ricouer, 2007, p. 60).

A comemoração é mais uma tentativa de representação da memória e, no caso de *Veja* aqui apresentado, essa representação é dada pelas imagens de acontecimentos. A imagem é mais próxima do imaginário quando se refere à memória do que da mimese, o que permite que Ricoeur afirme que a ressurreição do passado seja concretizada em público de forma quase alucinatória. "A escrita da história partilha dessa forma das aventuras da composição em imagens da lembrança sob a égide da função ostensiva da imaginação" (Ricouer, 2007, p. 70).

A memória representada na comemoração aparece dessa forma ligada à imaginação, voltada para escolhas da instituição que não dizem da mimese, mas do imaginário que a instituição se baseia e pretende confirmar. A edição de comemoração dos 40 anos da revista *Veja* revela, então, traços de sua instituição e como pretende ser lembrada e reconhecida.

Nos exemplos aqui coletados, a revista *Veja* utiliza uma memória pública para reforçar seus valores. Apesar de passar por mudanças editoriais ao longo de seus 40 anos, a revista precisa se apresentar com uma unidade para que seus valores sejam compreendidos de maneira histórica e coletivamente compartilhados. O acontecimento é apresentado como único: não são vários acontecimentos que se apresentam ao longo dos anos, mas um único acontecimento vai reverberando por esta edição de *Veja*, que o re-apresenta como homogêneo, organizado pela sua memória.

O cuidado para não ser nostálgica com os anos 60 é revelador de sua tentativa de se colocar, enquanto instituição, como a revista que participou das mudanças para que o mundo em que ela surgiu se encontre melhor do que era 40 anos antes. Como instituição, *Veja* produz uma história para si própria onde reafirma seus valores do presente como se fizessem parte de suas características desde seu surgimento.

2. História de Veja

"A história do mundo é o julgamento do mundo".

Friedrich Schiller

Roberto Civita queria ser físico. O italiano que chegou ao Brasil aos 13 anos de idade em um sábado de carnaval de 1950 havia passado a infância nos Estados Unidos, onde adorava ler *Life* e *Reader's Digest*. Fascinado pelas descobertas atômicas noticiadas pelas revistas, ao término do colegial mandou seu histórico escolar para as melhores faculdades americanas de Física.

Foi aprovado em todas. Na faculdade de Rice, no Texas, tirou uma nota baixa logo em seu primeiro ano: 43 em 100. Desistiu do curso e tentou transferência para outras universidades, sendo aceito pela da Pensilvânia. Lá fez dois cursos: Jornalismo e Finanças e Comércio.

No último ano de Jornalismo, conseguiu um estágio de dezoito meses na revista *Time*. Civita passou dois meses em cada departamento: Planejamento, Comunicação, Publicidade, Circulação, Assinaturas, Redação e Distribuição. Fazia de campanhas publicitárias a matérias jornalísticas. No fim do estágio, foi convidado para ser vice-diretor de operações da *Time* em Tóquio.

Feliz, ligou para São Paulo para dar a boa notícia ao pai. Victor Civita não quis saber do filho no Japão e mandou que voltasse para o Brasil. Roberto não gostou da ideia, mas com o tempo começou a pensar na diferença que seu conhecimento, adquirido durante aquele estágio, poderia fazer na pequena editora de seu pai no Brasil, conhecida principalmente por publicar a revista do Pato Donald.

A editora ganhou o nome de Abril por se tratar do mês que começa a primavera na Europa, e o pai de Roberto queria uma empresa otimista e produtiva, tendo como seu símbolo uma árvore representando a fertilidade. Quando desembarcou em 1958 no porto de Santos para reencontrar o pai Victor Civita, Roberto não tinha mais dúvidas sobre o que queria fazer: uma *Time* brasileira.

Anos 1960

O ano de 1968 foi um dos mais conturbados da História recente[2]. Na França, estudantes da Sorbonne realizaram assembléias em Paris, protestando contra o governo

[2] A contextualização histórica deste capítulo foi feita a partir de uma retrospectiva apresentada pelo Jornal

de Charles de Gaulle. Nos Estados Unidos, o líder negro Martin Luther King e o senador Robert Kennedy foram assassinados. No Brasil, no mesmo dia da morte de Luther King, faleceu o jornalista Assis Chateaubriand, em meio a um período de intensa conturbação política no país. O governo militar tornava-se cada vez mais repressor, e os movimentos estudantis protestavam contra o regime, culminando na Passeata dos 100 Mil. A atriz Norma Bengel foi seqüestrada e espancada e muitos morreram em confronto com a polícia. Os protestos foram proibidos no país e 68 municípios foram proibidos de ter eleição para prefeito. Em meio à repressão política, Roberto Civita insistia na mais improvável das idéias naquela época, uma revista de informação semanal brasileira.

Pelos cálculos feitos no primeiro semestre de 1968, a nova revista deveria vender entre 100 e 150 mil exemplares por semana, no mínimo, para se manter. Durante a criação do projeto, não apenas Roberto, mas também seu pai e o diretor de redação Mino Carta estavam certos do sucesso. Afinal, as vendas milionárias da *Realidade* mostravam que uma boa revista de informação tinha seu espaço garantido entre os leitores. Foi feita uma campanha de marketing até então inédita: no domingo anterior ao lançamento da revista, todas as emissoras de televisão do país em rede única transmitiram às 22 horas imagens de produção da revista.

Veja foi lançada em setembro de 1968. A previsão era que vendesse 700 mil exemplares semanais em banca e a revista vendeu 650 mil. Nunca foi cogitado vender assinaturas. Mas após a euforia da novidade, os leitores não quiseram saber da "*Time* brasileira": do número um para o número dois, *Veja* perdeu 420 mil leitores. Rapidamente, a tiragem caiu para 100 mil exemplares. A revista era uma aposta, uma novidade lançada em um momento conturbado.

> "Dentro da própria Abril, surgiram dezenas de propostas para modificar VEJA, aumentar seu formato, acrescentar fotos coloridas, introduzir colunistas famosos e assim por diante. Mais uma vez a tenacidade se fez presente numa frase bem-humorada de Victor Civita: 'O público está errado, a revista está certa. Vamos insistir'" (Revista Veja, 23 de maio de 1980, p. 05).

---

do Brasil: *Jornal do Século*. Rio de Janeiro, dezembro de 2000. Com relação à história de *Veja*, as fontes foram o livro *Notícias do Planalto*, e editoriais e edições comemorativas da própria revista, além do blog do Luís Nassif e entrevistas com Mino Carta.

No final do ano, Chico Buarque e Tom Jobim foram vaiados ao vencerem o 3º Festival da Canção com a música Sabiá (o preferido do público era Geraldo Vandré, com Para Não Dizer que Não Falei das Flores) e no dia 13 de dezembro, foi decretado o Ato Institucional Nº 5, que viria a reforçar a censura, cassar mandatos e fechar o Congresso.

Figura 10: capa ed. 12, 27/11/68

No início de 1969, a tiragem de *Veja* já havia caído para 70 mil exemplares semanais. As mudanças políticas e sociais continuavam. Se o Festival de Woodstock pregava a paz e o amor livre nos Estados Unidos, a Guerra do Vietnã continuava a acontecer, e na França De Gaulle renunciava ao cargo de presidente. A atriz Sharon Tate foi assassinada pelo psicopata Charles Manson e Yasser Arafat tornou-se líder da Organização para Libertação da Palestina. No Brasil, o embaixador dos Estados Unidos Charles Elbrick foi seqüestrado por militantes e Caetano Veloso, Chico Buarque e Edu Lobo se exilaram, enquanto o semanário humorístico *O Pasquim* foi lançado, fazendo sucesso com sua mistura de sátira política e crítica social e cultural.

Bem diferente do que acontecia com a *Veja*. Todo o lucro da Editora Abril passou a ser consumido pela revista, que dava prejuízo atrás de prejuízo. Durante esta época, o único sucesso de vendas havia sido a edição especial sobre a chegada do homem à lua. No dia 20 de julho, Neil Armstrong se tornou o primeiro homem a pisar na lua, e ganhou a capa de *Veja* com a manchete "Chegaram". Outro que ganhou a capa da revista foi o jogador de futebol Pelé, após fazer seu milésimo gol, chamado de "o herói dos super-heróis" pela revista.

Ainda perdida sem encontrar um estilo próprio e enfrentando as dificuldades de jornalistas que não faziam idéia de como se escrever para uma revista semanal de informação, *Veja* encontrou seu foco editorial durante a crise da sucessão do presidente Costa e Silva em 1969. De dezessete capas seguidas, apenas três não eram políticas.

Em um período de censura, temas políticos eram espinhosos e poucas notícias eram divulgadas com alguma novidade sobre o assunto. Neste "nicho", *Veja* encontrou seu lugar. Para dar conta de furos em uma época de dificuldade para se obter informações, foi desenvolvida, entre setembro e dezembro de 1969, a concepção de "trabalho em equipe". Ao contrário das revistas de informação americanas, em que o

redator é mais privilegiado do que o repórter, *Veja* trabalhava em equipes com o chefe sendo também um repórter, com vários jornalistas apurando ao mesmo tempo e com o texto escrito e modificado em conjunto. A ousadia trouxe o respeito de novos leitores pela revista, mas provocou várias apreensões de suas edições em banca (como na época não havia assinatura, bastava a apreensão em banca para *Veja* sair de circulação).

Em maio de 1969, Mino Carta apresentou uma proposta de mudança para melhorar a vendagem de *Veja*. Ele propunha que, a partir da edição 39, a revista abriria com quatro páginas de entrevista com uma figura de importância (a inspiração eram as longas entrevistas da *Playboy*). Por sugestão de Roberto Civita, o papel usado nas páginas da entrevista deveria ser diferente daquele usado no miolo, talvez ocre ou bege. "Havia, no entanto, disponibilidade de um papel amarelado.Quando o estoque acabou, as 'amarelinhas' já eram um nome e uma colocação disputados por pessoas importantes, e assim foi mantida a idéia da cor, embora numa tonalidade mais forte e aplicada sobre o papel normal da revista" (Revista Veja, setembro de 1972, p. 14).

No dia 10 de dezembro de 1969, *Veja* lançou, após um longo período de apuração, uma matéria em que foram levantados mais de 150 casos de tortura pelo regime militar no Brasil (três deles contados em detalhes). Saiu uma ordem do presidente Médici proibindo na imprensa qualquer referência ao assunto tortura e, para que a revista pudesse chegar às bancas, o diretor de redação Mino Carta mandou desligar os telefones da redação da revista para que esta ordem não chegasse e a edição sobre as torturas pudesse sair. E mais uma vez a revista foi recolhida nas bancas.

Figura 11: capa ed. 94 , 24/06/70

Anos 1970

As poucas vendas continuaram no ano seguinte. E *Veja* passou a ser censurada dentro da redação, com os censores indo até a editora Abril e lendo a revista antes da edição ser lançada. 1970 começou com o fim dos *Beatles*, anunciado por Paul McCartney em abril. Dois meses depois, o Brasil conquistou o tricampeonato mundial de futebol na Copa do Mundo do México, ao som da popular e

ufanista marchinha *Pra Frente Brasil*[3]. No rock, morreram Janis Joplin e Jimi Hendrix por overdose. No ano seguinte, Jim Morrison e Coco Chanel também viriam a falecer, assim como o líder do Movimento Revolucionário 8 de outubro, Carlos Lamarca, morto pelos militares enquanto descansava à sombra de uma árvore. *Veja* continuava a fazer suas matérias políticas, buscando escapar da censura, mas sem alcançar ainda o sucesso tão esperado pela editora.

Em 1972, Caetano Veloso e Gilberto Gil retornaram do exílio e Emerson Fittipaldi se tornou o primeiro brasileiro a ser campeão na Fórmula 1. Nos Estados Unidos, explodiu o escândalo do Watergate e na Cordilheira dos Andes um acidente de avião levou 16 membros da delegação de rúgbi uruguaia a sobreviverem graças à ingestão da carne dos passageiros mortos. Nos Jogos Olímpicos de Munique, 11 integrantes da delegação israelense foram mortos dentro da Vila Olímpica por terroristas da organização Setembro Negro, que lutava pela Libertação da Palestina.

1973 assistiu à premiação do filme *O Poderoso Chefão* (The Godfather, Francis Ford Coppola, 1972) no Oscar e à recusa de Marlon Brando pelo prêmio de Melhor Ator, alegando um protesto à forma como os índios eram representados no cinema e na televisão. Um incêndio iniciado no banheiro da classe turística de um avião da Varig matou 122 pessoas e seria o responsável para que, no futuro, fosse proibido fumar dentro de aviões em todo o mundo. No Chile, o golpe de Estado levou à morte do presidente Salvador Allende e à chegada ao governo do general Augusto Pinochet. Aos poucos a *Veja* ia adquirindo algum respeito e credibilidade, mas isso em nada influenciou as vendas. Foi apenas no ano de 1974 que a revista começou a dar lucro. A chave estava na venda de assinaturas.

Em *Notícias do Planalto* (1999), Mario Sergio Conti apresenta uma curiosa história a esse respeito. Na época não se vendiam assinaturas de revistas porque os jornaleiros do Rio de Janeiro e de São Paulo não deixavam. Se uma publicação tinha assinatura, o jornaleiro a escondia na banca, colocando atrás da concorrente. Assim, a revista não vendia mais nenhum exemplar.

A maioria dos donos de banca nas duas cidades eram italianos, e Roberto Civita organizou uma reunião com eles. Explicou que *Veja* era sua revista preferida e também a de seu pai. E então pediu permissão para poder vender assinaturas dela, pois esta seria a única forma de salvá-la.

---

[3] *Noventa milhões em ação/Pra frente Brasil/Do meu coração/Todos juntos vamos/Pra frente Brasil/Salve a seleção* (Miguel Gustavo)

Em troca da permissão, prometeu que nos próximos dez anos, nenhuma outra publicação da Abril teria assinaturas. Todos concordaram. *Veja* começou a ter seus primeiros assinantes em cursinhos pré-vestibulares e universidades. Com os garantidos leitores, finalmente começou a dar lucro. E a editora Abril passou dez anos sem fazer assinatura de outra revista sua.

O ano de 1974 teve início com o maior incêndio já ocorrido em São Paulo. O fogo destruiu 18 dos 25 andares do Edifício Joelma, onde estavam mais de mil pessoas. Em Portugal, no dia 25 de abril, uma multidão com cravos nas mãos tomou as ruas de Lisboa para comemorar o fim dos 46 anos de ditadura iniciada por Oliveira Salazar, enquanto nos Estados Unidos o Caso Watergate obrigou o presidente Richard Nixon a renunciar. No Brasil foi inaugurada a ponte Rio-Niterói e um surto de meningite provocou o cancelamento dos Jogos Pan-Americanos de São Paulo.

Veja entrou o ano de 1975 buscando apresentar ao seu assinante os principais fatos do país e do mundo. A morte do general Francisco Franco, na Espanha, levou a um país dividido, que passou a ser governado pelo príncipe Juan Carlos até que fossem organizadas as eleições presidenciais. O jornalista Vladimir Herzog, de São Paulo, foi torturado até a morte, apesar do boletim médico do DOI-Codi afirmar que teria se matado enforcado. Angola deixou de ser colônia de Portugal e João do Pulo bateu o recorde mundial do salto triplo.

1976 apresentaria ao mundo a perfeição da ginasta Nadia Comaneci nas Olimpíadas de Montreal. No Brasil, o destaque ficaria para o avassalador sucesso do filme *Dona Flor e Seus Dois Maridos* (Bruno Barreto, 1976) e para morte a do ex-presidente Juscelino Kubitschek, que ganhou uma edição especial de *Veja*. Mas a grande surpresa da revista naquele ano viria no ramo editorial. Mino Carta, um de seus fundadores, havia criado uma nova revista de informação. *Isto É* foi lançada com o claro objetivo de concorrer diretamente com *Veja*, seguindo a mesma estrutura da "Time brasileira" e também apostando no noticiário político.

Em uma entrevista para a jornalista Adriana Souza Silva do AOL em abril de 2004 e na revista Carta Capital de 03 de setembro de 2010, Mino Carta explica os motivos que o levaram a sair de *Veja* em 1976. A revista sofria grande censura por parte do governo militar, e ao mesmo tempo tentava um empréstimo de 50 milhões de dólares com a Caixa Econômica Federal. O empréstimo era fundamental para *Veja* se livrar de dívidas contraídas no exterior e no país ao longo de seus anos de existência. A Abril ofereceu garantias suficientes e a Caixa Econômica aprovou o pedido, que precisava ser

autorizado pelo ministro da Justiça. O presidente Geisel negou o empréstimo, a não ser que *Veja* se livrasse de Carta.

> "Nesta altura, fiquei penalizado com a situação deles. Em julho de 1975, falei para o Civita: 'Eu saio. Durante dois ou três meses, fico por trás do pano, até as coisas ficarem bem. Depois, posso chefiar as sucursais da editora Abril na Europa. Para mim está ótimo'. Ele não quis. Então, depois de uma semana, voltei a falar com ele: 'Bem, se é para eu ficar aqui na Veja, vou continuar fazendo meu papel. Não vou ceder [à censura]'. Ele respondeu que tudo bem. Então, como primeira medida, eu chamei o Plínio Marcos para fazer uma coluna de esportes, na qual você pode imaginar o que ele falava. É isso. Depois ofereci emprego a uma pessoa que fazia parte do grupo do Vladimir Herzog. E voltei a falar com o Civita, que me perguntou o porquê de eu não tirar férias. Eu disse: 'Está bem, eu tiro'. E durante as minhas férias, eles se animaram. Quando eu voltei, o Civita me disse que eu tinha de mandar embora o Plínio Marcos. Eu respondi: 'Não mando. Se tiver de mandar embora o Plínio Marcos, você me manda embora junto com o Plínio'. E ficou aquele 'mando', 'não mando' até que eu saí" (Carta, 2004).

O jornalista resolveu sair antes de ser mandado embora e, segundo ele, a censura abrandou em seguida. *Veja* teria, a partir daí, assumido um jornalismo menos crítico ao governo:

> "Tirei o meu modesto time de campo antes da expulsão. Pela elementar razão de que me recusava a negociar minha saída. Quem sabe levasse um bom dinheiro, espécie de comissão sobre o empréstimo da Caixa a ser concedido juntamente com o fim da censura. Ocorre que não queria um único, escasso centavo saído dos bolsos de Victor e Roberto Civita" (Carta, 2010).

Além da concorrência entre as revistas, o restante da década acompanharia pelas páginas dos jornais e, claro, de *Veja* e *Isto É*, a morte do cantor Elvis Presley (1977), a revogação do AI-5 (1978), o aparecimento de Luís Inácio Lula da Silva como líder operário (1978), a anistia dos perseguidos políticos no Brasil (1979) e a invenção do walkman (1979).

Anos 1980

1980 começou com um show de Frank Sinatra no Maracanã, passou pela visita do papa João Paulo II por 13 cidades brasileiras e terminou com a fundação do Partido Solidariedade por Lech Walesa na Polônia e com a eleição de Ronald Reagan como presidente dos Estados Unidos.

Nos anos 80, *Veja* alcançou o título de revista mais vendida e mais conhecida do país. Com o abrandamento da repressão militar no país, houve mais liberdade para tratar dos acontecimentos políticos brasileiros, como o atentado a bomba do Riocentro em 1981. No mesmo ano ocorreram atentados a tiro contra o presidente dos Estados Unidos Ronald Reagan e com o papa João Paulo II. No cinema, o filme *Pixote, A Lei do Mais Fraco* (Hector Babenco, 1981), fez sucesso fora do país, e o casamento do príncipe Charles da Inglaterra com Diana Spencer atraiu a atenção do mundo todo. Em 1982 chegou ao fim a Guerra das Malvinas, a favorita seleção brasileira foi eliminada da Copa do Mundo da Espanha pela Itália e a Aids, que até então parecia restrita aos gays, teve um surpreendente aumento de contaminação, atacando mulheres e crianças. 1983 presenciou o roubo da Taça Jules Rimet no Brasil e o lançamento do primeiro cd com músicas brasileiras.

Figura 12: capa ed. 904, 05/02/86

A campanha pelas Diretas Já, o assassinato de Indira Ghandi, e o lançamento do Macintosh pela Apple marcaram o ano de 1984. A década chegou à metade com a morte de Tancredo Neves, com a polêmica das pirâmides construídas no pátio do museu do Louvre e com a divulgação da morte da primeira celebridade vítima da Aids: o ator Rock Hudson.

Chernobyl, Challenger e Halley. Três nomes internacionais tornaram-se comuns para o brasileiro em 1986: a usina que sofreu um acidente nuclear na União Soviética, o ônibus espacial que explodiu nos Estados Unidos e o cometa que só passa a cada 76 anos foram os responsáveis pelas principais manchetes do ano.

No ano seguinte o Brasil teve seu próprio acidente nuclear em Goiânia, com a cápsula radioativa do Césio-137 encontradas por dois catadores de ferro-velho, e no Carandiru foram feitos 31 mortos no até então mais sangrento motim da história do país. O ano de 1988 começou com as notícias do acidente do navio Bateau Mouche em pleno mar de Copacabana, resultando em 55 mortos. E após ter sido condecorado no ano anterior pela ONU por sua luta pelo meio ambiente, Chico Mendes foi morto a tiros por dois fazendeiros. Mas o final do ano reservou a alegria do primeiro título na Fórmula 1 conquistado pelo piloto Ayrton Senna.

Com a saída de Mino Carta, a "cara" final da *Veja* foi dada nos anos 80 por Roberto Guzzo e Elio Gaspari, que buscavam uma mistura equilibrada entre textos brilhantes e temas que jogavam a favor do senso comum da classe média.

> "O modelo não prescindia de ataques muitas vezes desqualificados contra terceiros, lista negra de pessoas que não poderiam aparecer na revista, o direito de 'detonar' quem quisesse, especialmente pessoas que se recusassem a dar informações para a revista e coisas do gênero, uma espécie de 'marca da maldade', mas com talento, que seria continuada por seguidores menos talentosos" (Nassif, 2008).

A década chegou ao fim 1989 com a queda do Muro de Berlim e com a primeira eleição direta para presidente no Brasil após 29 anos. Fernando Collor de Mello foi eleito presidente com grande destaque midiático, sendo o protagonista de muitas capas de *Veja* e *Isto É*.

Anos 1990

1990 começou com a libertação de Nelson Mandela (que viria a resultar em uma série de reportagens de *Veja* sobre o líder negro) e terminou com a eleição do líder sindical Lech Walesa na Polônia. Em janeiro de 1991 teve início a Guerra do Golfo, em um ano que passou pela criação da World Wide Web na Suíça, pela revelação do astro do basquete Magic Johnson ter contraído o vírus HIV e terminou com o esfacelamento da União Soviética.

Com a saída de Guzzo e Gaspari, *Veja* teve nos anos 90 uma sucessão de diretores que continuaram o seu modelo de jornalismo, mas de forma menos habilidosa. As "cutucadas" inteligentes perderam o controle, se transformando em uma agressividade desmedida. Nesta época surgiu nos Estados Unidos o chamado "neocom", uma nova forma de jornalismo feito com linguagem ofensiva que se espalhou pelo mundo e passou a ser adotado pela imprensa brasileira como a moda da vez. Segundo o jornalista Luís Nassif[4], *Veja* desenvolveu durante esta década um fazer jornalístico

[4] O jornalista Luís Nassif começou a trabalhar profissionalmente no ano de 1970, como estagiário na revista *Veja*. Foi efetivado no início do ano seguinte e em 1974 tornou-se repórter de economia da revista, onde permaneceu até 1979, quando se transferiu para o *Jornal da Tarde*. Trabalhou no jornal *Folha de S. Paulo* e na *Tv Gazeta* e foi comentarista econômico na *Rede Bandeirantes* e na *Tv Cultura*. Em 2007 iniciou a publicação de uma série de artigos críticos sobre os bastidores de *Veja* em seu blog *Luís Nassif Online* (http://www.advivo.com.br/luisnassif). Atualmente apresenta o programa *Brasilianas.org* na *Tv Brasil*, criada em 2007 pelo governo Lula. Segundo revelado pela *Folha de S. Paulo* em 2010, o jornalista possui um contrato de R$1,28 milhões com a Empresa Brasil de Comunicação (responsável pela *Tv Brasil*) que foi acordado sem licitação. Segundo o jornal, Nassif receberia R$ 660 mil anuais da empresa vinculada ao Governo Federal.

recheado por agressões, alusões a defeitos físicos e manipulações de declarações de fontes que combinou muito bem com o "neocom" e foi testado e aprovado pelo seu leitor no ano seguinte.

Figura 13: capa ed. 1249, 26/08/92

1992 foi um ano histórico para *Veja* e *Isto É*. Uma série de reportagens investigativas levadas pelas duas revistas (e alimentadas pela sua concorrência direta), trouxeram a público um esquema de corrupção do governo do presidente Collor, que culminou em um processo de impeachment que o levou à renúncia. Nestas reportagens já começou a aparecer uma linguagem de ataque direto ao então presidente, somada a muitas denúncias feitas a partir de dossiês preparados por lobistas, dando início ao que Nassif chama de uma "relação de promiscuidade entre jornalistas e lobistas" que passaria a ser comum em *Veja*.

No mesmo ano de 1992, a penitenciária do Carandiru foi palco de mais um sangrento motim, desta vez resultando na morte de 111 detentos. Outra notícia assustadora dada em destaque pelos jornais e revistas foi a morte da atriz de novela Daniela Perez pelo companheiro de cena, o ator Guilherme de Pádua. Nas Olimpíadas de Barcelona o Brasil conquistou com o vôlei a sua primeira medalha de ouro em esportes coletivo.

No ano seguinte, mais um massacre. Desta vez provocado pela polícia militar do Rio de Janeiro, que atirou contra crianças de rua que dormiam em frente à Igreja da Candelária, resultando em oito mortos. 1994 traria a tristeza da morte do piloto Ayrton Senna e também a conquista do tetracampeonato de futebol na Copa do Mundo dos Estados Unidos. Fernando Henrique Cardoso foi eleito presidente do Brasil e o país ganhou uma nova moeda, o Real. Além da moeda, o Brasil ganhou também uma nova revista de informação.

O mesmo Mino Carta, criador da *Veja* e de *Isto É*, lançou a revista mensal *Carta Capital*, com fortes tendências esquerdistas e buscando uma concorrência com *Veja* não pela aproximação temática (como foi o caso da *Isto É*), mas pela diferença. Desde o início e com os anos seguintes, a *Carta Capital* viria a se mostrar a anti-*Veja*, uma opção contra o discurso da revista da Editora Abril.

O ano de 1995 trouxe o medo de uma epidemia de Ebola, enquanto *Veja* conseguiu cerca de 100 mil novos assinantes e atingiu a marca de mais de um milhão de exemplares vendidos por semana, conforme anunciado no editorial de sua edição de 03 de maio:

> "Há quinze semanas, VEJA vende mais de 1 milhão de exemplares por edição. É um marco histórico na extraordinária evolução da maior revista semanal do país. [...] O sucesso da revista, cristalizado no número de 1 milhão de exemplares vendidos por edição, encerra algumas lições. Ele evidencia a vontade do brasileiro de se informar, de acompanhar em profundidade o que acontece no Brasil e no mundo. A idéia de que o brasileiro não gosta de ler, que só se informa através da televisão, é uma grande mentira. [...] Em contrapartida, a filosofia editorial de VEJA não mudou. A revista continua a mesma. Não se recorreu ao sensacionalismo ou à vulgaridade, não se distribuíram miçangas, espelhinhos ou fascículos enganadores. A matéria-prima da revista continua a ser o jornalismo – independente, crítico, em busca da verdade. Só com esse jornalismo é possível ganhar a confiança do leitor. O compromisso de VEJA, repita-se, não é com os poderosos do momento, os partidos, os grupos de pressão, os anunciantes. É com o leitor. É o leitor que, ao comprar a revista, garante a sua independência" (Revista Veja, 03/05/1995, p. 29).

1996 mostrou o sucesso brasileiro de 15 medalhas nas Olimpíadas de Atlanta, além do assassinato do ex-tesoureiro da campanha de Fernando Collor, PC Farias, do acidente com o avião da TAM que matou 98 pessoas e do desastre aéreo que matou todos os integrantes do grupo *Mamonas Assassinas*.

No mesmo ano, *Carta Capital* deixou de ser mensal e se tornou quinzenal. Como não conseguiu superar as vendas e tiragens das revistas que se apresentou como alternativa, a *Carta* foi adotando uma postura cada vez mais crítica e reflexiva, buscando um nicho de mercado diferenciado.

A morte de Diana, a conquista de Rolland Garros pelo tenista brasileiro Gustavo Kuerten e a ovelha clonada Dolly foram os destaques de 1997, recebendo destaque nas capas de *Veja*. Em 1998, o filme *Central do Brasil* (Walter Salles, 1998) ganhou o Urso de Ouro em Berlim, José Saramago ganhou o Prêmio Nobel de Literatura, o Brasil perdeu a final da Copa do Mundo para a França e a americana Monica Lewinski fez revelações polêmicas sobre suas relações sexuais com o presidente dos Estados Unidos Bill Clinton.

E uma nova revista semanal de informação também chegou às bancas: lançada pela Editora Globo, a *Época* seguiu os mesmos rumos da *Veja*, mas apostando em uma linguagem e layout mais modernos. Baseada na revista alemã *Focus*, a *Época* valoriza

as imagens e os gráficos nas reportagens apresentadas. Em pouco tempo, a revista tomaria o lugar da *Isto É* como segunda revista de informação mais vendida no Brasil.

No ano seguinte chegou ao fim a Guerra de Kosovo e o Euro entrou em vigor como moeda única para 11 países da União Européia.

Anos 2000

O ano 2000 chegou trazendo um novo século com Gustavo Kuerten como primeiro lugar no ranking do tênis mundial, o seqüestro do ônibus 174 no Rio de Janeiro, o fiasco das comemorações dos 500 anos do Brasil e a eleição de George W. Bush como presidente dos Estados Unidos.

De acordo com Nassif, nesta época *Veja* extrapolou um estilo criticável de jornalismo que vinha investindo desde finais dos anos 80, mas que atingiu seu ápice nos anos 2000. A revista passou a construir reportagens que assumiam vida quase independente dos fatos que deviam respaldá-las. Definia-se previamente a matéria, e cabia aos repórteres buscar declarações que ajudasse a tornar aquelas suposições "reais". Esta preparação prévia da reportagem (chamada "pensata") com o tempo passou a se tornar tão comum ao ponto da revista parecer não precisar mais de fatos concretos para compor suas reportagens. O jornalista aponta um "passo a passo" desta forma de jornalismo:

> "1. Levantam-se alguns dados verdadeiros, mas irrelevantes ou que nada tenham a ver com o contexto da denúncia, mas que passem a sensação de que o jornalista acompanhou em detalhes o episódio narrado. 2. Depois juntam-se os pontos, cria-se um roteiro de filme, muitas vezes totalmente inverossímil, mas calçado nos fatos supostamente verdadeiros. 3. Para "esquentar" a matéria ou se inventam frases que não foram pronunciadas ou se tiram frases do contexto ou se confere tratamento de escândalo a fatos banais. Tudo temperado por forte dose de adjetivação" (Nassif, 2008).

Nos anos 2000, *Veja* passaria, sob a direção de Eurípedes Alcântara e Mário Sabino, a sofrer várias críticas sobre a queda de seu padrão de qualidade. O resultado foi uma série de ataques truculentos aos detratores, como o jornalista Alberto Dines. A truculência jornalística, aliada ao jornalismo de dossiê, acabou transformando a revista em uma espécie de poderosa instituição que se defende a todo custo e ataca indistintamente de acordo com seus interesses.

A revista continuou acompanhando os principais acontecimentos do Brasil e do mundo, como os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos. Em

2002, obtiveram destaque a conquista do pentacampeonato mundial de futebol pelo Brasil e a eleição para presidente de Luís Inácio Lula da Silva. O Papa João Paulo II faleceu em 2003 e Yasser Arafat em 2004. O furacão Katrina provocou tragédia nos Estados Unidos em 2005 e o governo Lula sofreu sua maior crise, com a CPI dos Correios, do Mensalão e dos Bingos. Apesar de não reconhecer a existência do "mensalão", o relatório final das CPIs afirmava que houve pagamentos à campanha presidencial do PT de 2002 e repasses "indevidos" a parlamentares.

Em 2006 houve o choque no ar entre um Boeing da Gol e um jato norte-americano Galaxy no Brasil, resultando em 154 mortos. Plutão deixou de ser considerado um planeta e Suzane von Richthofen foi condenada pelo assassinato dos próprios pais. No ano seguinte registrou-se o maior acidente aéreo da história do Brasil, em um total de 199 vítimas resultantes do avião da TAM que saiu da pista do Aeroporto de Congonhas e atravessou a Avenida Washington Luís, batendo em um prédio da mesma companhia aérea. O IPhone foi lançado como grande revolução tecnológica e todo o mundo comentou o desaparecimento da inglesa Madeleine, de 3 anos de idade.

Figura 14: ed. 1917, 10/08/05

2008 foi o ano do assassinato de Isabella Nardoni, da eleição de Barack Obama e dos 40 anos de *Veja*. A revista não deixou a data passar em branco, com uma forte campanha publicitária e vários debates comemorativos com o tema “40 soluções para o Brasil” que aconteceram por todo o país.

3. A instituição e sua memória

"A comunidade precisa matar o passado para ter alguma esperança no futuro".

Affonso Romano de Sant'Anna

Com 40 anos de existência, a revista *Veja* se firmou como a principal do país, servindo de referência para todas as outras. A institucionalização da revista dá-se pelo longo processo temporal de reciprocidade de tipificações entre *Veja* e seus leitores.

Segundo Berger e Luckmann, as instituições são formadas a partir de tipificações recíprocas das ações construídas no curso de uma história compartilhada. Sendo assim, "é impossível compreender adequadamente uma instituição sem entender o processo histórico em que foi produzida" (Berger; Luckmann, 1985, p.80). Apesar da instituição contar com a "falta de memória" para sua manutenção (uma vez que parece já dada, sem origem definida), a investigação de suas origens passa pela comunhão de significados que se dá em um processo comunicacional ao longo do tempo. Esse processo se refere a um mundo social em construção, que só consegue se constituir graças a uma comunicação comum. O surgimento de uma nova geração obriga uma nova instância de comunicação, que modifica a reciprocidade das tipificações, pois essas, antes abertas a mudanças, tornam-se verdade objetiva, institucionalizando-se historicamente. As instituições aparecem assim como se tivessem realidade própria: e é dessa maneira, como mundo objetivo, que passam a ser transmitidas e experimentadas como realidade coletiva.

Olha-se hoje para *Veja* como a maior revista de informação do país: trata-se de uma verdade institucionalizada através do tempo que se perpetua pela relação dada entre a revista e a coletividade social. É nessa comunicação recíproca que a instituição *Veja* se solidifica. Seus valores são partilhados e ganham significados que ultrapassam seu dispositivo, estabelecendo-a como poderoso bem simbólico. Suas capas apresentam semanalmente acontecimentos de diferentes graus de importância, mas com poder suficiente para instituir uma ideia de mundo que passa a ser compartilhada por diferentes pessoas, originando, inclusive, uma espécie de memória coletivamente estruturada.

Em *História e Memória*, Jacques Le Goff (1998) aponta o papel importante da memória coletiva na evolução das sociedades. A memória apareceria como um dos principais locais de luta pela sobrevivência e pelo poder nas sociedades desenvolvidas e em desenvolvimento. "A memória coletiva foi posta em jogo de forma importante na

luta das forças sociais pelo poder. Tornar-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram as sociedades históricas". (Le Goff, 1998, p. 422)

A memória coletiva como instrumento e objeto de poder pode ser uma pista para pensar a memória como parte inerente ao simbolismo das instituições. Nessa concepção de Berger e Luckmann da instituição como atividade humana objetivada, o partilhamento de sentido simbólico é central para a percepção do mundo institucional compreendido como o homem (pensado como coletividade) em reação dialética com o mundo social produzido por ele próprio. Estando ligada ao simbólico e ao imaginário, a instituição, como modo de partilhamento de natureza não-individual, liga-se à noção de memória coletiva. Afinal, como afirma Le Goff, a memória comum é criada na inter-relação social, sendo conformada e perpetuada pelo Estado e pelos meios sociais e políticos.

> "Fenômeno individual e psicológico, a memória liga-se também à vida social. Esta varia em função da presença ou da ausência da escrita e é objeto da atenção do Estado que, para conservar os traços de qualquer acontecimento do passado, produz diversos tipos de documento/monumento, faz escrever a história, acumular objetos. A apreensão da memória depende deste modo do ambiente social e político: trata-se da aquisição de regras de retórica e também da posse de imagens e textos que falam do passado, em suma, de um certo modo de apropriação do tempo. As direções atuais da memória estão, pois, profundamente ligadas às novas técnicas de cálculo, de manipulação da informação, do uso de máquinas e instrumentos, cada vez mais complexos". (Le Goff, 1998, p. 419).

O partilhamento de normas institucionais se dá por meio de diversas interações: pensando as instituições como modos de partilhamento de natureza não individual, chega-se a uma concepção de relações em uma dinâmica coletiva. A troca de informações coloca relações em articulação, conformando não apenas um habitus específico, mas partilhando memórias.

> "A informação é um conjunto de elementos selecionados pelos indivíduos, dentre uma imensa variedade de itens existentes no mundo exterior. Como um embrião, a informação forma e contém (informação). A repetição dessas impressões [conservadas], ao longo do tempo, encarrega-se de transformar itens selecionados de informações em

> marcas, traços que constituem o que, convencionalmente, chamamos de memória. A memória então conserva as informações que vão sendo retidas num processo de seleção. [...] Nesse sentido, as informações retidas, que passaram pelo filtro individual (que é também social) são organizadas e recriadas no presente, dentro de um processo dinâmico". (Costa, 1997, p.124)

Nesse processo de reconstrução do que Maurice Halbwachs denominou de memória coletiva - elemento de coesão dos grupos -, pressupõe-se a existência de uma "comunidade afetiva" (Halbwachs, 1990). A memória individual não prescinde dos quadros sociais, ou seja, grupos e instituições, como a família, a escola, a igreja, os sindicatos e, por que não, a mídia: é também através dos produtos midiáticos que as informações partilhadas dão origem ao simbólico que configura a instituição e sua memória que precisa se perpetuar.

> "Uma memória institucional é produzida e reproduzida nos registros que integram diferentes arquivos. São informações fragmentadas que podem, a qualquer tempo, de acordo com o seu grau de organicidade e de recuperabilidade, ser utilizadas como elemento identificatório" (Costa, 1997, p.128)

Mas nos colocamos a seguinte questão: a memória coletiva é o que origina uma instituição ou a memória coletiva é institucional (produzida pelas instituições)? Pela segunda opção, a revista como instituição é anterior à memória que ela pode produzir – e seu poder de oferecer uma memória estaria diretamente ligado ao seu poder como algo já instituído. Mas por outro lado, uma instituição não pode ser anterior à sua memória, a não ser que esta (memória) seja mitológica. No caso da *Veja*, seu estabelecimento como instituição está ligado ao seu estabelecimento como conformadora de uma memória partilhada por aqueles que tiveram contato com a revista ao longo dos anos. Assim, memória e instituição encontram-se interligadas: uma depende da outra, ambas partilhando significados que se pretendem coletivos.

Maurice Mouillaud (1997) chama atenção para anuários que sintetizam os principais acontecimentos de um ano em "títulos-tipo", através dos quais os jornais apagam as edições individuais, oferecendo uma memória própria que comprime os acontecimentos em uma síntese. A relação entre memória e instituição a partir da edição especial de 40 anos da revista *Veja* é fundamental para percebermos como a instituição

Veja constrói sua própria memória e importante para a posterior compreensão (e comparação) da memória social produzida pelas capas da revista ao longo dos anos.

Essa edição demonstra as escolhas de *Veja* daquilo que foi importante para sua consolidação enquanto instituição durante essas quatro décadas de história e quais suas principais características discursivas na efetuação dessa história. A "memória oficial" na forma de uma edição comemorativa dá pistas de que memória é essa que está por trás da instituição e, ainda melhor, que instituição é essa que constrói uma memória para si mesma.

Hoje, a revista mais lida no Brasil está em todos os lugares. Nas bancas, nas praças, nos consultórios, nos salões de beleza, nos ônibus... Sua capa é onipresente e seus estímulos para chamar a atenção não deixam espaço para indiferença. Criou-se com o tempo um terreno de rotina (para usar um termo de Berger e Luckmann) que permitiu a formação de um hábito: todas as semanas a revista está nas bancas, oferecendo ao leitor os principais acontecimentos. A ação social duradoura permite o entrelaçamento de novas ações que perpetuaram o hábito de se olhar a revista para novas gerações, permitindo um processo de construção contendo as raízes de uma ordem institucional em expansão.

3.1. Pertencimento de grupo e categorias gráficas

Enquanto instituição, *Veja* não pode deixar de ter sua identidade diretamente ligada ao seu grupo de leitores. O terreno de rotina criado na relação com sua comunidade de leitores passa não apenas pela sua cotidiana aparição semanal nas bancas ao longo de 40 anos, mas também na repetição de determinados temas e, principalmente, na repetição da forma como estes assuntos são tratados pela revista: o leitor de *Veja* já espera um determinado posicionamento da revista com relação a determinados acontecimentos. Isso só é possível porque a revista conseguiu estabelecer um espaço discursivo próprio com o passar dos anos.

Dominique Maingueneau (2007) chama de "universo discursivo" o conjunto de formações discursivas de todos os tipos que interagem em uma conjuntura. Esse universo seria apenas um horizonte a partir do qual são construídos os "campos discursivos", um conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência, abrindo múltiplas redes de troca. Nos campos, por sua vez, deve-se isolar os "espaços discursivos", que seriam os subconjuntos das formações discursivas que se opõem

dentro do campo. Em um universo discursivo como o jornalismo, há o campo discursivo das revistas de informação e o espaço discursivo da *Veja* em suas diferentes épocas.

Ao longo dos anos, a revista apresentou formas repetitivas de tratamento de organização discursiva que são reveladoras da maneira como a instituição trabalha seu espaço discursivo e da forma como este espaço discursivo incide na criação (e perpetuação) de um grupo específico de leitores que serão responsáveis pelo compartilhamento de uma memória própria da revista.

O modo de análise e observação das formas discursivas presentes nas capas passam tanto pela percepção da repetição de determinadas ideologias presentes no discurso como também a repetição de determinadas estruturas gráficas. Para facilitar o olhar para estas categorias gráficas da revista, utilizaremos a análise semiótica.

Para a semiótica, o significado é produzido e expresso a partir de vários signos e formas da linguagem. Segundo Floch (2000), ao analisar um texto escrito, uma imagem ou qualquer objeto cultural, o propósito do semioticista é, primeiramente, considerar o objeto como um todo e então proceder para uma análise segmentada, buscando as unidades que compõe o todo. Entretanto, ao trabalhar de maneira segmentada, não se deve isolar os detalhes do geral, tendo sempre em mente que cada parte deve ser considerada como parte do todo. Dessa forma, é importante perceber a hierarquia presente no objeto cultural.

> "Como em qualquer texto, há na fotografia a colocação das categorias discursivas de pessoa, tempo e espaço, cujos revestimentos semânticos podem ser determinados a partir dos discursos históricos que dialogam com o tema da fotografia em questão, contribuindo, assim, apara seu estudo semiótico. Como uma pessoa no discurso, quem aparece na foto torna-se uma personagem da história que ela conta, de modo que se pode determinar o papel representado a partir de suas conotações sociais e lê-lo como um papel social" (Pietroforte, 2004, p. 51).

As diversas capas da revista *Veja* em seus 40 anos de história demonstram uma variada forma de tratar os acontecimentos representados. A revista opta em alguns momentos por destacar mais a imagem, em outros o texto e por vezes busca um equilíbrio entre imagem e palavras. O trabalho de John e Eberle (2010) buscou um estudo quantitativo das capas de *Veja* desde o ano de 1968. A partir de uma análise sistematizada das imagens na revista, elas chegaram à conclusão de que a fotografia é priorizada nas imagens de capa de todas as décadas: anos 60 (89%), anos 70 (58%), anos 80 (63%), anos 90 (61%) e anos 2000 (77%). Por comparação, as capas que fazem

uso de ilustrações são bem menos comuns: anos 60 (7%), anos 70 (30%), anos 80 (10%) e anos 2000 (16%).

Entretanto, trata-se de uma estatística geral, que não separa as diferentes formas de fotografias e ilustrações apresentadas pela revista. Por isso, foi necessário aqui criar categorias que dissessem das formas gráficas em que as fotos e ilustrações são representadas.

3.1.2. Destaque para imagem

A principal forma de destaque dos acontecimentos nas capas de *Veja* se dá pela exploração imagética das representações destes. O destaque para a imagem se dá pela fotografia ou pela ilustração. A fotografia se subdivide em: foto única, foto com texto, foto modificada graficamente.

3.1.2.1. Foto única

Este tipo de destaque para a imagem é o mais raro nos 40 anos de *Veja*, e mais comum nos primeiros anos da revista. Trata-se de uma composição da capa que aposta exclusivamente em uma única imagem, sem a utilização de textos, a não ser o título da revista em destaque. O discurso aqui é todo dado pela fotografia.

No exemplo aqui mostrado, a capa de 14 de dezembro de 1968 traz uma fotografia em preto e branco do Marechal Costa e Silva (presidente militar do Brasil à época) sentado ocupando uma única cadeira em uma fileira com cinco cadeiras vazias. Ao seu lado esquerdo, há um quepe branco representando o exército. A imagem é verticalizada: cadeiras e mesa seguem de baixo para cima até a faixa branca horizontal preenchida pelo título VEJA em vermelho Em uma análise semiótica, percebemos que a linha vertical formada por cadeiras vazias é interrompida pelo Marechal, criando uma oposição vazio x preenchido no plano da expressão da capa. A figura de Costa e Silva sentado sozinho serve para mostrar o vazio, as cadeiras sem ninguém para ocupá-las.

O microfone à sua frente é um dado importante: sem pessoas, não há ninguém para falar. O vazio traz consigo um sentido de silêncio também (reforçado pela ausência de um texto escrito em manchete na capa). As cadeiras vazias não falam. Aquele homem fala por todos que não estão presentes? A oposição vazio x cheio é também uma oposição silêncio x som. Fica clara a mensagem da revista de que não há mais partidos políticos, o congresso, local da representação, está deserto.

A revista é de 1968, época em que o Brasil passava pela ditadura militar e sua data é de exatamente um dia após a promulgação do Ato Institucional nº 5 (13 de dezembro de 1968), que instalou a censura prévia no país. A oposição silêncio x som no plano da expressão representa a oposição liberdade x prisão (censura) no plano do conteúdo. O discurso da fotografia está dado: o Brasil está calado, censurado pela ditadura militar.

Está presente aí um posicionamento político de esquerda da revista, um protesto contra a ditadura e já um indício do tipo de leitores que a revista busca.

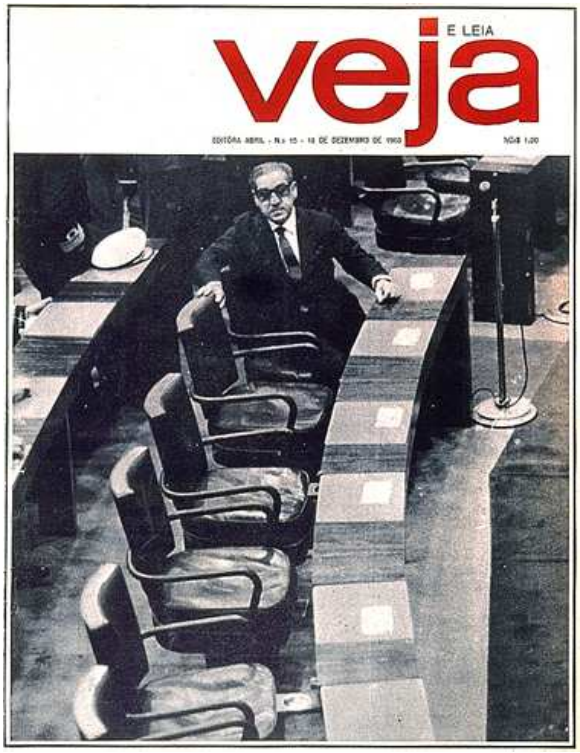


Figura 15: ed. 15, 18/12/68

3.1.2.2. Foto com texto

Na figura 16, a chamada de capa aparece em caixa alta, bold itálico, e em corpo bem menor do que os manuscritos grafitados no muro, “engolida” dentro da imagem e possuindo pouco ou nenhum destaque dentro da estrutura representacional da capa. Nestes casos, o texto serve para explicar a imagem, mas não possui a mesma força ou destaque que esta.

As capas de setembro e novembro de 1968 possuem um discurso dado inicialmente pela fotografia que é apenas comprovado pelo texto. Há a sobreposição de

duas fotografias: ao fundo, um muro pichado, sujo. Por cima, um cartaz com um rasgão ao lado, que mostra o rosto de Elizabeth II, rainha da Inglaterra. A rica realeza contrapõe-se com o aspecto do muro, que traz um sentido de sujo, caos, pobreza.

A oposição rainha x plebeus, que pode também ser verificada como luxo x pobreza, representa a ordem (a nobreza e suas regras hierárquicas) x o caos (as palavras desordenadas grafitadas no muro). No glamour da rainha, a idealização da ordem se confronta com o realismo das pichações. O mito x realidade mostra, por esta oposição, que o Brasil possui problemas, principalmente se comparado a outros países mais desenvolvidos, representados aqui pela figura da rainha da Inglaterra. O texto, neste caso, apenas reforça o sentido já dado: A RAINHA PASSOU/AGORA FAÇAM A CRISE,/SENHORES.

Na capa ao lado uma fotografia é enquadrada em larga moldura branca: uma mulher de cabeça abaixada coloca a mão sobre o rosto. Sua roupa demonstra uma boa condição econômica, sugerindo alguém pertencente à classe média brasileira. Ela está sentada em uma cadeira, entre uma porta aberta e uma cadeira vazia. A mão sobre o rosto esconde sua identidade: quem é essa mulher? E traz a força dramática da imagem: tristeza, choro, desespero, preocupação. Com o que ela está preocupada? A fotografia colocada isolada no centro da capa, contornada pelo fundo branco, reforça o sentido de solidão da mulher, sem ninguém ao seu lado. Mais uma vez, a expressão cheio x vazio aparece, mas aqui se refere ao conteúdo da união x solidão. Por que ela está só? Por que está desesperada?

Mais uma vez, o texto apenas reforça o sentido, fazendo a pergunta que o observador formula apenas por ver a foto: Por quem chora/Ana Maria Palmeira? Há aqui o acréscimo de um significado, a identificação da mulher. Abaixo, um novo texto que completa o sentido: *Seu marido, Vladimir, é um líder foragido*.

Diferente do exemplo da rainha, o texto traz informações que completam a imagem. Entretanto, as palavras não conseguem o mesmo destaque da fotografia, uma vez que é a solidão e dor da mulher que chamam a atenção e produzem sentido. O motivo dessa dor e solidão não possui a capacidade de afetar tanto quanto a dramaticidade da imagem.

Figura 16: eds. 10 e 03, 13/11/68 e 25/09/68

As duas capas continuam um discurso crítico à situação política do país. A capa com a rainha da Inglaterra diz de um sistema político das aparências, um governo que finge estar tudo bem com o país durante a visita da governante. A frase "A rainha passou, agora façam a crise, senhores" é irônica por se dirigir aos dirigentes do país (os "senhores"), como um recado no sentido de que agora tudo pode voltar ao normal (a "crise"), e não precisamos mais fazer uso das aparências.

A capa com Ana Maria Palmeira coloca uma mulher com quem o leitor(a) de *Veja* pode se identificar. A mulher, bem vestida, pode dividir a mesma classe sócio-econômica de quem lê a revista. E, entretanto, possui um marido foragido, líder estudantil que promoveu passeatas a favor da democracia.

As duas chamadas no canto superior esquerdo das capas também dão uma dica do tipo de pessoas para quem fala *Veja*: "Entrevistamos Nixon" e "O Futuro de Portugal" dizem para um leitor mais sofisticado, preocupado com a (e conhecedor da) situação internacional. O espaço discursivo de *Veja* no final dos anos 60 é de um jornalismo com tendências esquerdistas e voltado a um leitor culto: provavelmente jovens estudantes universitários ou intelectuais de esquerda de classe média/alta.

3.1.2.3. Desenho

No exemplo seguinte (figura 17), o nome VEJA (acima e à direita) se equilibra com a chamada O HERÓI DOS/SUPER-HERÓIS (embaixo e à esquerda), formando

uma moldura para a imagem central, que se trata de um desenho do rosto do jogador de futebol Pelé.

Outros desenhos compõem a capa, apesar de não serem o foco da atenção: os super-heróis abaixo fecham a moldura, que não por acaso se utiliza do mesmo azul da roupa do Super-Homem para compor o slash OS PADRES/SUBVERSIVOS que fecha a moldura superior.

O rosto de Pelé transformado em personagem de história em quadrinhos o coloca em oposição aos heróis Mandrake, Batman e Super-Homem. Sua imagem colocada acima dos heróis lhe dá uma dimensão superior, apresentando na capa uma oposição inferior x superior. Pelé está acima dos próprios heróis da ficção, entretanto, ele é real.

Sua imagem modificada deixa isso claro: é um personagem mítico, mas é também um homem. Pelé (o herói) x Edson Arantes (o homem). Ele é o super homem. Homem x mito é a oposição no plano do conteúdo que dá o sentido à capa da revista.

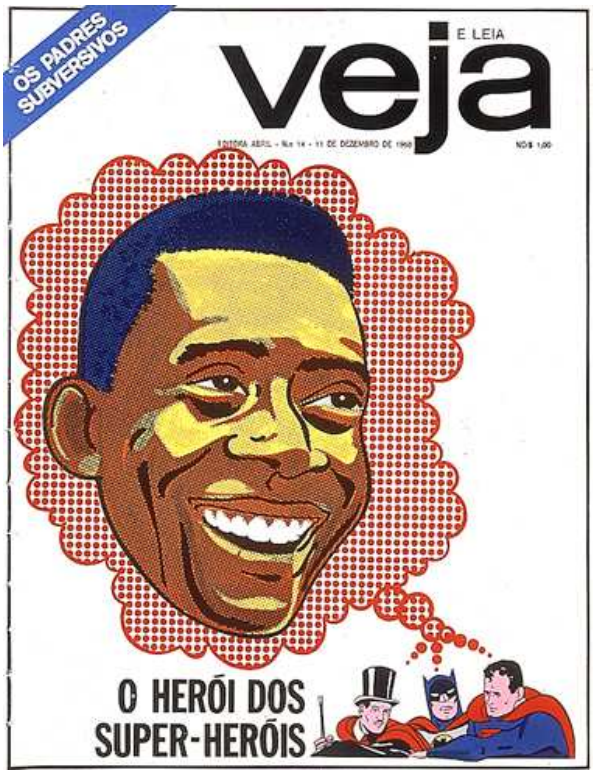


Figura 17: ed. 14, 11/12/68

A capa de 11 de dezembro de 1968 amplia seu espaço discursivo com uma imagem que faz referência a acontecimentos gerais para além dos políticos. Ao mesmo

tempo, a capa une esporte e cultura pop. O leitor de *Veja* precisa, para que a capa faça sentido, ter algum conhecimento de história em quadrinhos e futebol. A revista utiliza os mais icônicos personagens destes dois mundos, de mais fácil reconhecimento, mas mesmo assim, joga com um leitor que tenha um conhecimento mínimo do assunto.

As figuras de Pelé, Mandrake, Batman e Super-Homem dizem a um grupo de pessoas que consome futebol na televisão (e estádios) e conhece os heróis dos quadrinhos (seja nas revistas ou em tiras de jornais diários). Ou seja, trata-se de um grupo com poder de consumo, leitor e também espectador. A chamada "Os padres subversivos" também dizem de um sentimento de pertença, uma mistura do conservadorismo com o revolucionário. O leitor de *Veja*, com tendências esquerdistas, pode ser também católico, com opiniões tradicionais com relação à vida social, mas "subversivas" do ponto de vista político.

3.1.2.4. Patchwork

Na figura 18, vê-se a utilização de uma construção gráfica que transforma o texto também em desenho, tornando o aglomerado de elementos em uma única imagem. No exemplo abaixo, são utilizadas quatro fotografias com legendas, jogadas sobre uma folhagem ampliada, onde não se dá destaque para as partes em separado, mas se busca a atenção para o todo.

Aqui, o texto escrito no verso de um cartão postal funciona como imagem também, fac-símile ali mostrado para leitura gestáltica, parte integrante do todo. Os quadros com imagens de paisagens turísticas se opõem ao quadro branco com texto, que diz Rio de Janeiro, fevereiro 1970/Estamos aqui./Que/loucura!

O colorido se opõe ao branco e as imagens se opõem à ausência de imagem. Direcionado a alguém que não está presente naqueles locais turísticos do Rio de Janeiro mostrados na imagem, o desenho representa uma oposição presente x ausente. Daí nasce o sentido de propaganda turística: é melhor estar presente no Rio de Janeiro do que estar ausente em algum outro lugar.

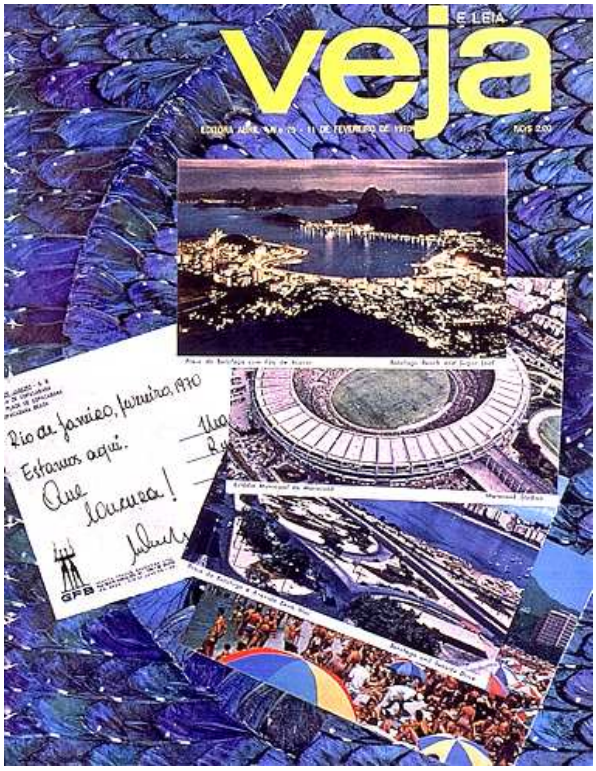


Figura 18: ed. 75, 11/02/70

A capa de 11 de fevereiro de 1970 já fala claramente para um grupo com condições de viajar, que reconhece os locais representados nos postais. É o Rio de Janeiro do carnaval (a edição é de fevereiro, mês da mais famosa festa da cidade), a cidade turística que se transforma em objeto de consumo.

3.1.2.5. Fusão imagem e texto

Neste caso, o texto se transforma em imagem também, completando a fotografia.

Figura 19: ed. 11, 20/11/68

A estrutura da capa PROCURA-SE/Marighela é bastante similar ao exemplo "Por quem chora/Ana Maria Palmeira", o que facilita pela comparação o entendimento das estratégias de construção de um equilíbrio entre imagem e texto. Enquanto no exemplo anterior é usada uma única fonte serifada itálica escura sobre fundo branco que, apesar de se relacionar com a imagem em momento algum compete com ela, no caso aqui demonstrado, a utilização de fontes grossas somada ao uso da cor vermelha criam um texto que compete pela atenção com a imagem, formando um sentido conjunto, que se dá pelo destaque equilibrado entre fotografia e palavras (figura ao lado da capa).

O homem no centro da capa está sozinho. Não usa camisa. A roupa é uma representação simbólica da cultura. A oposição cultura x natureza fica presente na imagem. Seu dorso nu aumenta a vulnerabilidade deste homem já sozinho, ao mesmo tempo em que reforça um caráter primitivo.

O texto PROCURA-SE/MARIGHELA, está em fonte com serifa quadrada, como de cartazes de filmes faroeste onde se anunciava recompensa pela captura de bandidos em destaque: "Wanted". Foto e dizeres funcionam como um só e completam o sentido: é um animal perigoso que está à solta.

Abaixo da imagem, um texto pretende ser um perfil irônico do personagem representado. Marighela é ao mesmo tempo chefe comunista, crítico de futebol, assaltante de banco e apreciador de batidas de limão. A capa de novembro de 1968 traz o mesmo dualismo do espaço discursivo dos primeiros anos da revista: o líder de esquerda que é também uma pessoa comum, com os mesmo gostos de várias outras pessoas, causando alguma forma de identificação com o leitor.

A chamada superior ("O futuro do carro nacional"), entretanto, faz referência a um dos bens de consumo símbolos do capitalismo: o carro interessa ao grupo de leitores da revista, que pode, ao mesmo tempo, se identificar com as propostas de um líder comunista mas também ser contra seus métodos de assalto a banco e guerrilha. O espaço discursivo da revista mistura, em um primeiro momento, conservadorismo econômico e social com a revolta com a situação política do país.

Apesar do discurso de esquerda, vai ficando claro, aos poucos, que o espaço discursivo da revista funciona dentro de uma forma de pensamento que propõe a esquerda como possibilidade de mudança política, mas que não está interessada em mudanças sociais profundas. A revista – e seu leitor – parecem aprovar a luta da esquerda para derrubar o regime e aguardam o retorno da democracia. Entretanto,

pretendem manter seus bens e a estratificação social. É como se o pensamento esquerdista servisse apenas para uma situação específica, a queda do regime militar. Após isso, o conservadorismo deveria continuar.

3.1.2.6. Foto tratada graficamente

Na fotografia tratada graficamente é feita uma edição sobre uma fotografia a partir do corte da imagem ou mudança de cor e angulação.

Figura 20: ed. 1981, 08/11/06

A capa (figura 20) de 2006 (logo após a reeleição do presidente Lula) é uma foto recortada e retrabalhada com cores e envelhecimento de imagem. Apesar da chamada aparecer em amarelo, o texto não possui destaque por se equilibrar com o azul do nome VEJA no alto da página, e assim, título e chamada funcionam mais como moldura para a imagem – o foco da atenção – do que como algo a ser lido.

A capa opõe de maneira clara dois sentidos a respeito do presidente da República retratado: antigo e atual. A imagem da metade superior à esquerda faz uso do preto e branco trabalhado para dar a ideia de fotografia amarelada pelo tempo, enquanto a imagem da direita está definida de maneira nítida, em cores, como retrato atual.

A imagem "rasgada" é, na verdade, a mesma fotografia, apenas trabalhada para parecer diferente. A oposição Lula x Lula é uma oposição passado x presente e busca o sentido neste embate: qual o legado do presidente? Aqui a transformação gráfica da fotografia serve para criar a oposição que dá origem ao sentido da representação.

Lula é um dos melhores exemplos de construção do espaço discursivo da revista. Apesar de aparentemente possuir tendências esquerdistas no início de sua história, percebe-se em uma observação mais atenta que *Veja* sempre restringiu este "esquerdismo" à transformação política (ou à possibilidade de transformação). O que interessava à revista era o retorno à democracia e à liberdade de expressão. A mobilidade social nunca foi uma bandeira defendida por *Veja* e a figura de Lula é representativa desta imagem que a revista e seu grupo de leitores compreendem como desnecessário.

Enquanto líder sindical, Lula foi importante dentro do discurso de *Veja* para representar que não apenas os intelectuais, mas todos os setores da sociedade brasileira eram contra o regime militar. Uma vez tendo o regime chegado ao fim, este era um personagem que deveria desaparecer, uma vez que sua "função" já teria sido cumprida. As questões levantadas pelo político referentes às mudanças sociais na sociedade nunca interessaram dentro do espaço discursivo da revista, e sua eleição como presidente enfrentou esta resistência por *Veja*.

A chamada "Apagão aéreo" no canto superior fala diretamente ao leitor da revista, alguém que freqüenta aviões, com alto poder aquisitivo. Nesta capa é clara a preocupação "social" da revista: o foco está muito mais voltado para resolver o sistema aéreo brasileiro, do qual "depende a vida de 48 milhões de passageiros" do que para reformas mais profundas na sociedade, como aquelas propostas pelo primeiro mandato do presidente Lula, considerado "pífio" por *Veja*. O grupo de leitores não foi atingido pelo Bolsa Família, por exemplo, mas sofreu as agruras do apagão aéreo: explica-se aí a revolta presente no espaço discursivo da revista.

3.1.2.7. Reprodução de obras de arte

No exemplo seguinte (figura 21), temos a utilização da reprodução de uma pintura, como ilustração única de capa. As cores quentes e fortes da imagem prendem a atenção, assim como o título VEJA em verde, fazendo com que o texto em branco empalideça diante de tantas cores. A imagem é dramática, e facilmente reconhecível. A oposição vivo x morto representa toda a mitologia cristã da paixão e ressurreição neste detalhe da pintura de Mantegna (*Lamentação sobre o Cristo Morto*, séc. XV).

A imagem na capa de 12 de abril de 1995 diz de um grupo de leitores católicos, conservadores, que se interessam pela parte histórica da vida de Jesus Cristo. As capas de final de ano da revista geralmente possuem um direcionamento religioso, voltadas

para pessoas que seguem o cristianismo e concordam com os valores pregados pela Igreja.

Figura 21: ed. 1387, 12/04/95

3.1.3. Equilíbrio imagem e texto

A fotografia ou desenho possuem o mesmo destaque que o texto que os acompanham. Este destaque é dado pelo tamanho da fonte do texto e principalmente pela utilização de cores fortes que chamam o olhar do leitor para as palavras em complemento à imagem percebida.

Um exemplo de equilíbrio entre texto e imagem está na capa abaixo (figura 22). O texto branco ganha destaque sobre a fotografia colorida, e para garantir a atenção do leitor, ainda é colorida uma das letras da chamada (o "L") com uma cor forte e quente, o amarelo.

A oposição euforia (sorrido do presidente, festa das pessoas, confetes coloridos) e sobriedade (a expressão séria do motorista que olha diretamente para o observador da capa) é completada pelo texto *A partir de agora, começa a cobrança*. Alegria x seriedade, festa x trabalho: o sentido surge de uma relação de sentido entre texto e imagem.

Figura 22: ed. 1784, 08/01/03

O texto já fala de cobrança, em uma edição logo após a posse do presidente. A "cobrança", no caso, não será apenas do eleitor, mas também da revista. *Veja* dá um recado ao seu leitor de que irá vigiar de perto as resoluções e atitudes de Lula, demonstrando uma certa desconfiança com o presidente antes mesmo do início de seu mandato.

Um exemplo da mesma estratégia, mas com a utilização de uma fotomontagem, está na capa abaixo (figura 23).

Figura 23: ed. 2004, 18/04/07

A colocação da chamada bem ao lado da fotomontagem confere ao texto um destaque equilibrado com a imagem, que é dado também com o contraste entre branco e cinza contra o fundo verde. O texto REAL/FORTE associado ao braço musculoso da imagem mostra a oposição óbvia forte x fraco. Analisada separadamente do texto, a imagem absurda poderia ser interpretada como ironia ou crítica. É o texto que deixa claro que se trata da força da moeda brasileira, que está melhor ao que era, em uma representação da oposição passado x presente.

Aliado ao elogio da economia brasileira (e consequentemente ao consumo), a edição de 2007 possui duas outras chamadas de capa. Uma referente ao Second Life e outra sobre um escândalo político envolvendo Jader Barbalho. O Second Life fala ao leitor da revista, que possui acesso à internet. O escândalo político aproveita para fazer uma crítica política ao atual governo do país. Interessante perceber como o bom momento da economia na chamada de capa não faz nenhuma referência ao governo Lula: o Real forte não é apresentado como resultado de alguma manobra política do governo, mas como consequência da queda do dólar.

3.1.4. Destaque para o texto

Este tipo de capa faz uso de um artifício imagético, onde se reproduz em fac-símile o esquema de provas de múltipla escolha aplicadas em exames vestibulares. Mas o destaque está claramente nas palavras apresentadas. Com a fonte escura sobre um fundo branco e ainda destacada por uma barra vermelha separando-a das possíveis respostas, a palavra VESTIBULAR é foco central do olhar.

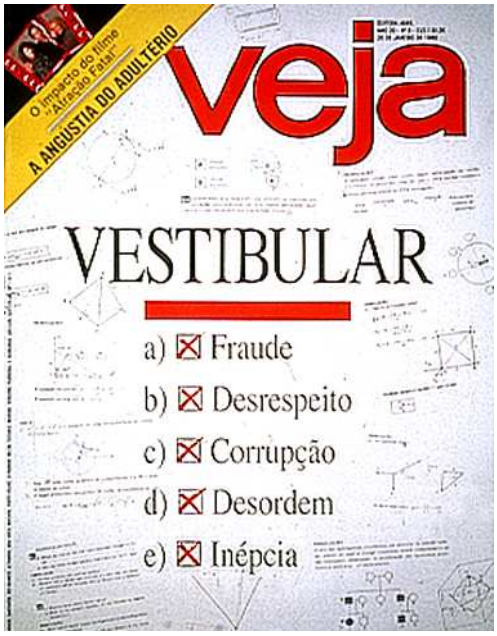


Figura 24: ed. 1011, 20/01/88

O "x" em vermelho ainda localiza a atenção para as cinco palavras seguintes, deixando em total segundo plano as imagens de fundo. O sentido é dado pela oposição que se vê da palavra vestibular com as palavras marcadas com um x. Vestibular é normalmente associado ao oposto das palavras apresentadas: fraude (seriedade), desrespeito (respeito), corrupção (ética), desordem (ordem), inépcia (preparação). Do embate entre os sentidos antagônicos cria-se o sentido dado pelos textos.

A capa de 20 de janeiro de 1988 reforça, dentro de seu espaço discursivo, a classe econômica que consome a revista. A referência ao Vestibular já é uma boa indicação de classe média alta, uma vez que o processo seletivo não era muito popular no final da década de 80. A chamada na parte superior sobre o filme *Atração Fatal* (Fatal Attraction, Adrian Lyne,1987) fala a um grupo que freqüenta o cinema e está interessado nas novidades culturais.

Figura 25: eds. 1563 e 1836, 09/09/98 e 14/01/04

Nos dois exemplos acima (figura 25), as imagens são mais proeminentes, mas mesmo assim não conseguem a atenção dada aos textos. As notas de dinheiro em destaque contra um fundo preto tornam-se fundo sob o texto com letras garrafais em vermelho. De modo parecido, o lápis amarelo se "perde" contra o fundo de mesma cor e o destaque vai para a palavra DECIDA em fonte monumental e preta. A oposição é dada pelo texto e não pela imagem: "fuga" se opõe a "chegada" e "decida" a "indecisão". Nas duas capas, o texto pode ser dividido em duas partes. FUGA DE/DÓLARES está separado do texto que aparece logo abaixo, assim como DECIDA/ANTES QUE/DECIDAM/POR VOCÊ também se separa do restante do texto.

As duas capas (1998 e 2004) possuem várias referências ao capitalismo: falam sobre ajuste fiscal e a rede de supermercados Wall-Mart. A capa sobre a "fuga de dólares" possui uma chamada superior sobre as drogas e como os pais podem auxiliar os filhos neste assunto. O espaço discursivo faz referência a um grupo familiar bem estruturado, possivelmente paternalista e conservador. A outra capa já valoriza o individualismo, a necessidade de se tomar decisões sozinho.

Apesar de aqui separadas para explicação dos métodos de análise das capas, todas as suas características serão observadas em conjunto no trabalho. A análise do espaço discursivo da revista revelou um discurso conservador e crítico aos governos (talvez uma herança da atuação da revista no regime ditatorial). Em um primeiro momento aparentemente de esquerda, *Veja* revelou seu conservadorismo, e consequentemente o conservadorismo de seu grupo de leitores, após o fim do regime

militar. O sentimento de pertencimento de sua comunidade de leitores passa por este interesse por uma imobilidade social e a manutenção dos valores da classe média brasileira.

O sentimento de pertencimento é fundamental na construção da revista enquanto instituição, ao mesmo tempo em que a criação e formação de um terreno de rotina comum só é possível graças à força da mídia na difusão e compartilhamento de sentidos.

4. Veja: mídia e memória

"E se a memória mais não fosse que um produto da imaginação?"

André Breton

A mídia contribui para nossa capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados. Para Roger Silverstone (2002), ela depende do senso comum, mostrando atitudes, valores, reflexões e constituições da experiência que são terrenos para a definição de identidades, para nossa capacidade de nos situar no mundo moderno.

> "É no mundo mundano que a mídia opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda realidades cotidianas por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e a manutenção do senso comum" (Silverstone, 2002, p.20).

Através do senso comum há uma afirmação mútua de identidades, e ainda de acordo com Silverstone, é na memória que atualmente lutamos "por identidade e pela posse de um passado" (Silverstone, 2002, p. 231). Ao apresentar e representar o que já passou, a mídia cria um compartilhamento do passado, atuando como instrumento para articulação da memória, que é o que temos para nos fixar no espaço e no tempo.

> "Estudar a relação da mídia com a memória não é negar a autoridade do evento que é o foco da recordação, mas insistir na capacidade da mídia de construir um passado público, assim como um passado para o público. A textura da memória se entrelaça com a textura da experiência." (Silverstone, 2002, p. 237).

Olhando para a mídia como um desses espaços memoriais que a cultura nos oferece, Silverstone a vê como onipresente em nossa vida diária, moldando a realidade, sendo impossível escapar à sua presença, sua representação. Passamos a depender da mídia para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também para as intensidades da experiência. Ela nos oferece suas versões do passado, que nada mais são do que versões de nosso próprio passado tornado visível.

> "As narrativas grandiosas não se perderam, apenas foram reconstruídas. E estão sendo reconstruídas diariamente nas telas de nossa mídia. Todas as

> nossas narrativas são grandiosas. Todas demandam atenção. Todas estão sujeitas a interrogação e análises constantes". (Silverstone, 2002, p. 244).

A mídia oferta diariamente, seja no rádio, na televisão, no jornal impresso, nas revistas ou na internet, temas que farão parte da conversação social. São acontecimentos que ganham visibilidade e são hierarquizados de acordo com sua relevância para determinado veículo. Segundo Antunes e Vaz (2006), podemos pensar a mídia como local de um agendamento que instaura processos de convocação e identificação dos sujeitos sociais.

> "O agendamento implica não apenas em dar uma visibilidade (hierarquizada) a determinados acontecimentos, mas ampliar uma certa visibilidade e conferir um reconhecimento público a determinadas práticas. A 'agenda midiática' é sobretudo uma arena na qual se digladiam diferentes falas presentes no tecido social". (Antunes; Vaz, 2006, p.49)

Perceber o dispositivo midiático como local de agendamento é entender a mídia como local de estabelecimento e controle da interação. O dispositivo pauta os assuntos do nosso dia a dia e nos convoca como seus interlocutores. Convocando e coordenando as interações sociais, a mídia deve ser vislumbrada como lugar de uma construção discursiva que se realiza não apenas em seu dispositivo, mas além, com o cruzamento de diversas falas que acabam por transformá-la em um local de mistura. Assim, as narrativas midiáticas na verdade são construídas e reproduzidas por diferentes sujeitos sociais, que vão desde sujeitos coletivos (como as empresas de comunicação com seus fotógrafos, jornalistas e designers), que partilham realidades comuns, até os sujeitos individuais (os consumidores dos produtos midiáticos), dotados de singularidade e que atualizam valores e recriam suas próprias narrativas.

A proposta aqui é olhar para essa interlocução – ou interlocuções – de maneira mais recortada, selecionando um dispositivo específico para análise. As revistas impressas são um dos mais importantes meios de comunicação, sendo que só no Brasil são vendidas cerca de 600 milhões por ano. Segundo a jornalista Marília Scalzo (2004), uma revista é um misto de veículo de comunicação, negócio, marca, conjunto de serviços, e uma mistura de jornalismo e entretenimento.

Diferente dos jornais diários, que trabalham com a tentativa de dar conta da imediatez das informações, selecionando e publicizando acontecimentos diversos para

atender ao seu público, as revistas têm mais tempo de elaboração, indo além do fato diário, uma vez que sua periodicidade (que varia entre o semanal, quinzenal e mensal) permite que vá além da transmissão das notícias, trazendo análises e reflexões. Além disso, contam com um público segmentado, como "um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá idéia de pertencer a um determinado grupo"(Scalzo, 2004, p. 12). Isso faz com que muitas vezes elas não sejam jogadas fora como os jornais, sendo lidas e relidas, colecionadas.

Espalhadas pelas bancas do país, elas disponibilizam o mais variado repertório de assuntos, formando um verdadeiro mural de informações através de suas capas expostas. Essas capas estão o tempo inteiro interpelando os sujeitos passantes que as observam dependuradas nas bancas. Esses sujeitos possuem à sua disposição, através da visualização das capas de revistas, esse variado repertório de assuntos que chegam até ele através de imagens e manchetes.

> "Uma boa revista precisa de uma capa que a ajude a conquistar leitores e os convença a levá-la para casa. 'Capa', como diz o jornalista Thomaz Souto Corrêa, 'é feita para vender revista'. Por isso, precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor". (Scalzo, 2004, p.62)

Diferente dos jornais impressos, onde a manchete não precisa obrigatoriamente de possuir relação com a imagem, as revistas fazem uso de composição entre imagem e texto em que um completa o outro: muitas vezes, a imagem ou o texto sozinho não trazem significado, sendo este apenas construído na relação entre os dois: a chamada principal e a imagem da capa devem se complementar, passando uma imagem coesa e coerente (Scalzo).

Dentre as diferentes revistas vendidas e – principalmente – expostas nas bancas de todo o país, a escolha do recorte para análise caiu justamente naquelas consideradas revistas de informações. Diferentemente de revistas especializadas em determinados assuntos como, por exemplo, cinema, saúde ou automóveis, as revistas de informação trabalham com fatos precisos, acontecimentos que foram transformados em informação para que essa informação fosse traduzida em uma capa de revista.

Veja é a revista mais vendida e mais lida no Brasil. Trata-se da única revista semanal de informação no mundo a desfrutar de tal situação. Em outros países, revistas de informação têm grandes tiragens, mas nenhuma é a mais vendida de seu país. Com

cerca de 1.200.000 exemplares vendidos toda semana, no mundo todo só perde em vendas para as norte-americanas *Time*, *Newsweek* e *US News*. Suas capas ganham destaque não apenas nas bancas, mas também em outdoors espalhados pelas cidades. São imagens e manchetes às quais é impossível ficar indiferente, dada a sua onipresença nas bancas e em variados locais, como salas de espera, salões de beleza, barbearias e outros espaços públicos: mesmo quem não a lê, tem a oportunidade de visualizar sua capa.

> "Um ponto que diferencia visivelmente a revista dos outros meios de comunicação impressa é o seu formato. Ela é fácil de carregar, de guardar, de colocar numa estante e colecionar. Não suja as mãos como os jornais, cabe na mochila e disfarçada dentro de um caderno na hora da aula. Seu papel e impressão também garantem uma qualidade de leitura – do texto e imagem – invejável." (Scalzo, 2004, p. 39)

Essas capas não são apenas produções gráficas dotadas de significados implícitos ou explícitos, mas também representações que permitem ler a realidade de uma sociedade. A re-escritura de acontecimentos na capa das revistas dá a ver valores que dizem de uma sociedade e falam direto aos sujeitos passantes que essas capas interpelam.

Problemas com o clima, corrupção na política, crise econômica: as capas permitem aos sujeitos um vislumbre daquilo que está acontecendo, fornecem informações que vão se atualizando e se misturando não apenas com os outros meios de comunicação, mas também com as capas de outras revistas e até mesmos com as capas seguintes e anteriores da mesma revista *Veja*.

Nossa hipótese é a de que essas capas são capazes de construir memória, transformando e atualizando representações a partir de acontecimentos dos mais diversos e produzindo um panorama de 40 anos a partir do ponto de vista da revista. Entre as diferentes fontes de memória, acreditamos que *Veja* seja um desses locais onde é possível olhar para um processo mnemônico em movimento, permitindo-nos perceber a construção de uma memória coletiva entre tantas as quais temos acesso. O que nos interessa é a memória específica produzida por esta instituição.

A análise da edição comemorativa de 40 anos de *Veja* foi fundamental para a percepção da memória como aliado essencial para a permanência e fortalecimento de

uma instituição, pois permite que, além de coletivamente compartilhados, seus valores sejam apresentados como naturalmente pertencentes à revista.

A discussão sobre o modo como a própria *Veja* compreende seu passado é importante para perceber os diferentes modos de operação da memória. De acordo com James Wertsch (2002), a memória é sempre baseada no presente (daí a possibilidade da revista mudar sua memória de acordo com sua realidade atual). A memória seria muito mais uma forma de organização (ou reconstrução) de pedaços de informação dentro de um esquema geral, do que uma lembrança acurada de pedaços isolados específicos dos acontecimentos.

Dessa maneira, o que a instituição *Veja* fez foi buscar partes de acontecimentos e reorganizá-los de acordo com seus valores presentes. Assim como nós, a instituição relembra os fatos por seleção, distorcendo ou apagando as partes de informação que não contribuem para a reconstrução do passado.

Entretanto, para tentar compreender uma memória coletivamente formada pelas capas da revista ao longo de quatro décadas, é preciso se debruçar sobre estes "pedaços" de informação, uma vez que eles – mesmo que depois pudessem ser esquecidos e reorganizados -, foram utilizados para a formação de uma memória social (ainda que institucional), que diferentemente de uma memória oficial, é mais aberta para as mais variadas formas de reconstrução.

> "Partindo dessa perspectiva, rememorar é uma forma de ação mediada, que envolve agentes ativos e ferramentas culturais. Não é algo feito por um agente isolado, mas também não é algo que de algum modo é realizado sozinho por uma ferramenta cultural. Ambos precisam estar envolvidos em uma tensão irredutível". (Wertsch, 2002, p. 13)[5]

As capas de *Veja* são pequenas peças de um universo bem maior que formam uma memória social. A memória não deve ser pensada como uma entidade isolada, com existência própria, e sim como algo fruto de um constante embate entre diversos tipos de fontes de informação.

Wertsch explica que a memória coletiva pode ser homogênea ou complementar, e aqui temos a distinção importante para o presente trabalho. Enquanto na memória

[5] "From this perspective, remembering is a form of mediated action, which entails the involvement of active agents and cultural tools. It is not something done by an isolated agent, but is also not something that is somehow carried out solely by a cultural tool. Both must be involved in an irreducible tension" (tradução do autor).

homogênea todos os membros de um grupo dividem a mesma representação do passado (como no caso da memória oficial de *Veja*), na memória complementar temos diferentes membros do grupo com diferentes perspectivas e diferentes lembranças dos acontecimentos, apesar de estarem, ainda, dentro de um sistema coordenado de peças complementares.

Este segundo caso é a proposta de análise das capas de *Veja*, uma vez que, apesar de se encontrarem dentro de uma instituição e seguindo uma sistematização mesmo ao longo de vários anos, elas dão a ver representações sociais abertas às mais variadas interpretações. Wertsch chama de "distribuição contestatória" quando as diferentes informações competem entre si para a formação da memória. Enquanto algumas representações nas capas de *Veja* podem se complementar e "solidificar" determinado acontecimento na memória, outras podem disputar seu lugar no processo de embate que forma a mesma memória.

> Ao invés de propor o impreciso agente mnemônico que é um fio correndo através dos membros de um grupo, a ideia é que as pessoas compartilham uma representação do passado porque compartilham recursos textuais. O uso deste texto pode resultar em memória coletiva homogênea, complementar ou contestatória, mas em todos os casos, ele é a chave para compreender como a distribuição é possível" (Wertsch, 2002, p. 26)[6].

A formação da memória vai sempre envolver uma relação complexa entre os mais variados agentes de representação social. O autor defende que a memória coletiva reflete uma perspectiva específica de um grupo, e não uma realidade global. Trata-se de uma partilha que é coletiva, mas apenas dentro de um determinado agrupamento.

Os estudos sobre memória pessoal costumam focar na representação acurada do passado, enquanto os estudos da memória coletiva assumem a lembrança como algo contestável e resultado de processos de negociação na esfera pública para criar um passado visível. Ao observar a edição de 40 anos da revista *Veja*, pudemos perceber como essa negociação e visualização se dão em uma esfera recortada pela própria instituição.

[6] "Instead of positing the vague mnemonic agency that is a thread running throught the members of a group, the idea is that they share a representation of the past because they share textual resources. The use of this text may result in homogeneous, complementary or contested collective memory, but in all cases, it is the key to understanding how distribution is possible" (tradução do autor).

Para compreender o modo como a memória coletiva construída a partir das capas da revista se faz em um processo de constante embate e reorganização de representações, é preciso dar um passo além. E para isso, é necessário compreender as transformações pelas quais o próprio conceito de memória passou através dos tempos e como a representação social dos acontecimentos se relaciona ao ato de lembrar. É preciso aqui fazer uma apresentação dos conceitos norteadores da pesquisa para em seguida retomarmos a discussão sobre as revistas de informação e a forma como elas podem criar memória. Só tendo de forma clara os conceitos de memória, representação e acontecimentos trabalhados aqui é que poderemos justificar *Veja* como produtora de memória (e não de História). A partir daí, será possível organizar os conceitos operadores de análise neste trabalho.

4.1. Memória

Até Platão, a memória não era problematizada como acesso ao passado, pois era mal vista por ser associada à memorização de textos tradicionais ligados à educação. Mas em "O Sofista" (1979), o filósofo irá trazer a noção de eikõn, que seria o ausente que se encontra presente, em uma implícita referência a um tempo passado. Platão, em seu questionamento a respeito do eikõn, problematiza a memória com relação à imaginação: o ausente só poderia se tornar presente na forma de uma imagem. E a imagem, para ele, vive sob o cunho da suspeita, o que tornaria a memória algo não confiável.

Na tentativa de diferenciar memória e imaginação, Platão cria uma "diferença eidética": a imaginação seria voltada para o fantástico, a ficção, enquanto a memória estaria ligada a uma realidade anterior. Isso é importante para sua discussão sobre a arte que fabrica imagens[7]. Haveria dois tipos da "arte de copiar", uma capaz de copiar fielmente e uma outra mais fantástica. A arte eicástica (relativa ao eikõn) seria a da semelhança fiel, da maior possibilidade possível de realidade na imagem, a coisa ausente verdadeira, enquanto a arte fantástica seria o simulacro que pretende enganar como aquilo que não é.

Para explicar a imagem que se produz a partir do eikõn, Platão fala de uma impressão do ausente no espírito, para que ele se torne presente como imagem. Mas como entre o eikõn e a impressão pode haver fracassos de ajustamento, a imagem formada do ausente não pode nunca ser totalmente confiável. As impressões mais fortes seriam, de acordo com o filósofo, as afecções resultantes de acontecimentos notáveis, marcantes o suficiente para serem sentidas.

Aristóteles também discute a relação entre a afecção sentida e a memória. Do que nos lembramos: da afecção em si ou da coisa que a procede? Ele entende a afecção como algo sempre presente, capaz de fazer a ponte com a coisa ausente. Esta, por sua vez, apareceria sempre como uma inscrição, que teria o objetivo de representar o ausente. Aristóteles chama de "phantasma" a inscrição enquanto ela mesma, e de eikõn a referência à outra coisa. Dessa relação entre os dois, estaria a problemática da memória: conjunção entre a estimulação (que é externa) e a semelhança (interna). A

[7] Segundo Marilena Chauí, o eidos refere-se à ideia, a essência da coisa em si mesma. Quem vê o eidos conhece a ideia e pode fabricar substitutos daquilo que é visto de duas maneiras: na qualidade de eidolopóios, pode fabricar a forma aparente das coisas, o eidolom (ídolo, simulacro), mas se buscar fabricar a semelhança no ato mesmo de ver, estará na eikasia (representação, crença, conjetura, comparação) e tentará fabricar eikõn (ícone, pintura, escultura, imagem). Por isso que Platão, à procura do eidos (ou ideia), vai separá-lo entre eidolon e eikõn: a essência pode ser representada dessas duas maneiras distintas (Chauí, 1988, p. 35).

impressão depende da semelhança para representar o ausente, que por sua vez, só se torna presente a partir de um estímulo externo ao espírito.

Para Aristóteles, a lembrança por meio da afecção seria mais fácil, não demandando muito esforço. Por isso, ele dá o nome de recordação à busca ativa pelo ausente, que demanda trabalho do espírito. Enquanto a lembrança possui sua origem no agente da impressão (o estímulo externo), a recordação tem sua origem em nós mesmos, que precisamos buscar o ausente a partir de um ponto de partida escolhido. É preciso primeiro apreender, para só depois "procurar". Esse percurso temporal percorrido pela recordação seria essencial para a distinção entre memória e imaginação, uma vez que a última não possuiria o passado como sua essência.

É a partir das distinções de Aristóteles que começam a surgir as diferenciações entre memória e lembrança. Memória seria algo único, enquanto as lembranças seriam várias, operadas dentro da memória. Santo Agostinho diz que as lembranças se precipitam no limiar da memória, podendo se apresentar isoladamente ou em cachos. "Sob esse aspecto, as lembranças podem ser tratadas como formas discretas com margens mais ou menos precisas, que se destacam contra aquilo que poderíamos chamar de um fundo memorial, com o qual podemos nos deleitar em estados de devaneio vago" (Ricouer, 2007, p. 47).

A discussão eidética entre imagem e lembrança ganha grande contribuição de Husserl (Husserl apud Ricouer, 2007). O que os gregos tratavam como eikõn e phantasia, Husserl chama de "bild" e "phantasie". Quando fala em "bild", ele está pensando nas presentificações de alguma coisa, como retratos, quadros, esculturas. Quando fala em "phantasie", Husserl trata da ficção, como fadas, anjos e lendas. Mas aos poucos, em seus estudos, "phantasie" vai deixando de ser simplesmente a ficção para se aproximar do vocábulo inglês "idea", oposto a "impression". Torna-se, então, tudo aquilo que não está presentificado, correspondente ao mundo das ideias.

E o "bild" passa a ser compreendido como tudo aquilo que é representado, tornando-se a imagem física que oferece suporte para a "phantasie" (ou o sistema de idéias). O "lembrado" apóia-se, então, no "representado", e a representação tem para ele a função de presentificar a memória ao mesmo tempo em que oferece um suporte a ela. Enquanto passado, a coisa lembrada seria pura "phantasie", mas enquanto dada de novo, durante a percepção de alguma imagem, ela impõe uma modificação à lembrança, que é suspensa. Haveria para ele uma seqüência de percepção-lembrança-ficção que coloca em dúvida a veracidade das representações e, conseqüentemente, da memória.

Sartre (Sartre apud Ricoeur, 2007) chama de “lembrança imagem” o misto entre a lembrança pura e aquela reinscrita na percepção, que estaria a meio caminho da ficção. Essa obrigatória composição das lembranças em imagens seria fonte da maior fraqueza da memória: seu descrédito, pois a ressurreição do passado tenderia a revestir-se de formas alucinatórias, nunca podendo ser confiável como aquilo que realmente se deu.

A percepção sempre estaria impregnada de lembrança, pois a memória seria aquilo que nos permitiria perceber os objetos do mundo. Henry Bergson (1999), que em seus estudos não distingue lembrança de memória, buscou na memória as respostas para sua problematização das percepções da imagem. A função da memória seria evocar as percepções análogas (e até então ausentes) a uma percepção presente, condensando os momentos passados em único, solidificando a apreensão da matéria. Dessa maneira, a percepção seria uma seleção, pois elimina do conjunto de imagens aquelas que não podem ser representadas pela memória, uma vez que para o autor não existe uma percepção pura, destacada como fragmento da realidade, sem se misturar às percepções anteriores.

Mas como separamos e lidamos com a profusão de imagens? Como a percepção seleciona as imagens que interessam? Bergson explica que aos dados imediatos (presentes) misturamos milhares de detalhes de nossa experiência passada, fazendo com que imagens anteriores e percepções imediatas confluem e se entrelaçam, formando a base de nosso conhecimento das coisas. Vários planos de imagens do passado conservados em nosso espírito se ligam por semelhança e contigüidade no momento que são evocados, atualizando-se no dado presente. No reconhecimento de algo haveria, então, uma representação do objeto ausente que se forma a partir do contato entre passado e presente. No momento que esse passado se atualiza, deixa de ser lembrança e se transforma em percepção.

Para Bergson, a memória cumpriria o papel de ligar a percepção pura (a matéria) com a lembrança pura (o espírito), acionando imagens da lembrança que se somam às imagens da percepção imediata, contraindo uma série de imagens na duração da experiência. Assim, a memória seria o tempo todo atualizada, pois as novas percepções se transformariam em imagens que seriam evocadas em percepções futuras, como um constante progresso do passado no futuro. O trabalho da memória seria, para ele, de condensação e contração, conferindo duração à experiência dos sujeitos, e tendo a coisa lembrada sempre identificada a um acontecimento singular, que não se repete.

> "O acontecimento é aquilo que simplesmente ocorre. Ele tem lugar. Passa e se passa. Advém, sobrevém. É ele a aposta da terceira antinomia cosmológica kantiana: ou resulta de algo anterior conforme a causalidade espontânea. No plano fenomenológico, no qual nos situamos aqui, dizemos que nos lembramos daquilo que fizemos, experimentamos ou aprendemos em determinada circunstância particular. Mas abre-se um leque de casos típicos entre os dois extremos das singularidades dos acontecimentos e das generalidades, as quais podemos denominar 'estado de coisas'. São também próximas do acontecimento único as aparições discretas (dado pôr-do-sol numa tarde especial de verão), os semblantes singulares de nossos parentes e amigos, as palavras ouvidas segundo seu modo de enunciação a cada vez nova, os encontros mais ou menos memoráveis" (Ricouer, 2007, p.42).

Pupilo de Bergson, Maurice Halbwachs (1990) iniciou um trabalho com Durkheim que o levou a questionar a memória como ligada ao espírito, pois percebeu que o ser humano nunca está só, carregando consigo toda a sociedade, com suas referências, valores e regras. Assim, ele entendia que nossas lembranças não tinham origem no espírito, mas nas relações sociais. Com uma concepção da memória fortemente ligada ao social, Halbwachs cunhou o termo memória coletiva para explicar o compartilhamento de lembranças. Para ele, o indivíduo seria capaz de ter lembranças ligadas à vida pessoal e também seria capaz de se comportar como membro de um grupo e manter lembranças impessoais.

Não teríamos no pensamento imagens totalmente prontas: a sociedade nos daria as indicações necessárias para reconstruir partes de nosso passado que representamos e acreditamos ter saído de nossa memória. As memórias dos outros auxiliam a minha, preenchendo lacunas e oferecendo dados para que eu me apóie. Pessoas pertencentes a um mesmo grupo possuem uma memória comum, coletivamente compartilhada, normalmente construída a partir de acontecimentos com poder de afetar todos ao mesmo tempo: na memória do grupo se destacam as lembranças de eventos que dizem respeito à maioria.

Recorremos ao testemunho dos outros para reforçar o que sabemos, com nossas lembranças se adaptando ao conjunto de nossas percepções do presente e a imaginação muitas vezes preenchendo os hiatos de memória. Dessa maneira, nosso passado acaba se confundindo com o do grupo do qual fazemos parte, e é por isso que nos lembraríamos com mais facilidade daqueles acontecimentos vividos em conjunto, pois teríamos acesso a outras memórias para solidificar a nossa.

Para Halbwachs, não conseguimos perceber que na verdade somos apenas um eco, reproduzindo representações que são socialmente compartilhadas, e ele chama de

“intuição sensível” a consciência puramente individual dos indivíduos que é responsável pela diferença de pontos de vista que faz com que meu passado individual seja diferente daquele de outra pessoa que compartilha comigo um mesmo grupo. Cada memória pessoal seria um ponto de vista sobre a memória coletiva, e esse ponto de vista mudaria de acordo com o lugar que ocupo dentro do grupo.

> Conceder-nos-ão, talvez, que um grande número de lembranças reaparecem porque nos são recordadas por outros homens; conceder-nos-ão mesmo que, quando esses homens não estão materialmente presentes, se possa falar de memória coletiva quando evocamos um acontecimento que teve lugar na vida de nosso grupo e que considerávamos; e que consideramos ainda agora, no momento em que nos lembramos, do ponto de vista desse grupo (Halbwachs, 1990, p. 36).

Buscando uma diferenciação entre memória e História, Halbwachs entende que a memória coletiva é aberta a modificações, em constante transformação, enquanto a História se dá quando a memória social já se fixou, não havendo mais chances de mudança sobre os pontos de vista do passado. A História copilaria os fatos que ocuparam lugares mais destacados na memória coletiva, mas ao contrário da História, que vai além do grupo, a memória não ultrapassa os limites de um grupo, existindo enquanto o grupo existir. Memória não possui linhas de separação como a História, que cria divisões de épocas[8]. Nesta diferenciação com a História, a memória coletiva, para Halbwachs, possui a função social de religar tradições e estabelecer a continuidade. Enquanto a História estabelece e fixa blocos temporais (Idade Média, Renascimento, Iluminismo, por exemplo), como se cada um fosse uma estrutura separada do restante, a memória coletiva teria a fundamental importância de criar uma necessária ilusão de continuidade, recriando valores, renovando lembranças e reclassificando os esquecimentos.

Memória seria, então, muito mais móvel, fluída e misturada, estendendo-se até onde consegue, o que dificulta estabelecer um ponto exato onde memória se transforma em História. Esta seria única, enquanto as memórias seriam várias, já que cada grupo possui sua própria memória coletiva. Essa caracterização da memória coletiva por Halbwachs pressupõe formações de memórias consensuais e de grupos relativamente

[8] Importante lembrar que Halbwachs trabalha como uma concepção durkheimiana da História como uma sucessão de estruturas rigidamente fixadas. O autor não leva em consideração as historiografias plurais e nem mesmo uma perspectiva historicista mais relativista.

estáveis, em contraste com os grupos sociais fragmentados da atualidade, em que existe uma nova dinâmica de temporalidade que dificulta a existência de formas de memórias consensuais coletivas. Não que atualmente não existam memórias coletivas, mas essas tornam-se mais difíceis de se formar de maneira estável no mundo contemporâneo.

Segundo Andreas Huyssen[9] (2000), os discursos da memória de um novo tipo emergiram no Ocidente pela primeira vez na década de 1960, na busca dos novos movimentos sociais por histórias alternativas e revisionistas. Esses discursos se aceleraram nos anos 1980, na Europa e nos Estados Unidos, em torno da amplificação do debate sobre o Holocausto. Datas comemorativas como os quarenta anos do fim da Segunda Guerra Mundial em 1985, ou a queda do muro de Berlin em 1989 provocaram uma onda de revisionismos e debates históricos. A guerra de Kosovo, já no final da década de 1990, confirmou o crescente poder da cultura da memória: a legitimação da intervenção humanitária da OTAN no país foi largamente dependente da memória do Holocausto, confirmando seu uso como lugar-comum universal para os traumas históricos.

Teve início uma globalização da memória que assistiu a outros fenômenos. A partir da década de 1970 pôde-se observar, na Europa e nos Estados Unidos, a restauração de velhos centros urbanos, museus, modas retrô, comercialização em massa da nostalgia, a automusealização através da câmera de vídeo, crescimento de romances históricos, aumento de documentários na televisão (incluindo a criação do "History Channel" nos Estados Unidos), crescente número de pedido de desculpas pelo passado feito por líderes religiosos e políticos.

> "Não há dúvida de que o mundo está sendo musealizado e que todos nós representamos os nossos papéis neste processo. É como se o objetivo fosse conseguir a recordação total. Trata-se então da fantasia de um arquivista maluco? Ou há, talvez, algo mais para ser discutido neste desejo de puxar todos esses vários passados para o presente? Algo que seja, de fato, específico à estruturação da memória e da temporalidade de hoje e que não tenha sido experimentado do mesmo modo nas épocas passadas" (Huyssen, 2000, p. 14).

Trata-se de uma cultura da memória que se disseminou a partir da década de 1970. Surgiu uma comercialização - explícita e crescentemente bem sucedida - da

[9] Huyssen está mais especificamente interessado na emergência da memória como preocupação cultural e política da sociedade. Sua preocupação está em compreender como a questão da memória se relaciona com a questão da contemporaneidade.

memória pela indústria cultural do ocidente. Entretanto, é importante reconhecer que embora os discursos da memória sejam um fenômeno global, em seu núcleo eles permanecem ligados às histórias de nações e estados específicos.

O privilégio intensivo dos temas da memória e do passado traz consigo um paradoxo: a própria cultura da memória vem sendo acusada de amnésia. Críticos e estudiosos lamentam a perda de consciência histórica. Essas críticas são feitas principalmente à mídia, pois a imprensa, a internet, a televisão e o cinema são responsáveis por tornar a memória cada vez mais disponível (à maneira do jargão dos informatas, que falam em "disponibilização" de informações nas páginas da internet). O aumento explosivo da memória seria acompanhado por um aumento explosivo de esquecimento.

> "Afinal, e para começar, muitas das memórias comercializadas em massa que consumimos são 'memórias imaginadas' e, portanto, muito mais facilmente esquecíveis do que as memórias vividas. Mas Freud já nos ensinou que a memória e o esquecimento estão indissolúveis e mutuamente ligados; que a memória é apenas uma outra forma de esquecimento e que o esquecimento é uma forma de memória escondida" (Huyssen, 2000, p. 18).

A descrição feita por Freud vale também para as sociedades de consumo contemporâneas, em que uma obsessão pela memória nos debates públicos se choca com um pânico frente ao esquecimento. Quanto mais nos pedem para lembrar, maior parece ser a necessidade e o risco do esquecimento. Esse enfoque sobre a memória é energizado pelo nosso desejo de buscar âncoras em um mundo caracterizado por uma crescente instabilidade do tempo e pelo fraturamento do espaço. Porém, ao mesmo tempo, essas mesmas estratégias de rememoração podem ser transitórias e incompletas.

Para Huyssen, a discussão sobre memória pessoal, geracional ou pública deveria abordar a influência das novas tecnologias de mídia como veículo para todas as formas de memória. Segundo ele, as questões cruciais da cultura contemporânea estão localizadas atualmente no limiar entre a memória e a mídia, que modela a memória pública à sua própria estrutura e forma.

A memória coletiva de uma sociedade não é menos instável; sua forma não é permanente. Ela é negociada no corpo social de crenças e valores, rituais e instituições. Nossa vontade presente tem grande impacto sobre o que e como rememoramos. O passado rememorado está sempre inscrito no nosso presente. Toda a estrutura de

memória é fortemente contingente frente à formação social que a produz. Nossa memória é construída através de uma variedade de discursos e diversas camadas de representações.

James Fentress e Chris Wickham (1992), interessados em pensar a memória coletiva em meio a essa abundância de representações e discursos da sociedade atual, propõem uma evolução no conceito de memória coletiva criado por Halbwachs:

> "Um importante problema que se depara a quem quer que pretenda seguir Halbwachs neste campo é o de elaborar uma concepção de memória que, sem deixar de prestar plena justiça ao lado colectivo da vida consciente de cada um, não faça do indivíduo uma espécie de autômato, passivamente obediente à vontade colectiva individualizada" (Fentress e Wickham, 1992, p. 07).

Por esta razão, os dois preferem a expressão "memória social" ao invés de "memória coletiva", uma vez que memória coletiva pode passar a idéia de um inconsciente coletivo em forma narrativa, enquanto o conceito de memória social traz uma noção de disputa, de guerra pelo passado. Por neste trabalho buscarmos a memória formada coletivamente por um conjunto de discursos e representações (muitas vezes contraditórios) adotaremos também o conceito de memória social, por acreditarmos que, ao compreender a memória como resultado de um constante embate e disputa, trata-se de um conceito mais amplo, possuindo uma concepção de memória mais maleável e aberta a modificações segundo os valores e ideias presentes na sociedade.

> "A memória social é de facto muitas vezes selectiva, distorcida e pouco rigorosa [...] Em si e por si, a memória é simplesmente subjetiva. Ao mesmo tempo, porém, a memória é estruturada pela linguagem, pelo ensino e observação, pelas idéias colectivamente assumidas e por experiências partilhadas com os outros. Também isso constrói uma memória social" (Fentress e Wickham, 1992, p. 20).

A memória social é, então, formada por uma série de informações compartilhadas. Ao mesmo tempo, é local de produção de identidade e de sentimento de pertencimento: o mesmo grupo que atua na produção de representações sociais que formam a memória também necessita desta mesma memória para sua manutenção enquanto grupo comum.

Retomando alguns conceitos indicados nesse breve estado da arte sobre a memória, percebe-se que mesmo na filosofia já era apontado o privilégio concedido

espontaneamente aos acontecimentos dentre todas as coisas que lembramos. Esses acontecimentos apareceriam em nossas lembranças como representações em forma de imagens, que seriam constantemente atualizadas em nosso fazer social. A memória aqui será compreendida, então, como representações compartilhadas coletivamente que são constantemente transformadas em nossas relações sociais e na maioria das vezes estão ligadas a acontecimentos com grande poder de afetação coletiva.

4.2. Representação e memória

Para dar conta do intuito deste trabalho, será necessário buscar os pontos comuns entre representação e memória, na tentativa de compreender a forma como estes conceitos se relacionam. Segundo Rosa Cabecinhas (2006), "as representações sociais constituem um conceito fundamental para entender o modo como a história é recordada ou esquecida pelos indivíduos em função de suas identidades sociais" (Cabecinhas, 2006, p. 05). A memória surge para a autora como processo social, dependente das relações entre sujeitos.

> "O carácter social da memória resulta de vários factores: o processo de recordar é social, dado que a evocação das recordações é feita a partir de dicas de contexto; os pontos de referência que cada indivíduo utiliza para codificar, armazenar e recuperar informação são definidos socialmente; e a memória individual não poderia funcionar sem conceitos, ideias, imagens e representações que são socialmente construídos e partilhados. Ou seja, a memória de cada indivíduo é social no seu *conteúdo* (eventos, personagens, etc.) e no seu *processo* (codificação, armazenamento e recuperação da informação)" (Cabecinhas, 2006, p. 05).

O conceito de representação social surge de uma formulação inicial de Émile Durkheim (1970) na tentativa de avançar na problematização do conhecimento iniciada por Kant. O sociólogo via problemas na discussão de conceitos e categorias de conhecimento elaboradas na filosofia kantiana. Ambos concordavam que a base do conhecimento é a fundamentação racional surgida a partir da dualidade da natureza humana, expressa no ser humano dividido entre corpo e alma. A compreensão desta dualidade seria fundamental para a compreensão do conhecimento, mas a tese kantiana do dualismo ser fundado na existência simultânea de faculdades distintas como a sensibilidade e a razão (o particular e o universal) não apontava, para o sociólogo, as origens destas faculdades (o que seria o cerne do problema). Ele pretendia explicar

como é possível coexistir no mesmo ser atitudes contraditórias: de um lado as emanações de base orgânicas (sensações, apetites) e puramente individuais; de outro o pensamento conceitual e as ações morais universalizáveis.

Durkheim propôs, então, adotar o método sociólogo nesta investigação, compreendendo o espírito humano como um sistema de fenômenos comparável a qualquer outro fenômeno observável (Durkheim, 1970, p. 326). Este método vai levá-lo a encontrar as origens da dualidade humana na própria sociedade. A divisão social entre sagrado e profano que, segundo o autor, é a base de todas as religiões, explica esta divisão da natureza humana: o sagrado possui uma autoridade que se impõe sobre as vontades individuais, gerando estados mentais que "vêm da sociedade; eles a traduzem em nós e nos atam a alguma coisa que nos supera. Sendo coletivos eles são impessoais; eles nos dirigem a fins que temos em comum com os outros homens" (Durkheim, 1970, p. 328).

Há aí uma passagem da noção de consciência coletiva para representações coletivas: a ênfase não é mais a morfologia social, mas no simbolismo coletivo como fundante da realidade social. A sociedade, para Durkheim, é a única fonte de humanidade, apenas a vida coletiva dá ao indivíduo consciência moral e pensamento lógico. As representações coletivas surgem como resultado desta síntese dos indivíduos associados: o ser humano gera a todo momento novas representações que são encarnadas na forma de um símbolo. É o símbolo que, para o autor, permite que a representação remeta à totalidade, pois faz uso de um objeto cuja visão não é puramente individual, mas constituído por síntese coletiva e, assim, capaz de atingir qualquer consciência individual. Seguindo este raciocínio, Durkheim consegue explicar a natureza da dualidade humana e formular sua teoria a respeito da produção de conhecimento. Pensar conceitualmente é buscar a totalidade, indo além da esfera do indivíduo, uma vez que a origem e o destino deste pensamento é a realidade coletiva. Logo, para o autor, conceitos são representações coletivas. Se as categorias são o conteúdo expressivo de conceitos gerais, Durkheim chega às categorias do conhecimento formuladas por Kant como representações coletivas.

A teoria das representações coletivas de Durkheim, entretanto, é por demais abrangente, abrigando toda a forma possível de representações, como mitos, imagens, religião, tradição, linguagem, idioma, crenças. Isso torna sua utilização como ferramenta teórica pouco operacional. Buscando sua atualização, Serge Moscovici (1989) tratou de, através de uma perspectiva da psicologia social, trazer as ideias de

Durkheim (elaboradas no final do século XIX e início do século XX) para as sociedades dos anos 1960, pensando no contexto de uma especialização cada vez maior do indivíduo em seu trabalho e na velocidade de informação, que impõem o constante processamento do novo.

Apoiado na psicologia social, Moscovici passou a abordar as representações coletivas a partir da relação indivíduo-sociedade, com interesse pela cognição, a forma como os grupos e sujeitos constroem conhecimento a partir da interação social e cultural, e como a sociedade se constrói também a partir desta relação. O interesse estava em perceber como sujeito e sociedade interagem para construir a realidade.

O autor chegou assim ao conceito de representações sociais, que para ele seriam formadas de forma consensual, a afirmação do senso-comum e do conhecimento cotidiano.

> "A representação social seria uma forma de conhecer típica dessas sociedades, cuja velocidade vertiginosa da informação obriga a um processamento constante do novo, que não abre espaço nem tempo para a cristalização de tradições, processamento que se esteia no olhar de quem vê. A representação social, portanto, não é uma cópia nem um reflexo, uma imagem fotográfica da realidade: é uma tradução, uma versão desta. Ela está em transformação como o objeto que tenta elaborar. É dinâmica, móvel" (Arruda, 2002, p. 134).

Na perspectiva de Moscovici, a representação social transforma sujeito e objeto: o sujeito amplia seu repertório a partir do objeto, ao mesmo tempo em que o objeto se acomoda ao repertório do sujeito, que por sua vez se modifica graças à presença do próprio objeto. A representação não é, portanto, uma cópia exata da realidade, mas resultado de um processo de conhecimento que é socialmente elaborado, fruto de interações mútuas que se estabilizam simbolicamente e auxiliam na construção da realidade coletiva.

O conceito de representação social é utilizado por diferentes autores na tentativa de compreensão da realidade social, e será aqui tratado a partir da perspectiva de Stuart Hall (1997), que entende a representação como local de encontro entre significados e linguagem em uma cultura. A revista *Veja* será percebida, então, como local onde signos e imagens representam sentidos compartilhados em uma sociedade, ao mesmo tempo em que atualiza ou modifica esses significados. Cultura é compartilhamento de significados, e é na linguagem onde os significados são produzidos e trocados, e onde

damos sentido às coisas. Os significados só podem ser compartilhados pelo nosso acesso comum à linguagem, o que a faz central para o significado e a cultura.

Buscando perceber como a linguagem constrói significados, Hall a compreende como um sistema de representação, onde usamos signos e símbolos para representar para os outros nossos conceitos, ideias e sentimentos. Linguagem seria, então, um dos meios pelos quais pensamentos e valores são representados na cultura. Hall chama a atenção para o fato de que é a capacidade das pessoas de transmitirem seus pensamentos e ideias e serem entendidos por outros o que demonstra o pertencimento de todos a uma mesma cultura. Entendendo a cultura como sentimentos, emoções e ideias, podemos pensar os significados culturais como aquilo que organiza e regula praticas sociais, influenciando nossas condutas e tendo como consequência efeitos reais e práticos.

As coisas em si não possuem um significado único, fixo e imutável: são os sujeitos participantes na cultura que dão significados aos objetos, pessoas e acontecimentos. É pelo nosso uso dessas coisas, o que dizemos, pensamos e sentimos em relação a elas, que as representamos, e assim damos a elas significados. Usando a discussão de K. Woodward sobre cultura e identidade, Hall aponta o poder dos significados para nos dar um sentido de quem somos e onde pertencemos, sendo produzidos e trocados em todas as interações sociais e pessoais em que fazemos parte, incluindo, claro, a mídia.

O que nos faz retornar à linguagem como sistema de representação. A mídia, obviamente, opera através da linguagem, e é a linguagem que promove a circulação e produção de significados. Isso é feito através de elementos como sons, palavras, gestos, expressões e até roupas que funcionam como símbolos que carregam significados, representando os sentidos que se pretendem comunicar. Hall busca uma abordagem discursiva para a compreensão da representação, pois acredita que no discurso pode-se perceber não apenas como a linguagem e a representação produzem significado, mas também como um discurso particular conecta-se ao poder, regulando condutas e construindo identidades e subjetividades, definindo a maneira como certas coisas são representadas pensadas e estudadas.

Olhando para a linguagem como local privilegiado para a percepção da representação e focado nas estruturas do discurso, Hall opta por um método de análise voltado para os textos como local de visualização dos sentidos que circulam pela cultura. Entretanto, ele está sempre atento para o contexto da produção desses textos, uma vez que entende que um estudo da representação só pode ser feito tendo em mente

o sistema cultural e social em que o significado simbólico circula (ou circulou). Isso porque a representação funciona menos como um modelo de um único transmissor, mas mais como um diálogo, sempre em uma interação dos lados do processo comunicativo: o significado vai sempre depender da relação das coisas com o mundo.

Segundo Hall, a representação conecta significado e linguagem em uma cultura, envolvendo usos de signos e imagens. Trata-se da produção de significados dos conceitos em nossas mentes, permitindo que nos liguemos ao mundo "real" de objetos, pessoas e eventos e também ao imaginário e à ficção. Há, para o autor, dois sistemas de representação.

> "Primeiro, há o 'sistema' pelo qual todo tipo de imagens, pessoas e acontecimentos são correlacionados com uma série de conceitos ou *representações mentais* que carregamos em nossas mentes. Sem elas, não poderíamos interpretar o mundo significantemente. Em primeiro lugar, então, significado depende do sistema de conceitos e imagens formado em nossos pensamentos que podem substituir ou "representar" o mundo, permitindo-nos fazer referência as coisas tanto dentro como fora de nossas mentes. (Hall, 1997, p. 17)[10]

O outro "sistema" depende da construção de uma série de correspondências entre nosso mapa conceitual e os signos, que são organizados através da linguagem. Da relação entre as coisas, seus conceitos e os signos, nasce o significado, e é o processo responsável pela união desses três elementos que Hall chama de representação.

Retornando a Bergson e Halbwachs, é pela memória que conseguimos perceber as coisas e dar significado ao mundo. Propõe-se aqui pensar a memória como fonte e produto de representações, formada na relação entre significados e linguagem. Isso confirmaria a concepção de Husserl da lembrança como uma espécie de imagem representada, que ele chama de "bild": representações que descrevem alguma coisa de maneira indireta. A coisa lembrada seria uma simples ideia (a Phantasie), mas enquanto representada, é percebida e retorna como presente. A lembrança, então, retornaria ao mundo na forma de imagens, representações criadas a partir da percepção (Husserl apud Ricouer, 2007, p. 65).

[10] "First, there is the 'system' by wich all sorts of objects, peoples and events are correlated with a set of concepts or mental representations wich we carry around in our heads. Without them, we could not interpret the world meaningfully at all. In the first palce, then, meaning depends on the system of concepts and images formed in our thoughts which can stand for or 'represent' the world, enabling us to refer to things both inside and outside our heads" (tradução do autor).

A noção de Hall afasta-se um pouco da conceituação bergsoniana de memória, pois para ele os conceitos podem ser trabalhados na mente independentemente do objeto percebido (o que não é tratado por Bergson). Entretanto, seu pensamento está de acordo com a concepção de Halbwachs (e também Fentress e Wickham), que acredita que a memória existe sem a necessidade da percepção de um objeto, pois o ser humano é social, "carregando" consigo todas as referências da sociedade. Por esse motivo, este trabalho optará pelo conceito de memória social, que se forma a partir de imagens mentais compartilhadas socialmente para traduzir-se em signos.

Palavras sons e imagens, mesmo quando exibem semelhança com aquilo a que se referem, continuam sendo signos: carregam significados que precisam ser interpretados. E para interpretá-los devemos acessar os dois sistemas de representação, ligando nosso mapa conceitual à linguagem que "traduz" a coisa referida. Mas quando a relação entre o signo e seu referente fica menos clara, o significado começa a deslizar, não sendo mais transparente. Precisamos lembrar que o significado é construído no sistema de representação, mas que é no código onde se torna fixo, estabilizando-se dentro de diferentes linguagens e culturas. E o signo é sempre lido a partir de um significante que faz referência a um significado (Saussure). Assim, a interpretação é parte essencial para o processo de significação, uma vez que todo significante precisa ser decodificado pelo receptor. Apesar do próprio Hall apontar as falhas do modelo de Saussure por focar apenas nas formas (especialmente na linguagem), não entrando em uma discussão de poder, historicidade e cultura, o linguista é importante por mostrar a representação como prática discursiva e a semiótica surge como uma ferramenta de análise importante das representações.

Como somos nós que damos significado às coisas (pela relação que estabelecemos entre conceitos e signos organizados pela linguagem), a representação se forma nesse dialogo entre os discursos produzidos e o sistema cultural estabelecido à sua volta. Dessa maneira, em um complexo circuito de formas, valores e ideias, significados são fixados e oferecidos para serem compartilhados e apropriados pelos sujeitos.

Esses significados, uma vez compartilhados socialmente, retornam ao "primeiro sistema", atualizando-o de maneira cíclica e assim construindo e transformando a memória social. As capas de *Veja* serão percebidas aqui como locais de produção de significados sobre o Brasil e o mundo. Esses significados, já produtos de representações

compartilhadas, atuam como ingredientes para a criação de uma memória social poderosa, dado o alcance das capas de *Veja* junto aos brasileiros.

É aí que entra a questão problematizadora da pesquisa. Da relação entre os diferentes acontecimentos reescritos na capa da *Veja*, que tipo de memória é construída? Não falamos de uma memória concreta e fixa, dada como um enredo linear seguindo uma narrativa com início, meio e fim[11]. O desafio está em conseguir perceber os significados construídos na formação de uma memória que é fragmentada por natureza, formada por imagens e textos que mudam durante as semanas, meses e anos.

Devido ao privilégio dado aos acontecimentos pela memória, as capas da revista serão entendidas como acontecimentos representados: ao mesmo tempo produto de relações sociais e também fonte de memória. Trata-se da linguagem tentando fixar significados que serão a partir daí oferecidos para publicização. Com o intuito de perceber os diferentes modos operatórios da revista com relação aos acontecimentos, serão trabalhadas duas concepções diferentes, uma voltada para seu natural poder de afetação na experiência e outra como construção discursiva.

4.3. Acontecimentos representados

Louis Quéré (2005) procura demonstrar que em nossa experiência individual ou social confrontamo-nos com acontecimentos de natureza diferenciada. Há os acontecimentos que ocorrem independentemente de nossa vontade ou expectativa e há também aqueles que são provocados ou controlados com objetivos estratégicos. Há os que se produzem devido às modificações que atingem as coisas e aqueles que ocorrem conosco, nos modificando. Há também aqueles que ocorrem no dia a dia sem receber importância especial e outros que são mais marcantes, a ponto de se tornarem referências em uma trajetória individual ou coletiva.

Essa tentativa de situar o acontecimento na organização da experiência individual ou coletiva encontra dificuldades quando as ciências sociais apreendem o acontecimento como integrante exclusivo da ordem histórica e causal, não sendo também percebido como parte da ordem do sentido. A crítica de Quéré direciona-se às ciências que buscam apreender o acontecimento encerrando-o na categoria do fato e compreendendo-o unicamente sob o modo da causalidade, sem levar em conta a sua

[11] A proposta é ir além da análise da técnica de memória presente em produtos midiáticos que se oferecem como fonte de recordação, contendo uma narrativa clara com o intuito de fazer lembrar. Esse trabalho foi desenvolvido na minha dissertação de Mestrado em Comunicação Social: *Eclipses do Inesquecível: o acontecimento na mnemotécnica da Retrospectiva de Fim de Ano*. 2007 – UFMG. Disponível em http://www.fafich.ufmg.br/gris/biblioteca/teses/eclipses-do-inesquecivel.pdf/view

dimensão hermenêutica, isto é, desprezando-se a atribuição posterior de valores e significações que lhe são atribuídos pelos sujeitos.

Citando Hannah Arendt, Quéré apresenta duas formas distintas de compreensão do acontecimento. Considerado sob o ponto de vista do entendimento (que privilegia a contemplação), o acontecimento é um fato ocorrido no mundo, explicado à maneira de um encadeamento de fatores e inscrito em um contexto causal: é um fim no qual culmina aquilo tudo que o precedeu. Já se olhando para o acontecimento do ponto de vista da ação, ele é um fenômeno hermenêutico, pois além de pedir para ser compreendido através de causas, também faz compreender as coisas, possuindo poder de revelação.

Por quebrar a continuidade, não é compreendido em um primeiro momento, uma vez que é rompida a serialidade daquilo que decorre e configura o possível. Para Quéré, o acontecimento apresenta um caráter inaugural, pois ao produzir-se não é apenas o início do processo, mas marca também o fim de uma época e o começo de outra. Não conseguimos compreendê-lo porque ainda não é possível inseri-lo em um contexto ou considerá-lo resultado de um encadeamento em série. Ao acontecer, somos obrigados a reconhecer possibilidades que julgávamos impossíveis e excediam nosso sentido do provável. O corte na continuidade provoca a possibilidade de novos possíveis serem configurados, pois rompe com as expectativas.

O autor volta-se para a compreensão do acontecimento e da situação que ele gera ou revela através da comprovação da experiência e dos seus efeitos. Essa comprovação passa, também, pela explicação causal do acontecimento, que não é unicamente da ordem da contemplação, mas sim uma componente do seu caráter hermenêutico. A noção de causalidade e, conseqüentemente, de continuidade, é importante para perceber como o acontecimento introduz uma descontinuidade. Apesar de sua ocorrência mudar alguma coisa no estado anterior do mundo, nem todos os acontecimentos são inesperados, existindo aqueles previstos, mas que, ainda assim, fazem emergir algo novo. Os grandes acontecimentos, porém, são, em sua maioria, inesperados, marcados pela descontinuidade:

> “São descontínuos relativamente a uns e a outros e excedem as possibilidades previamente calculadas, rompem com a seriação da conduta ou do correr das coisas – há seriação quando actos ou os acontecimentos anteriores da série abrem a via aos seguintes, de tal forma que estes resultam dos que os precederam. Esta

> descontinuidade provoca surpresa e afecta a continuidade da experiência porque a domina" (Quéré, 2005, p. 04).

Esse seria o motivo pelo qual procuramos reduzir as descontinuidades ao buscar socializar as surpresas provocadas pelos acontecimentos: restauramos a continuidade através da ligação do acontecimento a um contexto no qual ele se integra de maneira coerente e acaba por surgir como previsível. Entretanto, como ressalta Quéré, esse contexto não preexistia ao acontecimento.

É preciso que haja o acontecimento para que surja um passado desse acontecimento. Cria-se um passado relativo e exclusivo a esse acontecimento, e o mesmo ocorre com o contexto. Segundo Quéré, um acontecimento esclarece o seu passado e o seu futuro. Ocorrido no presente, ele delimita o que tornou possível a sua particularidade, criando um passado em função do sentido novo cujo surgimento ele provocou. Assim, o acontecimento possui um poder de esclarecimento e um sentido discriminatório. Sua observação permite descobrir o campo do qual ele faz parte e identificar a situação em que ele se insere.

O acontecimento torna-se o pivô do inquérito sobre determinada situação, pois permite que se faça diferenciações e distinções, estabeleça-se oposições e contrastes e escolha-se respostas apropriadas. Confrontados com um acontecimento, buscamos respostas para as questões: o quê, onde, por quê. Essa tentativa de se avaliar a situação referente ao ocorrido equivale, de acordo com Quéré, a uma construção de intriga. Trata-se de um enlaçamento entre as coisas devido a um acontecimento que se encaminha de maneira progressiva para um desenlace. "A maioria dos acontecimentos que retêm a nossa atenção, retêm-na em função da sua pertença a tais intrigas. Mas, por outro lado, é à luz desses acontecimentos que se forma a nossa compreensão da evolução das intrigas" (Quéré, 2005, p. 21).

Uma intriga (ou enredo) é mais do que uma história em torno de um tema. Ela também representa uma situação problemática caracterizada por conflitos, tensões e contradições. Um problema é formado por uma série de elementos constitutivos que se entrelaçam com outros problemas conexos criando um campo problemático. Os acontecimentos, ao se integrarem em uma intriga, ganham lugar em campos problemáticos. Graças a seu poder de esclarecimento e discriminação, servem como pivôs dos inquéritos que buscam soluções. Quéré apresenta os media como local privilegiado para se perceber os campos problemáticos formados pelos acontecimentos.

> "O papel dos media é, sem dúvida, decisivo enquanto suportes, por um lado, da identificação e da exploração dos acontecimentos, por outro, do debate público através do qual as soluções são elaboradas ou experimentadas. Mas importa sublinhar o carácter distribuído do inquérito que está na base de toda a problematização. Todos os tipos de actores sociais, desde os cidadãos militantes aos peritos e pesquisadores em ciências sociais, passando por sindicalistas, homens políticos e funcionários, eventualmente polícias e magistrados, e todo tipo de agências, instituições e organizações contribuem para ele. Não há coordenação organizada dessas participações. A coordenação faz-se através do debate público cujos suportes e arena são múltiplos, ou através de concertações que concretizem as decisões tomadas aos mais diversos níveis e destinadas a dar solução aos problemas" (Quéré, 2005, p. 22).

A mídia, e mais claramente o jornalismo, alimenta-se de acontecimentos em seu trabalho diário de informar seu público. Entretanto, como o próprio Quéré afirma, os acontecimentos têm como característica romper com o cotidiano, o que leva à questão: como o jornalismo consegue apresentar diariamente acontecimentos se esses últimos se caracterizam exatamente por só ocorrerem de tempos em tempos?

Em uma concepção diferenciada daquela apresentada por Quéré, Maurice Mouillaud (1997) entende que os acontecimentos, apesar de explodirem na superfície da mídia, são na verdade o final de uma longa cadeia de transformações que entregam um real já domesticado. Na mídia, o acontecimento ganha a forma da informação: é um fragmento extraído de uma totalidade que não pode ser compreendida. Mouillaud vê o acontecimento, então, como um enquadramento, que emoldura um fragmento da experiência, separando-a de seu contexto e, com isso, permitindo sua conservação e seu transporte.

Percebe-se, aí, um conceito de acontecimento como algo mais próximo de uma construção, ordenado e estruturado a partir dos media, que ganha relevância não por suas características próprias, mas pela forma de publicização. Para Patrick Charaudeau (2006), o acontecimento midiático é sempre construído, selecionado em função de seus potenciais de atualidade, socialização e imprevisibilidade. O potencial de atualidade se avalia segundo a distância que separa o momento da aparição do acontecimento do momento da informação. Este potencial leva a mídia a tratar o acontecimento em sua imediatez, como se fosse algo definitivo, sem ligação com um acontecimento interior. Além disso, a imediatez liga-se a um potencial de proximidade espacial: a noção de atualidade carrega consigo a proximidade física do fato que está sendo mostrado.

O potencial de socialização é avaliado segundo sua aptidão para representar o que acontece no mundo e afetar o destino de uma coletividade. O potencial de imprevisibilidade é aquele responsável por captar o interesse, atenção e afeto do sujeito. Ele se dá pelo fato de que o acontecimento vem perturbar a tranqüilidade do sistema de expectativas do sujeito consumidor de informações, fazendo com que os meios de comunicação procurem sempre colocar em evidência o insólito ou notável. Assim, para Charaudeau, todo tipo de fenômeno pode ser um acontecimento desde que seja reportado como novidade, naquilo que o autor chama de "processo evenemencial":

> Para que um acontecimento possa ser percebido, é necessário que se produza uma *modificação* no estado de mundo fenomenal, geradora de um estado de desequilíbrio, que essa modificação seja *percebida* por sujeitos (ou que estes julguem que houve modificação) num efeito de 'saliência', e que essa percepção se inscreva numa rede coerente de *significações sociais* por um efeito de 'pregnância'" (Charaudeau, 2006, p. 99).

O acontecimento bruto é, de acordo com Charaudeau, algo que produz uma modificação no estado do mundo, se manifestando fisicamente, porém sem significação. Para que signifique, é necessário que seja percebido, mas também que seja formulado a respeito dele um discurso que permita dotá-lo de sentido e integrá-lo a um mundo de inteligibilidade social. O acontecimento midiático é o resultado de um dos discursos que transforma o fato bruto em um acontecimento suscetível de ser percebido e entendido pelos receptores da informação. Mas a atividade de transformação da instância midiática não se exerce de qualquer maneira. Depende, por sua vez, das propriedades potenciais do fato bruto e do contrato de comunicação que o vincula ao consumidor de informação.

Assim, os diferentes meios de comunicação produzem acontecimentos de acordo com as expectativas de seu público. Em seu trabalho de resposta às "pregnâncias", a mídia constrói seus universos de discurso na forma de rubricas como política, economia, esportes, cultura. Para isso basta, como salienta Charaudeau, que os sujeitos "julguem que houve modificação" (p. 99), mesmo que essa modificação não tenha efetivamente ocorrido. Dessa maneira, pode-se compreender melhor como o jornalismo consegue lidar diariamente com acontecimentos que não possuem poder de reverberação própria.

As várias capas da revista *Veja* apresentam diferentes acontecimentos, prosaicos (como dietas e comportamento) ou grandiosos (como uma guerra, um acidente ou a morte de alguma celebridade). A proposta é olhá-las como narrativas visuais que não se

limitam a uma edição, mas a várias, formando um significado mais amplo, que talvez narre um pouco das representações criadas na relação entre sujeitos e sociedade com o passar dos anos. São imagens com as quais lidamos semanalmente e que produzem significados, somando sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Que memória surge desse encontro de textos e imagens ao longo dos tempos? Como se dá essa articulação cíclica na formação de uma memória que é constantemente atualizada?

5. Metodologia

"A arte e a ciência têm o seu ponto de encontro no método".

Edward Bulwer-Lytton

5.1. Conceitos operadores de análise

5.1.1. Revista de informação

A partir da conceituação de memória, representação e acontecimento, é preciso explicitar o papel das revistas de informação (grupo ao qual pertence *Veja*) como local em que estes conceitos se relacionam. Para isso, é importante definir inicialmente como a informação produz conhecimento.

Pelo cognitivismo, a informação só produz conhecimento quando é assimilada em um processo de interação com o indivíduo que venha a modificar o seu estado cognitivo. O conhecimento, desta forma, seria um segundo estágio no processo informativo, quando o fluxo de informação se potencializa e provoca uma modificação no estoque mental do saber acumulado. Percebe-se uma noção de mente e cérebro atuando em conjunto de forma maquinal, processando informações de maneira linear. Em sua "teoria matemática", Shannon e Weaver apresentam esta noção da informação como um objeto transmitido entre emissor e receptor.

Vicente Romano (1998) compreende a informação jornalística como responsável por aumentar o nível de conhecimento, uma vez que, segundo o autor, só se pode obter informações sobre objetos, pessoas e acontecimentos que se desconheça. A Ciência da Informação, influenciada pelas ciências cognitivas, elaborou a tese de que o todo o processamento de informação é mediado por um sistema de categorias de conceitos. Brookes (1980) propôs uma forma de abordagem do conhecimento em que estes conceitos não seriam objetos concretos, como o cognitivismo apresentava, mas frutos de uma relação entre a produção intelectual, o mundo dos fenômenos físicos e o mundo dos produtos mentais.

Desta forma foi desenvolvida a chamada "equação fundamental do conhecimento", que afirma que as novas estruturas de conhecimento são modificadas por meio da informação. "Como pequenas partes das estruturas de conhecimento, a informação pode ser simplesmente adicionada a uma estrutura de conhecimento ou pode ajustá-la" (Martins, 2008, p.79).

Temos agora uma relação entre informação e conhecimento que é horizontal, e a informação pode ou não acrescentar ao conhecimento prévio de mundo já obtido pelos sujeitos. Em nosso caso específico das revistas de informação, a representação dos acontecimentos ali presentes podem ter o poder de afetar o conhecimento de mundo dos leitores, transformando-se em conceitos criados a partir da relação daquelas representações com um conhecimento previamente adquirido.

O trabalho aqui entende o sujeito da comunicação como esse sujeito interlocutor, dotado de linguagem, que cria e reproduz as representações as quais tem acesso. Trata-se de sujeitos em relação, que são afetados pela presença do outro, antecipando e incorporando sua intervenção: sua inserção no processo comunicativo constrói sua particularidade.

> "São as relações que constituem esse sujeito – a relação com o outro, a relação com a linguagem e o simbólico. Assim, não falamos em sujeito no singular, mas no plural; e não apenas sujeitos em relações, mas em relações mediadas discursivamente. Trata-se, portanto, de uma dupla injunção, de uma triangulação. Tal apreensão produz o enquadramento lógico para entender seja sua natureza, seja sua constituição. São sujeitos interlocutores – sujeitos que falam um com o outro, produzidos nos e pelos laços discursivos que os unem". (França, 2006, p. 73)

Os sujeitos são convocados pela publicização através da mídia de determinados textos, que surgem dentro de uma estrutura enquadrada, de acordo com as características do dispositivo. Entretanto, os sujeitos respondem a esses enquadramentos trazendo outras referências, que podem ser tanto pessoais como de outros produtos da própria mídia. O trabalho de análise é exatamente buscar compreender esse quadro interativo formado por uma relação entre sujeitos e discursos, mapeando de que maneira os indivíduos afetam e são afetados por essas interações, atualizando os textos aos quais respondem. Olhamos para nosso objeto como momento constituidor - indo além da identificação das marcas do social no texto - e analisamos interlocutores produzindo sentido, sendo afetados e ao mesmo tempo afetando o outro.

> "Analisar os sujeitos em comunicação é, simultaneamente, achar nos textos as marcas que os interpelam e no posicionamento e falas desses sujeitos a maneira como eles respondem, atuam produzem. Por este caminho a análise comunicativa vai buscar a atualização de possibilidades, a realização de experiências vivas que marcam sua

> adequação às (e a modificação das) estruturas nas quais esses sujeitos estão inseridos. Não se trata, portanto, da análise de um texto, ou da caracterização de um sujeito, mas do movimento dos textos (narrativas, discursos, representações) no contexto das interlocuções. É neste movimento que os sujeitos (agentes e pacientes dos processos comunicativos) ganham existência – e é onde podem ser apanhados". (França, 2006, p. 86)

As revistas de informação lidam com temas de interesse geral e que tenham relevância em um contexto atual. Contam, portanto, com o conhecimento prévio que estes sujeitos possuem do contexto em que se encontram para produzir a informação que irá publicizar para seu leitor. Como já foi dito, os sujeitos fazem parte de um momento constituidor, reconfigurando as capas da revista e construindo através delas um repertório próprio.

Veja (assim como todas as outras revistas de informação e atualidade) apresenta acontecimentos atuais representados em suas capas. O fato de lidar com a atualidade coloca um ponto importante na diferenciação de produção de História e memória. A História (conforme conceituada por Halbwachs,1990) debruça-se sobre o passado com um olhar de fora, tendo os fatos observados por um grupo que não pertence àquela época. As informações coletadas são selecionadas e organizadas com o intuito de produzir conhecimento, um conhecimento único que se assenta como o passado e se estabelece como verdade oficial a partir da aprovação de um determinado grupo. Em outras palavras, os acontecimentos são "fixados" a partir de uma fonte única e estabelecidos como tal em uma representação que busca dar um sentido único e fechado a eles.

No caso das revistas de informação, estes acontecimentos ainda estão em aberto, sendo impossível serem fixados exatamente pelo seu caráter atual. São apresentados e reapresentados em uma constante atualização de sentidos que se modifica juntamente com o contexto em que a informação é produzida. Luciano Guimarães (2003) aponta o fato importante de que a informação jornalística é perecível, em uma constante e periódica renovação de repertório.

> "O repertório alimentado e em expansão é também fonte de novas informações, considerando que 'informações novas são produzidas por síntese de informações disponíveis (Flusser, 1983: 58). A novidade ou originalidade que caracteriza a informação tem como alicerce os códigos de comunicação compartilhados entre aquele que produz a informação e o público a que se dirige" (Guimarães, 2003, p. 38).

As diferentes informações que surgem no jornalismo criam conceitos que, longe de produzirem um conhecimento único, levam a um sentido produzido por fontes diversas e em constante embate. São representações que deslizam de acordo com as relações que estabelecem com outras representações, definindo-se de uma forma de tal modo mutável e aberta ao contexto em que se produz que só pode ser compreendida como memória social.

Conforme conceituada por Fentress e Wickham (1992), a memória social é formada pelas mais variadas informações. Estas informações podem ser usadas na produção de conhecimento, mas a priori apenas integram o conjunto de representações sociais que irrigam a sociedade. As representações de acontecimentos nas capas de *Veja* produzem memória porque estão abertas à criação de conceitos que se formam em um embate constante produzido na atualidade a partir de diferentes fontes e que contam com a interação comunicativa com os sujeitos para se estabelecer com um sentido próprio. Esta relação de embate constante de diferentes representações que é atualizada através do tempo é exatamente a memória social produzida pela revista.

Levando em conta os aspectos dos elementos visuais de suas capas – elementos gráficos, fotografias, cores, tipografias - buscaremos perceber como se dão essas representações sociais que podem ser constituidoras de uma memória. A revista *Veja* apresenta um repertório de acontecimentos em suas capas que contribuem para uma dinâmica de uma memória que se constitui nessa interface, no confronto e mistura de enunciados que ampliam seu significado para além da banca onde é exposta, podendo constituir um panorama do que foi o Brasil – e o mundo – para o seu leitor (ou mero observador). Qual a memória construída por esta revista de informação através da reconfiguração das representações de acontecimentos pela relação entre as várias capas de suas edições passadas? Na tentativa de encontrar uma resposta para esta questão, nos debruçamos sobre a forma como as imagens e textos presentes nas capas de *Veja* dão a ver valores e ideias presentes em uma determinada época.

5.1.2. Teatro da Memória

Na antiga Tessália, o poeta Simônides de Caos, voz da resistência contra a invasão do persa Xerxes à Grécia, foi convidado para um grande banquete no palácio de um orgulhoso nobre chamado Scopas. No meio da festa, o poeta cantou uma homenagem ao anfitrião, mas que também possuía passagens exaltando os heróis

gêmeos Castor e Pólux[12]. Enciumado por não ser o centro das atenções, Scopas disse a Simônides que só pagaria metade do preço combinado pelo poema. Ao escutar o protesto do poeta, o nobre sugeriu que se buscasse a outra metade do dinheiro com os gêmeos homenageados.

Pouco tempo depois, Simônides foi avisado de que dois jovens esperavam por ele do lado de fora do palácio. O poeta saiu, mas não encontrou ninguém. No momento em que retornava para o palácio, o salão do banquete desabou, matando Scopas e todos os seus convidados. Os corpos ficaram de tal maneira mutilados que não era possível identificá-los para os ritos fúnebres. Mas Simônides, a partir da lembrança do local onde cada convidado se encontrava sentado, conseguiu identificar os corpos para as famílias.

O trágico episódio é narrado por Frances Yates (2001) em *The art of memory* como a origem da criação do Teatro da Memória, técnica de lembrança baseada na criação mental de lugares espacialmente bem organizados e a colocação de imagens fortes nestes lugares. Na Roma clássica, a técnica se desenvolveu ligada à oratória: as imagens em conexão com os lugares funcionavam como um mapa do discurso que o orador pretendia proferir. A técnica foi bastante popular, tendo, segundo Fentress e Wickham (1992) sobrevivido até finais da Idade Média.

Segundo Daniel Arasse (2005), durante o período medieval irá se estabelecer a chamada "arte da memória", uma continuidade do teatro da memória antigo, agora aplicado às pinturas da época. Segundo o autor, a arte da memória não era apenas um instrumento para recordação, mas também um verdadeiro sistema de representação que ancorava todo um sistema de pensamento. Tratava-se de um sistema coerente que ligava o saber à recordação através de imagens cuidadosamente colocadas em uma relação de sentido: "A estrutura mnemônica se ordena de um certo modo, ao interior da qual são colocadas *imagens agentes*, que são impressionantes e incomuns" (Arasse, 2005, p. 25)[13] (grifo do autor). A utilização destas "imagens agentes", fortes o suficiente para provocar reflexão, eram a base desta estratégia de memória que encontrava na arte sacra medieval seus maiores exemplos concretos. Nos quadros e vitrais de inspiração católica

[12] Por ser filho de Zeus, Pólux foi agraciado com o dom da imortalidade. Por serem inseparáveis, quando Castor morreu, Pólux recusou a imortalidade enquanto permanecesse separado de seu irmão. Comovido com tamanha fraternidade, o senhor dos deuses propõe a única solução para salvar o jovem: Pólux deve dividir a sua imortalidade com o irmão, alternando com ele um dia de vida e outro de morte. Pólux concorda sem hesitações e a partir deste instante os irmãos passaram a viver e morrer alternadamente. Para celebrar este amor fraterno, Zeus criou a constelação de Gêmeos.

[13] "La struttura mnemonica si punti ordinati in um certo modo, all'interno dei quali sono collocate *imagines agentes*, ossia immagini impressionanti e inusuali" (tradução do autor).

estão colocadas imagens dedicadas a lembrar os fiéis do certo e do errado, da hierarquia social, das passagens bíblicas e da história dos santos.

> "Com efeito, os teatros da memória do século XVI são manifestações de uma maneira diferente de encarar a memória, ou talvez até de uma maneira de pensar o pensamento diferente da que hoje temos. É realçado o carácter visual do conhecimento. Com esta importância do visual vem a importância do espaço: percebemos os pormenores das imagens na memória andando mentalmente à volta delas, como se fossem estátuas numa galeria" (Fentress e Wickham, 1992, p. 26).

As imagens escolhidas não eram simples e nem arbitrárias: buscava-se cuidadosamente construir estas representações de modo a descreverem o conhecimento. Este modelo de lembrança perdeu força com o racionalismo cartesiano. Descartes buscava um método mais simples de lembrar, propondo usar, como chave mnemônica não imagens, mas causalidade. O filósofo entendia que as imagens do teatro da memória eram por demais complexas, contendo um excesso de informações e por isso propunha a busca de uma categoria lógica certa na memória, que isentaria o indivíduo da necessidade de recordar todos os pormenores, dando origem a um modelo semântico da memória, de natureza causal. O conhecimento foi, assim, separado da imaginação visual, o espírito separado da matéria. O conhecimento passa a residir em textos e a ser ordenado de forma causal.

Segundo Arasse, esta transformação se verificará também nas artes, uma vez que durante o Renascimento a pintura perde a função primordial de informar para dar lugar à comoção do espectador. De imagens separadas em oposição clara, caminha-se para um espaço de representação que busca o convencimento. Passa da memória para a retórica: "Se passa de um sistema mnemônico, feito por justaposição, fechado e também repetitivo, para um sistema retórico de persuasão do espectador" (Arasse, 2005, p. 27)[14].

Há uma mudança na maneira do espectador se relacionar com estas imagens, uma vez que aquilo que era dado como a verdade clara e objetiva, como a memória em si mesma, passa a ficar "escondido", um sentido por trás de uma linguagem que agora, mais do que informar, pretende convencer. Cria-se uma separação de sentido nas imagens, um plano de expressão retórico que esconde um plano de conteúdo simbólico.

[14] "Si passa da um sistema mnemonico, fatto per giustapposizioni, chiuso e anche ripetitivo, a um sistema retorico di persuasione dello spettatore" (tradução do autor).

> "Um quadro, uma maneira de vestir, um estilo de decoração são interpretados 'semioticamente' como 'afirmações' de qualquer coisa. Os escribas do Próximo Oriente não viam textos para onde quer que olhassem. A princípio, nem sequer reconheciam os textos como textos. O seu mundo era de 'coisas'; os sinais que faziam eram simplesmente 'coisas' que valiam por outras 'coisas'"(Fentress e Wickham, 1992, p. 34).

O filósofo italiano Giulio Camillo (também citado por Yates) via, em oposição a Descartes, a complexidade do teatro da memória como sua principal virtude: pela sua perspectiva, era o excedente de significado simbólico contido nas imagens que as qualificava como fonte de conhecimento. A nova forma de conhecimento resultante da lógica cartesiana (baseado em conexões causais e lógicas) deu origem a uma memória que passou a residir em textos, abandonando a construção mental dos teatros da memória. Esta, sobreviveria apenas na cultura oral, através de narrativas do passado feitas por poetas que utilizavam de uma técnica semelhante para fazer uso de fórmulas pré-determinadas ao narrar suas epopéias. "Estas fórmulas são por sua vez agrupadas em torno de grandes temas – o desafio do guerreiro, a luta, o conselho, etc – cujo padrão de acção está por sua vez padronizado" (Fentress e Wickham, 1992, p. 61).

Fentress e Wickmam compreendem que a capacidade de uma sociedade para transmitir sua memória não depende do domínio da escrita, mas da maneira como a cultura representa a linguagem como veículo de expressão e comunicação:

> "O mero facto de uma sociedade ter adquirido a capacidade de representar o seu saber sob formas escritas não quer dizer que essa sociedade tenha cessado de ser também uma cultura oral. Nós continuamos a ser uma sociedade oral e os modos como padronizamos a nossa memória social continuam a reflectir, se bem que sob formas alteradas, as mesmas práticas e processos de pensamentos das culturas iletradas" (Fentress e Wickham, 1992, p. 64).

Ou seja, mesmo com a nossa organização causal e semântica da memória, continuamos a trabalhar com imagens mentais que nos auxiliam a relembrar conceitos que significam os fatos passados. É pela representação dos valores de uma cultura que construímos a memória social de uma coletividade. O sensorial e o semântico interligam-se em nossa memória, que ao mesmo tempo em que necessita de textos logicamente organizados para ser transmitida, precisa – para dar sentido a estes textos - da articulação de conceitos representados por imagens, tal qual no teatro da memória: "Uma memória só pode ser social se puder ser transmitida e, para ser transmitida, tem

que ser primeiro articulada. A memória social é portanto memória articulada" (Fentress e Wickham, 1992, p. 65).

O sensorial e o semântico interligam-se de forma que os textos causal e logicamente organizados necessitam dos significados presentes no sentido articulado no nível sensorial. Os textos expressam aquilo que é significado no plano dos conteúdos.

> "Há geralmente imagens visuais a acompanhar a memória semântica e as interpretações oferecidas pelos seus sujeitos se baseavam muitas vezes em imagens sensoriais recordadas. E isto é igualmente verdadeiro para memórias guardadas colectivamente; também elas seguem padrões tanto semânticos como sensoriais. Portanto, tal como no caso da memória individual, as imagens guardadas na memória social são compósitos" (Fentress e Wickham, 1992, p. 66).

Olhar para as capas da revista *Veja* como possíveis locais de memória passa, portanto, em buscar na sua linguagem semântica o seu conteúdo sensorial. Apesar de inicialmente parecer paradoxal a comparação das capas da revista (impresso) com a técnica do teatro da memória (imagens mentais utilizadas na narrativa oral), acreditamos ser esta a maneira mais eficiente de buscar comprovar estas capas como produtoras de uma memória coletivamente compartilhada. A análise do texto terá que passar, obrigatoriamente, pelos conceitos que se encontram por trás desse mesmo texto, por mais simplificados ou convencionais que pareçam:

> "O nível mais elevado de articulação necessário na memória social não a torna mais semântica do que a memória individual. Torna-a, porém, mais conceptualizada. As imagens só podem ser socialmente transmitidas se forem convencionalizadas e simplificadas: convencionalizadas porque a imagem tem que ser significativa para todo o grupo; simplificadas porque, para ser significativa em geral e capaz de transmissão, a complexidade da imagem tem que ser tanto quanto possível reduzida" (Fentress e Wickham, 1992, p. 66).

As imagens que guardamos na nossa memória são, dessa maneira, conceituais. Ao fazer uso de conceitos que fluem pela sociedade e buscar representá-los em suas capas, *Veja* constrói suas representações sociais e as oferece ao seu público. Entretanto, seguindo a linha de raciocínio teórico estabelecida até aqui, nossa hipótese será a de que aquilo que é coletivamente compartilhado e passa a fazer parte da memória social não são propriamente as capas em si mesmas, mas os conceitos que representam.

A noção destes conceitos, por sua vez, está diretamente ligada ao "terreno de rotina" construído por *Veja*. O grupo de pertencimento da revista diz muito dos valores celebrados por suas capas, e como estes se refletem na cobertura de determinados acontecimentos.

O acontecimento midiático é uma construção discursiva que faz uso das representações sociais no momento de relatar um fato. A forma como este acontecimento é narrativamente construído se liga não apenas ao grupo de leitores de *Veja*, mas também ao contexto social da época. Assim, é preciso ter claro que os valores mudam de tempos em tempos, o que afeta as formas de representação.

Ao relacionar o acontecimento e suas representações, percebemos que estes conceitos que compõem a memória coletiva são também contextuais, e dependentes da época de produção de cada capa. Estão na base dos valores que aparecem de forma fixa nas imagens e textos da revista, mas que são por natureza flutuantes dentro da sociedade.

A análise sistemática dos elementos textuais e visuais de cada capa permitirá, então, perceber os sentidos que se encontram por trás da linguagem, tentando revelar valores, ideias e crenças que serão lembrados com o passar dos anos. As capas de *Veja* serão compreendidas, então, como verdadeiras concretizações do teatro da memória, onde imagens e textos são colocados cuidadosamente em uma ordenação que busca passar algum tipo de conhecimento e, assim, ficar na memória. Nesse sentido, as capas serão aqui consideradas como mapas mnemônicos:

> "Um mapa mnemônico é uma imagem visual e, como vimos, a expressão visual do conhecimento é mais complexa do que a semântica. É também mais difícil de comunicar. Portanto, um mapa colectivamente guardado na memória de um grupo pode também ser considerado semelhante às imagens do teatro da memória. Neste caso, o mapa seria uma imagem conceptualizada, mas não um texto primitivo" (Fentress e Wickham, 1992, p. 32).

Entretanto, é preciso ter claro que, quando se compara as capas da revista a um mapa mnemônico, não se espera que cada imagem seja a representação isolada de uma outra coisa, mas pelo contrário, que o conteúdo seja percebido pela ordenação segundo uma sequência sintaticamente determinada, na forma de linguagem. É como linguagem ordenada (um verdadeiro exercício de retórica) que olhamos primeiramente para as capas e só após esse exercício é que se pode buscar além do semântico e tratar dos

conceitos presentes em seu conteúdo simbólico: “Uma imagem guardada na memória é um conceito: como tal, interactua com outros conceitos de uma maneira mais conceptual do que concreta” (Fentress e Wickham, 1992, p. 67).

Estes conceitos, porém, não são, na maioria dos casos, claramente percebidos, atuando por trás das imagens expressas. A forma como eles são organizados e transformados em linguagem precisa ser revelada para a compreensão da memória social criada por *Veja*: “As fases através das quais a memória de acontecimentos reais se torna um conjunto de imagens não é habitualmente visível no produto acabado. A própria existência deste processo de conceptualização está oculta” (Fentress e Wickham, 1992, p. 78).

Como seria possível, então, fazer este movimento de ir além da retórica da linguagem e buscar o sentido “escondido” pelo texto? Para dar conta de uma compreensão da memória que passa por uma análise das representações de imagens e textos presentes nas capas de *Veja*, propomos duas vias de trabalho na tentativa de percepção destes conceitos inscritos nestas representações: uma análise semiótica e uma análise do discurso. Acreditamos que o uso destas ferramentas analíticas dê conta de explicar como determinado acontecimento foi transformado pela revista e re-apresentado com sentidos que dizem dos valores próprios da instituição e de seus leitores

5.1.3. Semiótica visual

Buscando se afastar do formalismo linguístico, Greimas (1973) propôs construir uma semântica que se ocuparia da análise da significação tal qual é fornecida pelo código da língua. O interesse não estaria mais em perceber a verdade dos enunciados, mas verificar os efeitos de sentido de verdade com os quais um discurso se apresenta. Filiado à tradição saussuriana, o projeto semiótico tem por objeto não o significado, mas a significação (o conjunto de relações responsáveis pelo sentido do texto). Ao postular que o sentido não é algo isolado, mas surge da relação, coloca a produção do sentido na e pela diferença. Dessa forma, busca não estudar o conteúdo em si mesmo, mas a forma do conteúdo. Para isso, separa os objetos de análise em dois planos: conteúdo e expressão.

A relação entre uma forma da expressão e uma forma do conteúdo é o conceito de semi-simbolismo, do qual partimos para nossa busca da significação das imagens apresentadas na capa de *Veja*. Um dos fundadores da semiótica visual, Jean-Marie Floch

utiliza este conceito para propor a existência de categorias do plano da expressão – as categorias eidéticas, cromáticas e topológicas (formas, cores e organização espacial) –, que seriam compatíveis com as categorias do plano do conteúdo (ordenado por categorias semânticas).

> "Para a semiótica, o sentido resulta da reunião, dentro da fala, do gesto ou do desenho, dos dois planos que toda linguagem possui: o plano da expressão e o plano do conteúdo. O plano da expressão é o plano onde as qualidades sensíveis que exploram uma linguagem para se manifestar são selecionadas e articuladas entre si por diferentes lacunas. O plano do conteúdo é o plano onde a significação nasce de diferentes lacunas, graças às quais cada cultura, para pensar o mundo, ordena e encaixa ideias e histórias" (Floch, 1985, p. 189)[15].

A proposta é perceber, a partir das representações expressas em suas capas, como a revista faz uso de determinados conceitos na construção de suas categorias semânticas no plano do conteúdo e a partir daí compreender que memória se constrói: "A conceptualização significa que a memória está armazenada de uma forma 'conceptual', pois os conceitos são mais fáceis de recordar do que as representações completas" (Fentress e Wickham, 1992, p. 48). Para se pensar em conceitualização, a discussão de Michel Maffesoli (1979) sobre imaginário é útil para a compreensão do plano do conteúdo.

O autor promove uma diferenciação entre imaginário e cultura e investiga a relação existente entre imaginário e imagem. Para o pensador, a cultura contém em si parte do imaginário, mas não se reduz a ele, assim como o imaginário tem certa autonomia em relação à cultura. A cultura é definida como uma série de elementos passíveis de descrição e o imaginário como aquilo que tem algo de imponderável. Para esclarecer a relação, Maffesoli faz a seguinte comparação: da mesma forma como na aura (tal como descrita por Benjamin) de uma obra há a materialidade da obra (o que seria a cultura), é a própria aura que pode ser entendida como o imaginário. Desta

---

[15] "Pour la sémiotique, le sens résulte de la réunion, dans la parole, l'écriture, le geste ou le dessin, des deux plans que possède tout language: le plan de l'expression et le plan du contenu. Le *plan de l'expression*, c'est le plan où les qualités sensibles qu'exploite un langage pour se manifester sont sélectionnées et articulées entre elles par des écarts différentiels. Le *plan du contenu*, c'est le plan où la signification naît des écarts différentiels grâce auxquels chaque culture, pour penser le monde, ordonne et enchaîne idées et récits" (tradução do autor).

forma, o imaginário seria a aura que envolve a cultura, uma atmosfera, algo perceptível, mas não quantificável: um conceito.

Sobre a relação entre imaginário e imagens, Maffesoli afirma que não é a imagem que produz o imaginário, mas o imaginário que é produtor de imagens. A imagem passa a ser vista, então, não como suporte para o imaginário, mas como o resultado, sua expressão. É importante reforçar que essas imagens das capas analisadas dizem de representações contidas nesse imaginário e fazem menção a elas de maneiras distintas.

Stuart Hall (1997) atenta para que pessoas que são significantemente diferentes da maioria, são representadas de maneira ambígua, possuindo mais de um significado. Apesar da representação buscar fixar um significado privilegiado entre os vários potenciais, ele é flutuante e todas as suas formas aparecem como plausíveis. Para a Semiótica, um texto pode ter várias leituras, mas elas já estão inscritas nele. Não resultam da subjetividade do leitor, mas de organizações semânticas que se entrecruzam e se superpõem no texto.

Enquanto os sistemas simbólicos se organizam a partir de uma conformidade total entre os dois planos, tendo cada elemento da expressão um único elemento correspondente do conteúdo[16], os sistemas semióticos não possuem conformidade entre os dois planos, obrigando o estudo separado entre eles. Já "os sistemas semi-simbólicos se definem em conformidade não entre elementos isolados dos dois planos, mas entre categorias de expressão e categorias de conteúdo" (Floch, 1985, p. 207)[17].

A semiótica visual será, então, a ferramenta de análise destas capas de *Veja* e dessa maneira seguiremos parte de seu método de observação da relação entre plano de expressão e plano de conteúdo. Para a Semiótica, o plano de conteúdo vai se constituir sempre por conceitos em oposição que pelo embate produzem sentido. Esta oposição, por sua vez, reflete-se no plano da expressão, onde se pode diagnosticar o sentido ali representado. É este sentido surgido da relação entre o conceito apresentado no plano do conteúdo com a linguagem organizada no plano da expressão, que dá origem às

---

[16] "Les *systèmes symboliques*, ce sont les langages dont les deux plans sont en conformité totale: à chaque élement de l'éxpression correspond un – et um seul – élément du contenu, à tel point qu'il n'est plus rentable pour l'analyse de distinguer encore plan de l'expression et plan du contenu, puisqu'ils ont la même forme" (Floch, 1985, p. 206).

[17] "Les *systèmes semi-symboliques*, qui se définissent, quant à eux, par la confirmité non pas entre éléments isolés des deux plans mais entre catégories de l'expression et catégories du contenu" (tradução do autor).

representações que irrigam a memória social. “Pondo as coisas de um modo mais geral: é possível recordar ‘informação puramente semântica’, isto é, informação codificada numa cadeia de símbolos semânticos, lingüísticos, matemáticos ou outros. É memória codificada como uma cadeia de símbolos” (Fentress e Wickham, 1992, p. 45).

Na tentativa de evitar a subjetividade que pode ocorrer na análise do significado das imagens, este trabalho propõe fazer a interpretação dos signos utilizados por *Veja* em suas capas para representar os acontecimentos a partir da obra “Dicionário dos Símbolos”, de Jean Chevalier e Alain Gheerbrant (1982). Os autores chamam a atenção para o caráter mutável do símbolo, suas transformações de cultura para cultura e de época para época: “A nossa escolha limitou-se às interpretações que eram ao mesmo tempo mais seguras, mais fundamentais e mais sugestivas, isto é, aquelas que permitissem o melhor possível ao leitor descobrir ou vislumbrar por si mesmo novos sentidos” (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 10).

Os temas imaginários, que são a figura do símbolo, podem ser universais e atemporais, mas seu sentido pode também ser muito diferente segundo a situação de cada momento. Por isso, a interpretação do símbolo deve se inspirar não apenas na figura, mas no seu meio cultural.

> “O símbolo é, pois, muito mais do que um simples signo: transporta para lá da significação, depende da interpretação e, esta, duma certa predisposição. Está carregado de afectividade e de dinamismo. Não só mostra, de uma certa maneira, mesmo quando dissimula, como realiza, também de uma certa maneira, quando desfaz. Joga com as estruturas mentais. É por isso que é comparado com esquemas afectivos, funcionais, motores, para demonstrar que ele mobiliza de alguma forma a totalidade do psiquismo” (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 13).

O símbolo é a relação que une o conteúdo manifesto de um comportamento, pensamento ou palavra ao seu sentido latente. Revela uma simultaneidade de sentidos, fazendo do significado sempre mais abundante do que o significante. Os autores explicam que os símbolos são sempre pluridimensionais: exprimem relações bipolares em uma síntese de contrários.

> “O símbolo, pluridimensional, é susceptível de um número infinito de dimensões. Aquele que percebe uma relação simbólica encontra-se na posição de centro do universo. Um símbolo só existe para alguém, ou para uma colectividade cujos membros se identificam sob um certo

> aspecto para formarem um único centro" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 19).

Os autores explicam que a primeira função do símbolo é exploratória: permite apreender uma relação que a razão não consegue definir. Implica algo do desconhecido, e o uso que fazemos dos símbolos é na maioria das vezes inconsciente e espontâneo. Esta função está diretamente ligada à outra função: a de substituto.

O símbolo substitui uma questão, conflito ou desejo suspenso no inconsciente. "O símbolo exprime o mundo percebido e vivido tal como o sujeito o sente, e não seguindo a sua razão crítica e ao nível da sua consciência, mas sim de acordo com todo o seu psiquismo, afectiva e representativo, principalmente ao nível do inconsciente" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 21).

Há também a função mediadora, por reunir elementos separados. É como uma força centrípeta que estabelece um centro de relações onde o múltiplo encontra a sua unidade. Dessa forma, atua como força unificadora, pois tem a capacidade de realizar uma síntese.

O símbolo também possui a função pedagógica: exprime uma realidade que responde a múltiplas necessidades de conhecimento, ternura e segurança. Assim, gera uma identificação que explica aspectos da realidade ao indivíduo. Essa identificação está ligada à sua função socializante: "Cria uma comunicação profunda com o meio social. Cada grupo, cada época tem os seus símbolos; vibrar com os seus símbolos é participar nesse grupo e nessa época" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 23).

Apesar de seu caráter aberto e mutável, o símbolo se inscreve em uma determinada lógica que surge de sua constância e relatividade:

> "Estão ligados a situações, a pulsões e a conjuntos análogos. Evoluem segundo os mesmos processos. Parece que as criações do consciente, do inconsciente e do transconsciente se inspiram, na sua diversidade iconográfica ou literária, nos mesmos modelos e se desenvolvem seguindo linhas com as mesmas estruturas" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 28).

O símbolo é um conjunto móvel de relações entre vários termos, e sua lógica repousa no princípio sobre o fundamento destas relações. Mas o fundamento dessas relações varia conforme os sujeitos, grupos e épocas. Entretanto, nenhuma dessas

associações é anárquica ou gratuita. São estabelecidos a partir de significados construídos com o passar do tempo dentro de uma determinada cultura.

Como está sempre em relação, o símbolo não pode nunca chegar a um sentido do que é ele próprio: ele só existe em virtude dos diversos sentidos que o fundamenta. Isso cria um problema de objetividade para a observação dos símbolos, uma vez que a interpretação que damos a um símbolo hoje pode ser totalmente diferente da interpretação dada ao mesmo símbolo em outros tempos.

> "A objectividade, na 'simbólica', não é uma identidade de concepção, nem uma adequação mais ou menos complexa entre a inteligência cognoscente, um objecto conhecido e uma formulação verbal; é uma semelhança de atitude, uma participação imaginativa e emotiva num mesmo movimento, numa mesma estrutura, nos mesmos esquemas, cujas formulações e imagens podem ser extremamente diferentes, conforme os indivíduos, os grupos e as épocas" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 30).

Seguindo a semiótica da cultura[18], Luciano Guimarães apresenta a cor como informação, desempenhando determinadas funções quando aplicada com determinada intenção em um objeto (Guimarães, 2001). A cor é compreendida como um dos elementos da sintaxe visual, e a sintaxe visual seria um dos códigos da comunicação humana.

> "A aplicação intencional da cor, ou do objeto (considerando-se a sua cor), possibilitará ao objeto (ou estímulo físico) que contém a informação cromática receber a denominação de *signo*. Ao considerarmos uma aplicação intencional da cor, estaremos trabalhando com a informação "latente", que será percebida e decifrada pelo sentido da visão, interpretada pela nossa cognição e transformada numa informação atualizada" (Guimarães, 2001, p. 15).

A cor compreendida como signo é assumida como uma codificação cultural. Segundo o autor, a cor é um dos mediadores sígnicos de recepção mais instantânea na comunicação jornalística, e ele entende que, como todo símbolo, a recepção eficiente da informação cromática depende de informações externas, como a contextualização do ambiente cultural: "Assim como outros códigos que a mídia utiliza, a própria expressão

[18] Segundo Baitello Júnior (1992), a semiótica da cultura se especializa na investigação dos textos (produzidos a partir dos signos) e como seu sentido se estabelece a partir do ambiente cultural em que estão inseridos.

das cores deve ser pensada como uma estrutura que se adapta ao veículo/suporte da comunicação, aos objetos e às intenções dos meios de comunicação e ao meio cultural no qual é gerada e no qual atua" (Guimarães, 2003, p. 21).

Guimarães considera a cor como informação todas as vezes em que sua aplicação organiza e hierarquiza informações ou lhes atribui significado. Em seus estudos sobre o uso da cor vermelha no jornalismo, o autor analisou as capas da revista *Veja*:

> "Desde que surgiu, em 1968, a revista *Veja* tem apostado em uma estrutura de capa monotemática: uma foto ou ilustração de fundo e uma chamada (manchete que sintetiza o assunto e que pode ser formada apenas pelo título ou ter o acompanhamento de outros elementos verbais característicos do jornalismo, como subtítulo, legenda, chapéu – que é uma palavra ou expressão que antecede o título para, indicando o assunto, conduzir a leitura da chamada), e, eventualmente, um segundo assunto em destaque na tarja diagonal no seu canto superior esquerdo" Guimarães, 2001, p. 124).

O autor explica que o espaço jornalístico da capa é preenchido por esta estrutura, enquanto que o logotipo da revista pertence ao seu espaço institucional. Tais espaços, segundo ele, não costumam se misturar, tendo a cor do logotipo isolando o espaço institucional, não se misturando ao restante da representação e ao mesmo tempo não se tornando um elemento estranho ao layout: "As cores do logotipo de Veja, portanto, normalmente são independentes da informação veiculada e dificilmente terão alguma função simbólica" (Guimarães, 2001, p. 124).

Entretanto, em nosso estudo, muitas vezes nos deparamos com capas em que o logotipo da revista possui, sim, função simbólica e produz sentido juntamente com a representação presente no restante da capa.

Pela compreensão da cor como forma simbólica (e pelos seus trabalhos preocupados com a aplicação da cor nos produtos midiáticos), os estudos de Luciano Guimarães serão aqui também utilizados como fonte de interpretação das representações construídas em suas capas por *Veja*, ao lado do dicionário de símbolos de Chavalier e Gheerbrant. A tentativa será de perceber a que sentidos e valores as capas da revista fazem referência segundo determinada época. Pretendemos, a partir da análise, expor o processo de construção simbólica que se organiza nas capas da revista.

5.1.4. Análise do discurso

A análise crítica do discurso, segundo van Dijk (2005), pretende perceber os modos como o abuso do poder social, a dominância e a desigualdade são postos em prática e reproduzidos. Busca-se fazer perguntas a respeito do modo como determinadas estruturas do discurso são utilizadas na reprodução da dominância social.

> "Uma noção fundamental na maior parte do trabalho crítico sobre discurso é a de poder, e mais especificamente a noção de poder social de grupos e instituições. Resumindo uma análise filosófica e social complexa, iremos definir poder social em termos de controlo. Assim, os grupos tem (mais ou menos) poder se forem capazes de controlar (mais ou menos) os actos e mentes dos membros de outros grupos"(van Dijk, 2005, p. 22).

O autor chama a atenção para o fato de membros de grupos sociais mais poderosos e as instituições terem um acesso mais ou menos exclusivo e um controle sobre um ou mais tipos do discurso público. As noções de acesso ao discurso e ao controle são bastante gerais, e a análise crítica do discurso busca explicar essas formas de poder. O discurso é definido na forma de um complexo de eventos comunicativos e o acesso e o controle podem ser definidos em relação ao contexto, que para van Dijk é compreendido como uma estrutura mentalmente representada das propriedades da situação social que são relevantes para a produção e compreensão do discurso (van Dijk, 2005).

> "Consiste em categorias como a definição global da situação, a localização (tempo e espaço), as acções em curso (incluindo discurso e gêneros de discurso), os participantes em vários papéis comunicativo, social ou institucional, bem como as suas representações mentais: finalidades, conhecimento, opiniões, atitudes e ideologias" (van Dijk, 2005, p. 24).

Discurso é compreendido em um sentido amplo de "evento comunicativo", incluindo interação conversacional, texto escrito, gestos, expressão facial, arranjo tipográfico, imagens e qualquer outra dimensão de significação semiótica. Van Dijk propõe uma análise do discurso "sociocognitiva", sendo a cognição compreendida como as crenças, finalidades, avaliações e emoções. Já o conceito de sociedade é utilizado para incluir "as estruturas globais, sociais e políticas diversamente definidas em termos

de grupos, relações de grupos, movimentos, instituições, organizações, processos sociais, sistemas políticos e propriedades mais abstratas das sociedades e culturas" (van Dijk, 2005, p. 38).

Da relação entre as dimensões cognitivas e sociais combinadas, pode ser definido o contexto relevante do discurso. O autor explica que não há uma metodologia pronta para ser aplicada na análise crítica do discurso, sendo que para cada estudo é necessário efetuar uma análise própria que leve em conta este triângulo discurso, cognição e sociedade.

Van Dijk entende que os tópicos do discurso desempenham um papel fundamental na comunicação e na interação, sendo definidos como "macro-estruturas semânticas". Derivados de estruturas locais (micro), os tópicos são o significado global que os utilizadores da linguagem formam na produção e compreensão do discurso, e organizam mentalmente estes significados: "Daí também a relevância social dos tópicos no discurso, na interacção e na estrutura social: são eles que definem o rumo a seguir pelos falantes, organizações e grupos, e isso tem o maior impacto no discurso posterior e na acção" (van Dijk, 2005, p. 41).

Estes tópicos não são observados diretamente, mas são atribuídos ao discurso pelos utilizadores da linguagem. O significado pode ser realçado para controlar a compreensão dos chamados "modelos mentais" do acontecimento no discurso.

São os chamados significados locais, entendidos como os significados das palavras, estrutura das proposições e da coerência. "Os significados locais constituem o resultado da selecção feita pelos falantes ou escritores dos seus modelos mentais dos acontecimentos, ou das suas crenças mais gerais socialmente partilhadas" (van Dijk, 2005, p. 43). Van Dijk compreende que são estes significados que são melhor lembrados e mais facilmente reproduzidos pelos receptores. Há significados implícitos e indiretos no texto, sem serem expressos de maneira explícita. A informação implícita estaria no modelo mental dos utilizadores de um texto, mas não no texto em si.

O modelo mental é aquilo que define, em uma situação comunicativa, um modelo contextual. São as representações que controlam muitas características da produção do discurso e da sua escolha. Constituem a interface entre a informação mental (conhecimento) sobre um acontecimento e os significados concretos construídos no discurso.

> "O que sabemos ou aquilo em que acreditamos, seja sobre um acontecimento específico, coisa ou pessoa, ou seja mais globalmente, não precisa de ser totalmente expresso no discurso, quer porque é irrelevante quer porque é redundante. Os modelos contextuais fornecem assim os constrangimentos que permitem aos utilizadores da linguagem fazer selecções contextualmente relevante de informação e construir as mesmas como significados a ser expressos na fala" (van Dijk, 2005, p. 50).

Van Dijk explica que os utilizadores da linguagem não formam modelos mentais apenas da situação em que interagem, mas também dos acontecimentos ou situações sobre os quais falam ou escrevem. Os discursos são interpretados como coerentes em relação aos modelos mentais que os utilizadores tem sobre os acontecimentos referidos. É o modelo mental dos acontecimentos que forma a base para a produção e compreensão do discurso.

> "Os modelos contextuais e modelos de acontecimentos são representações mentais na memória episódica, quer dizer, a parte da memória de longo prazo onde as pessoas armazenam o seu conhecimento e opiniões sobre episódios em que participam ou sobre os quais lêem/escrevem" (van Dijk, 2005, p. 52).

Compreender um discurso significa ser capaz de construir um modelo para ele, e é o modelo mental do acontecimento que forma o ponto de partida dessa compreensão. Os modelos atuam na formação da interface entre discurso e sociedade, pessoal e social. Os modelos mentais não só representam crenças pessoais, mas também representações sociais. Desta forma, o que lembramos de um discurso não é tanto o seu significado, mas o modelo mental que construímos durante a sua compreensão. O trabalho chega ao desafio, então, de buscar compreender quais os modelos mentais formados pelas capas de *Veja*. Pois serão estes modelos mentais que darão origem à memória coletiva que se pretende verificar.

No trabalho específico sobre as capas de *Veja*, esta busca precisa passar pela contextualização da época e pelos modelos mentais da própria instituição, que ali revela seus valores. As representações socialmente partilhadas são expressas no discurso através de modelos mentais de um acontecimento específico.

> "Isso significa que as representações sociais são 'particularizadas' em modelos mentais e são expressas no texto e na fala frequentemente

> através de modelos mentais. E, inversamente, é através dos modelos mentais do discurso quotidiano, tais como conversações, relatos noticiosos na imprensa escrita e manuais, que adquirimos o nosso conhecimento sobre o mundo, as nossas atitudes socialmente partilhadas e, por último, as nossas ideologias e normas fundamentais e valores" (van Dijk, 2005, p. 53).

Para a compreensão destas representações, a análise do discurso busca considerar, de maneira relacionada, estruturas e estratégias fonéticas, gráficas, morfológicas, sintáticas, estilísticas, retóricas, interacionais. É uma análise que busca dar conta de todas estas relações textuais de um lado, e também dos contextos cognitivos, sociais, culturais e históricos de outro.

Para a compreensão do modelo mental, é preciso então buscar esta relação das representações às quais o discurso dá origem. "Esta representação de um acontecimento na memória é designada como modelo (da situação ou do acontecimento). Um modelo representa aquilo que um utente da linguagem compreendeu sobre o acontecimento que o texto refere, e nós compreendemos um texto se formos capazes de construir um modelo mental do acontecimento referido" (van Dijk, 2005, p. 69).

O modelo não possui apenas a informação que é expressa no texto, mas outras informações sobre o acontecimento, que se assume que os receptores do texto já possuem. É preciso, então, estar atento a toda essa dinâmica de produção de sentido, para uma análise do discurso que dê conta de chegar a um esboço dos modelos mentais formados pelas representações sociais nas capas de *Veja*.

Van Dijk explica que as representações sociais estão localizadas na memória social e podem ser conceitualizadas como redes hierárquicas, organizadas por um conjunto limitado de categorias nucleares relevantes. Já os modelos mentais (representações cognitivas de experiências pessoais e interpretações) estão localizados na memória episódica.

> "Os modelos representam as interpretações que os indivíduos fazem de outras pessoas, de eventos específicos e de acções, e constituem essencialmente a contraparte cognitiva das situações. Quando as pessoas observam uma cena ou acção, ou lêem ou ouvem sobre tais eventos, elas constroem um modelo único dessa situação ou actualizam um modelo antigo. Os modelos, então, constituem também a base referencial de categorias bem conhecidas como Localização (tempo e local), Circunstâncias, Participantes, e Evento/Acção, cada uma das quais possivelmente acompanhadas por um modificador avaliativo" (van Dijk, 2005, p. 101).

Os modelos formam a interface entre as representações sociais gerais e os usos individuais dessas representações na percepção social, na interação e no discurso: "A interpretação de cenas sociais, mas também o planeamento do discurso ou da interacção, são baseados em modelos" (van Dijk, 2005, p. 101). Os indivíduos podem ter opiniões pessoais divergentes das opiniões gerais do seu grupo por causa das experiências pessoais. Ao mesmo tempo, os modelos constituem a base do conhecimento geral e das próprias representações sociais.

"Através de processos de generalização e de descontextualização os (conjuntos de) modelos podem ser transformados em guiões (scripts) e atitudes" (van Dijk, 2005, p. 101). Transformados em roteiros, os modelos se tornam ferramentas de análise para se perceber como eles guiam as estratégias de formação das impressões e traduzem regras e normas sociais em um discurso específico.

É preciso ter claro que a memória social construída por *Veja* é muito específica, baseada nos modelos criados pela própria revista. "Os modelos não representam apenas o conhecimento que temos das acções, de outros acontecimentos e dos participantes nesses acontecimentos, mas também as opiniões específicas, pessoais, que acerca deles formamos" (van Dijk, 2005, p. 146). No caso de uma revista, não podemos falar em modelo pessoal, mas pode-se referir a um modelo institucional. Se van Dijk diz que os modelos são pessoais, podemos pensar, no trabalho presente, nos valores específicos de *Veja* enquanto instituição. A instituição possui um discurso próprio, que se revela nesses modelos específicos, que interpretam os acontecimentos. É pela existência desses modelos institucionais que um mesmo acontecimento pode ser representado de maneiras diferentes por diferentes instituições (ou meios de comunicação).

> "Os modelos são representações mentais utilizadas para uma análise (produção discursiva ou compreensão) nos dois sentidos. Por um lado, instanciam e aplicam cognições sociais em situações específicas, pessoais. Por outro lado, constituem a base experimental de processos de generalização, abstracção e descontextualização, inerentes à formação do conhecimento e de atitudes, comuns a membros de grupos" (van Dijk, 2005, p. 147).

Van Dijk também chama a atenção para os modelos contextuais, em que as escolhas lexicais e a ordem das palavras (gírias, jogos de linguagem, ironias) são percebidas/compreendidas, somente dentro de um contexto social específico. O modelo

contextual necessita da contextualização sócio-temporal em que as capas foram lançadas para sua perfeita compreensão. Da mistura entre modelo institucional e modelo contextual teremos o modelo específico de *Veja*, que nos fornecerá as bases para a compreensão de sua memória.

5.1.5. Contextualização

Seguindo o que foi discutido até o momento, a busca dos conceitos por trás das representações construídas pela revista precisa passar, obrigatoriamente, pela contextualização de época, uma vez que esta relação entre conceito e linguagem será melhor compreendida tendo em vista a sociedade em que foram construídos. Por tratar de análise que perpassa quatro décadas, a compreensão das representações trabalhadas passa obrigatoriamente por uma contextualização da época em que as capas foram produzidas.

Hans Robert Jauss (1992), em seus estudos sobre a obra literária, pensa a interação entre leitor e texto a partir de uma contextualização da leitura de acordo com o momento histórico. Ele desenvolve uma articulação entre efeito e recepção que deveriam ser considerados como dois horizontes diferentes, um implicando a experiência estética atual e o outro a expectativa do sujeito, alimentada por valores compartilhados pela comunidade e por experiências estéticas anteriores.

O cruzamento entre a expectativa e a experiência, entre o entorno e a obra, é o que geraria novas significações. Ele chama isso de "horizonte de expectativas", voltando-se para as formas e regras compartilhadas por um grupo e inseridas em um momento histórico. Das escolhas gráficas aos personagens e acontecimentos, todos os elementos discursivos já são reveladores de uma dada temporalidade, mas só poderão ser plenamente entendidos quando colocados em relação aos valores, anseios e esperanças de uma determinada década ou ano.

Os valores defendidos pela revista enquanto instituição também não podem ser desprezados, uma vez que, assim como a forma que memória se organiza reflete a intenção do indivíduo que recorda, as intenções da revistas se refletem na organização da relação entre conteúdo e expressão.

> "A memória social é uma fonte de conhecimento. Isso significa que faz mais do que fornecer um conjunto de categorias através do qual, de um modo inconsciente, um grupo habita o seu meio; dá também ao grupo matéria de reflexão consciente. Isso significa que devemos situar os grupos em relação às suas próprias tradições, descobrindo como

> interpretam os seus próprios ‘fantasmas’ e como os utilizam para fonte de conhecimento” (Fentress e Wickham, 1992, p. 42).

Olhar para as capas de *Veja* dentro de diferentes contextos sociais ao longo de 40 anos permite uma visualização da memória em plena transformação na experiência social contemporânea. A transformação dos conceitos ao longo do tempo pode mostrar a própria estrutura que forma uma memória social e como essa memória é aberta e em constante mudança. Apesar de não ser estável, a memória transmite valores que são representações estáveis de uma dada época, uma vez que se faz tendo como base conceitos bem estabelecidos. O processo de conceitualização “é também um processo que assegura a estabilidade de um conjunto de ideias colectivamente guardadas e habilita essas ideias a serem difundidas e transmitidas. A memória social não é estável como informação; mas é-o a nível dos significados partilhados e das imagens recordadas” (Fentress e Wickham, 1992, p. 79).

Com a mudança de contexto, determinados acontecimentos colocados nas capas de *Veja* em décadas passadas perdem-se por deixarem de ser significativos no contexto atual. Por este motivo, é necessária a contextualização histórica para a compreensão dos motivos que levaram aquele acontecimento a figurar na revista. Entretanto, para a compreensão da memória social formada por *Veja*, mais do que os acontecimentos em si, interessa a forma como esses fatos foram conceitualizados pela revista em sua capa, pois se deve atentar para aquilo que é “a capacidade de reforçar a memória conceptualizando as suas imagens e temas de maneira a que deixem de ser dependentes do contexto. Aquilo que puder ser libertado do contexto circundante e recordado por si tende a passar intacto de um contexto social para outro” (Fentress e Wickham, 1992, p. 93).

Como já foi dito, conceitualização requer simplificação e é de maneira simplificada que os sentidos circundantes em uma sociedade entram para sua memória compartilhada. Algumas representações são mais poderosas do que outras, uma vez que se estabelecem sobre conceitos que possuem apelos mais universais e com uma capacidade maior de afetar o coletivo. Outras representações, entretanto, por estarem mais ligadas ao contexto e menos a conceitos, perdem sua força com o passar dos anos e podem acabar sendo “ignoradas” pela memória.

A fixação de um acontecimento na memória só é possível pela sua conceitualização, ou melhor, pela sua codificação dentro de um contexto interno, que

independe do contexto externo: “Os contextos internos, tal como os gêneros narrativos, existem como padrões típicos em que experimentamos e interpretamos os acontecimentos de toda a espécie” (Fentress e Wickham, 1992, p. 95).

É a possibilidade de focar neste “contexto interno” que torna possível a análise de capas passadas de *Veja*, mesmo aquelas situadas em uma época que o pesquisador não viveu. O contexto externo (histórico) é fundamental para situar os acontecimentos ali representados, entretanto, o foco de análise é nos conceitos que se organizam dentro de um contexto interno à instituição.

Mas o que seria, então, este contexto interno de *Veja*? A análise de capas da revista deverá considerar seus dispositivos semióticos e os recursos da sua linguagem tentando perceber aquilo que é específico de *Veja*. Mas para uma definição deste contexto interno, uma análise puramente textual não parece suficiente para dar conta de nossas questões. O local social do discurso surge como indispensável para o estudo das capas da revista enquanto interações sociais que produzem representações. Wander Emediato (2008) aponta o *lugar da situação* como o espaço normativo que regula as trocas comunicativas - oferecendo aos sujeitos comunicantes os princípios fundamentais da interação -, e o *lugar de posicionamento* como os sistemas de valores que condicionam a produção do discurso. Dessa maneira, a direção da interpretação discursiva depende do lugar social da situação comunicacional:

> “No lugar de situação das trocas comunicativas se constroem os condicionamentos discursivos, o que remete a uma problemática de *influência* e *regulação*. No lugar de situação o analista busca observar o tipo de condicionamento que se instaura na relação, qual a sua finalidade, seus princípios de construção identitária, seus universos de tematização, o dispositivo ou as circunstâncias físicas que, de modo esperado, condicionam sua materialização. No lugar de posicionamento, o analista busca observar a semantização das formas e correlacioná-las a sistemas de valores circulantes no espaço social em que surgem” (Emediato, 2008, p. 81).

Dessa maneira, a análise ganha em complexidade ao problematizar a representação do sistema de valores, sua dinâmica na sociedade e os meios de sua manutenção, reforço ou enfraquecimento. Ainda no lugar da situação, Emediato concebe três espaços que denotam tipos específicos de interação e que acreditamos serem úteis em nossa proposta de estudo: um espaço de locução (o modo como se toma a palavra e se aborda o outro), um espaço de relação (processo de construção identitária,

envolvendo a identidade do enunciador e do destinatário vinculados às identidades sociais do sujeito comunicante e do sujeito interpretante), e um espaço de tematização (os universos referenciais ou temáticos esperados ou previstos em determinada situação de troca comunicativa) que apresenta os modos de representação privilegiados no discurso, os modos narrativo, descritivo e argumentativo.

Acreditamos que com a compreensão do contexto interno e, mais importante, com a sua transformação com o passar dos anos, poderemos perceber de maneira mais clara a conceitualização operada pela revista. Dentro desta linha de raciocínio, os conceitos que sobreviveriam às transformações do contexto interno seriam aqueles que teriam maiores chances de constituir uma memória social. Do mesmo modo, aqueles acontecimentos que seriam conceitualizados de maneira mais efetiva teriam seu caráter de inesquecível.

Veja acompanha as mudanças da sociedade ao mesmo tempo em que mantém características próprias: é dessa relação entre instituição e social que surge o contexto interno que, levado para uma abordagem própria da teoria da linguagem, pode ser entendido como espaço social discursivo. Dentro do espaço social discursivo de *Veja*, os acontecimentos são trabalhados como conceitos que sobrevivem através dos tempos. Estes conceitos tomam a forma de representações sociais que compõem a memória social de uma grande comunidade de leitores. Esta é a memória que buscamos, socialmente compartilhada por um grupo específico e formada a partir dos valores difundidos por uma determinada instituição.

A análise precisará levar em conta, então, o espaço discursivo da revista, que dá origem à representação dos acontecimentos, e a análise semiótica dos conceitos presentes nestas representações. As capas de *Veja* serão compreendidas como “núcleos” de memória que compõem um todo organizado dentro de um contexto interno, ou espaço discursivo próprio da revista.

Este espaço discursivo é aquilo que influi na forma como se dão as representações ao mesmo tempo em que é modificado por estas mesmas representações que produz. A compreensão do espaço discursivo, ou seja, do contexto interno, (levando em conta os valores da instituição e os conceitos por trás das representações em suas capas) levará à compreensão da memória social constituída por *Veja* ao longo de 40 anos.

> "Quando se está em posição de seguir o desenvolvimento da memória à medida que ela se preserva, transformando-se ao deslocar-se de um gênero para outro, tem-se oportunidade de estudar este processo de transformação social na experiência contemporânea. É este um dos sentidos em que a memória social é verdadeiramente testemunha do passado e fonte histórica" (Fentress e Wickham, 1992, p. 107).

Para dar conta de atingir os objetivos propostos, propõe-se um primeiro movimento de caracterização das capas em categorias que respondam às suas características temáticas. Desta forma, obteremos uma noção geral dos assuntos mais abordados. Em seguida, utilizando o método da semiótica visual, prosseguiremos para uma busca dos conceitos presentes no plano do conteúdo e como estes se refletem no plano da expressão. É neste momento que as capas serão entendidas como verdadeiros "teatros da memória", fazendo uso da imagem para transmitir uma informação que permanece com o passar do tempo.

Acreditamos que a compreensão dos conceitos, em sua relação com as características físicas e ideológicas da instituição e sua relação dentro do espaço temporal de 40 anos, dará a ver a memória social construída por *Veja*.

5.2. Categorias de análise

As representações sociais dos acontecimentos surgem, nas capas da revista, seguindo as normas, valores e regras da instituição. Para compreender como estes modelos guiam a memória social construída pela revista ao longo de 40 anos, suas capas serão divididas em temas que, por sua vez, passarão por uma subdivisão por décadas. Assim, o tema Política, por exemplo, será um conjunto formado por todas as capas da revista referentes ao tema.

A separação por tema permite uma análise conjunta de capas que levará a uma generalização do modelo daquele tema tratado pela revista. Esta generalização permitirá chegar ao sentido produzido pelas representações nas capas de *Veja*. Cada tema dará origem ao seu próprio modelo que, depois, será colocado em relação aos outros modelos em uma tentativa de se chegar a um modelo geral que explique a memória social criada por *Veja* em quatro décadas. Em um segundo momento da análise, os modelos serão generalizados a partir de uma divisão por décadas.

A maneira como os diversos temas ou editorias presentes nas capas se relacionam com o passar dos tempos é essencial para a percepção de uma memória

social. Para pensar a memória social a partir da revista, é importante perceber as trocas discursivas ao longo dos anos, em que um discurso de uma década, ao ser confrontado com o de outra, revela um sistema discursivo de *Veja* em sua totalidade, formado pela relação entre as diferentes representações promovidas ao longo dos anos. Da relação entre as capas, pode-se perceber desde transformações dentro da instituição até mudanças efetivas na sociedade, que pode condenar o que antes era elogiado e vice-versa.

A forma de análise passará, em um primeiro momento, por uma contextualização dos acontecimentos segundo a própria instituição. A partir de editoriais ou das próprias matérias às quais as capas fazem referência, buscaremos o contexto institucional daquelas representações.

Uma vez percebido o contexto, utilizaremos a semiótica e a análise discursiva para relacionar imagem e texto na tentativa de perceber a representação simbólica construída pela revista. Esta análise será feita de forma geral, preocupada não com as especificidades de cada representação, mas com o modelo institucional formado a partir da relação simbólica.

Pretende-se, dessa forma, chegar a uma conceituação geral sobre cada tema, para em seguida relacionar os diferentes conceitos na busca de percepção de uma memória social geral da revista.

Definidas as ferramentas com as quais nos debruçaremos sobre as capas, podemos agora definir nossas categorias para analisar *Veja* o longo de seus 40 anos.

5.2.1. Representações

As representações presentes na revista precisam ser desmembradas para que o conceito presente por trás delas apareça. A análise das representações será feita a partir das seguintes categorias:

- *Acontecimento representado*: contextualização e compreensão do assunto que aparece na capa (lugar da situação), levando em consideração seu maior ou menor graus de afetação, seja ele um acontecimento grandioso, com natural poder de afetação - conforme definido por Quéré (2005) - ou um acontecimento prosaico que ganha destaque mais pela sua construção discursiva do que pela capacidade natural de quebrar a continuidade - conforme Chareaudeu (2006).

Como o acontecimento é representado:

- *Chamada*: análise do discurso verbal presente na manchete, subtítulo, legenda, tarja ou qualquer outra forma de escrita textual.
- *Imagem*: descrição e compreensão da imagem (fotografia ou desenho) presente e seu significado direto.
- *Símbolos*: o sentido produzido pelos elementos presentes na imagem e no discurso verbal. Formas, organização dos elementos na imagem (fundo, primeiro plano, acima, embaixo), símbolos presentes e a função da cor como informação.

Estas categorias aqui desmembradas com finalidade metodológica serão utilizadas em conjunto durante a análise, na forma de uma descrição inicial (e superficial) da capa que parte para uma análise mais representativa dos valores e simbolismos ali presentes. Divididas por temas, as capas serão analisadas em conjunto: da descrição geral dos acontecimentos representados, partiremos para significados presentes naquele conjunto e que podem revelar o modelo de cada tema apresentado por *Veja*.

5.2.2. Modelos

A análise das representações deve ser feita de forma conjunta a partir da separação das capas em temas. A generalização é importante para que possamos perceber modelos gerais de cada tema. Os modelos surgidos a partir das representações e que irão dar origem à memória social produzida pela revista só podem ser percebidos pela compreensão dos conceitos presentes por trás destas representações. Para tal, utilizaremos as seguintes formas de análise:

- *Lugar de posicionamento*: a voz institucional da revista, presente em trechos de matérias ou editoriais que podem revelar a busca de sentido pretendido pela revista
- *Plano da expressão x plano do conteúdo*: o acontecimento representado e as representações informativas da capa são confrontados com os simbolismos não tão objetivos e com os interesses da instituição

5.2.3. Memória social

Os modelos surgidos em cada tema são confrontados entre si na busca por uma generalização dos conceitos que formam uma memória própria da revista. Pretende-se chegar à conclusão de uma memória construída por *Veja* ao longo de 40 anos e, uma vez percebida, esta memória social será, por sua vez, confrontada com a memória oficial da revista presente em sua edição especial de aniversário.

5.3. Recorte empírico

Por tratar de uma memória, o recorte precisa recair sobre as capas da revista *Veja* entre os anos 1968 e 2008. Apenas em sua edição de caráter excepcional, referente aos seus 40 anos, de setembro de 2008, foram observados também os textos de seu miolo (além de sua capa), por se tratar da memória oficial da revista. Para efeitos metodológicos, as capas foram separadas em temas para sua posterior seleção e análise.

Os temas foram definidos seguindo as editorias da própria revista, e para não haver dúvidas com relação à divisão de capas para cada tema, optamos por ter as personalidades representadas diretamente ligadas à sua profissão. Desta forma, um cantor vítima da Aids (como Cazuza) não aparece em Saúde, mas em Entretenimento/Fama, assim como a morte do piloto Ayrton Senna está em Esportes .

O recorte inicial possui 2.107 edições de *Veja* (2.077 edições semanais e 30 edições extras). Dentre elas, selecionamos as capas que, segundo a própria edição de 40 anos da revista, foram as mais vendidas em banca: o que para nossos objetivos é interessante por tratar das representações que teriam chamado mais atenção, provocando a compra de *Veja*.

São elas: "O Império Vulnerável", de 19/09/2001 (415.152 exemplares vendidos em banca); "Século 20", de 22/12/1999 (383.588); "A Semana que Mudou o Brasil", de 12/03/1986 (361.200); "Guerra ao Terror", de 26/09/2001 (321.752); "A Guerra das Dietas", de 19/04/2000 (321.415); "O Profeta do Terror", de 17/10/2001 (291.375); "Jesus – O que ele tem a dizer a você hoje", de 25/12/2002 (290.600); "Adeus", de 01/05/1985 (289.400); "Sob as Asas do Império", de 26/04/2000 (285.384) e "A Reinvenção do Mundo", de 26/12/2001 (276.275).

Revista	Data	Tema
"Adeus"	01/05/1985	Política
"A semana que mudou o Brasil"	12/03/1986	Economia
"Século 20"	22/12/1999	Retrospectiva histórica
"A Guerra das Dietas"	19/04/2000	Saúde
"Sob as asas do império"	26/04/2000	Internacional
"O Império Vulnerável"	19/09/2001	Internacional
"Guerra ao Terror"	26/09/2001	Internacional

“O Profeta do Terror”	17/10/2001	Internacional
“A Reinvenção do Mundo”	26/12/2001	Internacional
“Jesus – O que ele tem a dizer a você hoje”	25/12/2002	Religião

Percebe-se que não há nenhuma edição das décadas de 60 e 70. As datas das revistas são reveladoras do aumento crescente de vendas de *Veja* a partir de meados dos anos 80: em seu primeiro ano, a revista vendia cerca de 150.000 exemplares por semana, número que aumentou para 249.000 dez anos depois. Nos anos 80, *Veja* já vendia (em banca e assinatura) uma média de 740.000 mil revistas por semana, chegando a 1.148.800 no final dos anos 90.

Entre as dez capas mais vendidas em banca, metade trata de acontecimentos com natural poder de afetação (três capas destinadas aos atentados de 11 de setembro, uma sobre o Plano Cruzado e uma sobre a morte de Tancredo Neves) e a outra metade sobre assuntos que ganham relevância pela construção discursiva da revista (retrospectiva sobre o século XX, dietas, Jesus, a influência dos Estados Unidos e perspectivas para o mundo pós – 11 de setembro).

Foram analisadas também aquelas capas que a própria revista em sua edição comemorativa aponta como suas maiores reportagens: “Torturas” (1969), “Crime e Drogas” (1977), “Elis” (1982), “História da Sucessão” (1985), “Cazuza” (1989), “Pedro Collor conta tudo” (1992), “Podres do Congresso” (1993), “O que Matou Senna” (1995) e “Máfia do Apito” (2005).

Revista	Data	Tema
“Torturas”	10/12/1969	Política
“Crime e Drogas”	07/09/1977	Violência
“Elis”	27/01/1982	Entretenimento/fama
“História da Sucessão”	16/01/1985	Política
“Cazuza”	26/04/1989	Entretenimento/fama
“Pedro Collor conta tudo”	27/05/1992	Política
“Podres do Congresso”	20/10/1993	Política
“O que Matou Senna”	03/05/1995	Esporte
Máfia do Apito”	28/09/2005	Esporte

Além dessas capas selecionadas a partir das indicações da própria *Veja* em sua edição de 40 anos, foram selecionadas também capas aleatórias ao longo dos 40 anos de existência da revista. Essas capas foram escolhidas seguindo o método de calendário construído: *Veja* é publicada todas as semanas de todos os meses do ano. Partindo de sua primeira edição, publicada na segunda semana de setembro de 2011, seguimos para a edição publicada na semana seguinte do mês seguinte do ano seguinte. Assim, buscamos a edição da terceira semana do mês de outubro do ano de 1969. E dessa forma sucessivamente até chegarmos às 41 edições aleatórias, uma de cada ano da revista. São elas:

Revista	Data	Tema
"O grande duelo no mundo comunista"	11/09/1968	Internacional
"Um novo estilo no governo"	15/10/1969	Política
"Carro x Cidade"	25/11/1970	Sociedade/comportamento
"A queda do governador Haroldo Leon Peres e seus ensinamentos"	01/12/1971	Política
"TV: O nível e a cor"	12/01/1972	Entretenimento/fama
"Alguém ainda quer dólares?"	21/02/1973	Economia
"As intenções de Geisel"	27/03/1974	Política
"Os árabes depois de Faical"	02/04/1975	Internacional
"O resultado das viagens"	12/05/1976	Política
"Depois de Rosalynn paz ou crise?"	15/06/1977	Política
"Eleições: o governo pode perder?"	26/07/1978	Política
"Figueiredo exclusivo"	01/08/1979	Política
"A nova voz dos empresários"	10/09/1980	Economia
"Alcoolismo"	21/10/1981	Saúde
"O poder da oposição"	24/11/1982	Política
"O vale-tudo do brizolismo"	07/12/1983	Política
"Os segredos da costa brasileira"	11/01/1984	Turismo
"O xerife de Tancredo"	20/02/1985	Política
"Antônio Ermírio"	26/03/1986	Política

“Platoon o filme do ano”	01/04/1987	Entretenimento/fama
“Negros”	11/05/1988	Sociedade/comportamento
“A queda do homem mistério”	21/06/1989	Economia
“Em busca de juventude”	25/07/1990	Saúde
“O grande êxodo”	07/08/1991	Sociedade
“O jardim do marajá da Dinda”	09/09/1992	Política
“Os podres do Congresso”	20/10/1993	Política
“O medo”	23/11/1994	Violência
“Edir Macedo ataca”	06/01/1995	Religião
“O arrastão no exterior”	03/01/1996	Turismo
“Onde estão os empregos”	19/02/1997	Economia
“Guerra no céu”	25/03/1998	Economia
“O massacre da moto-serra”	07/04/1999	Meio Ambiente
“A tática da baderna”	10/05/2000	Política
“A vida sem patrão”	20/06/2001	Sociedade/comportamento
“A nova cartilha do coração”	24/07/2002	Saúde
“A lista dos 40 artistas mais poderosos do Brasil”	06/08/2003	Entretenimento/fama
“Beslan, Rússia”	08/09/2004	Internacional
“Um fantasma assombra o PT”	19/10/2005	Política
“A magreza de que mata”	22/11/2006	Saúde
“Emoções e saúde”	05/12/2007	Saúde
“Sol modo de usar”	16/01/2008	Saúde

Entretanto, estas edições semanais não levam em conta as edições extras da revista, e por esse motivo, inserimos também no recorte todas as edições extras que *Veja* publicou ao longo de seus 40 anos, em um total de 30 (já somadas à edição especial de 40 anos da revista). As capas são as seguintes:

Revista	Data	Tema
“Chegaram”	23/07/1969	Internacional
“Uma história de Veja”	09/1972	Retrospectiva institucional
“Ernesto Geisel”	06/1973	Política

“A morte de JK”	08/1976	Política
“O presidente visita a Abril”	23/05/1980	Política
“Quinze anos”	11/1983	Retrospectiva institucional
“República”	20/11/1989	Política
“Quércia ganha sua aposta”	28/11/1989	Política
“Caiu!”	30/09/1992	Política
Morte de Senna	03/05/1994	Esporte
“Guia da Copa”	07/1994	Esporte
“É tetra!”	18/07/1994	Esporte
“Mulher”	08/1994	Sociedade/comportamento
“Computador”	12/1995	Sociedade/comportamento
“Os calouros de Atlanta”	10/07/1996	Esporte
“Amazônia”	24/12/1997	Meio Ambiente
“Guia da Copa”	10/06/1998	Esporte
“30 anos”	11/1998	Retrospectiva institucional
“A aventura do descobrimento”	04/2000	Retrospectiva histórica
“Guia das Olimpíadas”	06/09/2000	Esporte
“Milênio”	01/2001	Retrospectiva histórica
“Jovens”	09/2001	Sociedade/comportamento
“Guia para fazer o bem”	12/2001	Sociedade/comportamento
“É penta”	07/2002	Esporte
“O Brasil que já é primeiro mundo”	05/2002	Sociedade/comportamento
“Triunfo histórico”	30/10/2002	Política
“35 anos”	09/2003	Retrospectiva institucional
“João Paulo II”	04/2005	Religião
“Guia da Copa”	06/2006	Esporte
“40 anos”	09/2008	Retrospectiva institucional

Além dessas, foram também inseridas no recorte todas as edições retrospectivas do ano da revista, pois acreditamos que, em um trabalho focado na memória, as capas

referentes à memória institucional de cada ano são importantes para este estudo. A primeira capa da revista destinada a uma retrospectiva do ano é de 1978 e os anos de 1993 (Herbert de Souza) e 1995 (Natal) não entram neste recorte por que as capas não fazem nenhuma referência à retrospectiva. 1993 opta por uma capa com o sociólogo Herbert de Souza e sua campanha contra a fome, enquanto 1995 apresenta histórias envolvendo os brasileiros durante o Natal. A escolha em não tratar do ano que passou em suas capas acontece também com as últimas capas de 2001 e 2002, que optam por uma discussão sobre o futuro do mundo após o 11 de setembro e Jesus Cristo, respectivamente. Mas estas capas acabaram entrando no recorte empírico por se encontrarem entre as dez revistas mais vendidas. Por este motivo, a quantidade destas capas de retrospectivas anuais não chega a 40 (como esperado), mas a 26.

De todo o recorte, uma capa se repete: "Podres do Congresso" aparece tanto em grandes reportagens como em semanas aleatórias, o que faz com que, apesar da contagem total apresentar 27 capas para o tema Política, são 26 as capas analisadas. Dessa maneira, temos ao todo 114 capas que, acreditamos, dão uma idéia da variedade de acontecimentos representados por *Veja* ao longo de quatro décadas. Este recorte, longe de pretender dar conta de toda a história da revista, buscará dar algumas pistas de que memória social se origina dessas representações.

Dividindo por temas, chegamos a um esperado domínio das capas de retrospectivas (33 capas), onde entram não apenas as últimas edições de cada ano (26 capas), mas também as retrospectivas institucionais e históricas apresentadas como edições extras (07 capas). Fora as retrospectivas, há um domínio pelas capas dedicadas à Política (26 capas), seguidas por Esporte (10), Internacional (09), Sociedade/comportamento (09), Saúde (07), Entretenimento/Fama (05), Economia (06), Religião (03), Turismo (02), Meio Ambiente (02), Violência (02).

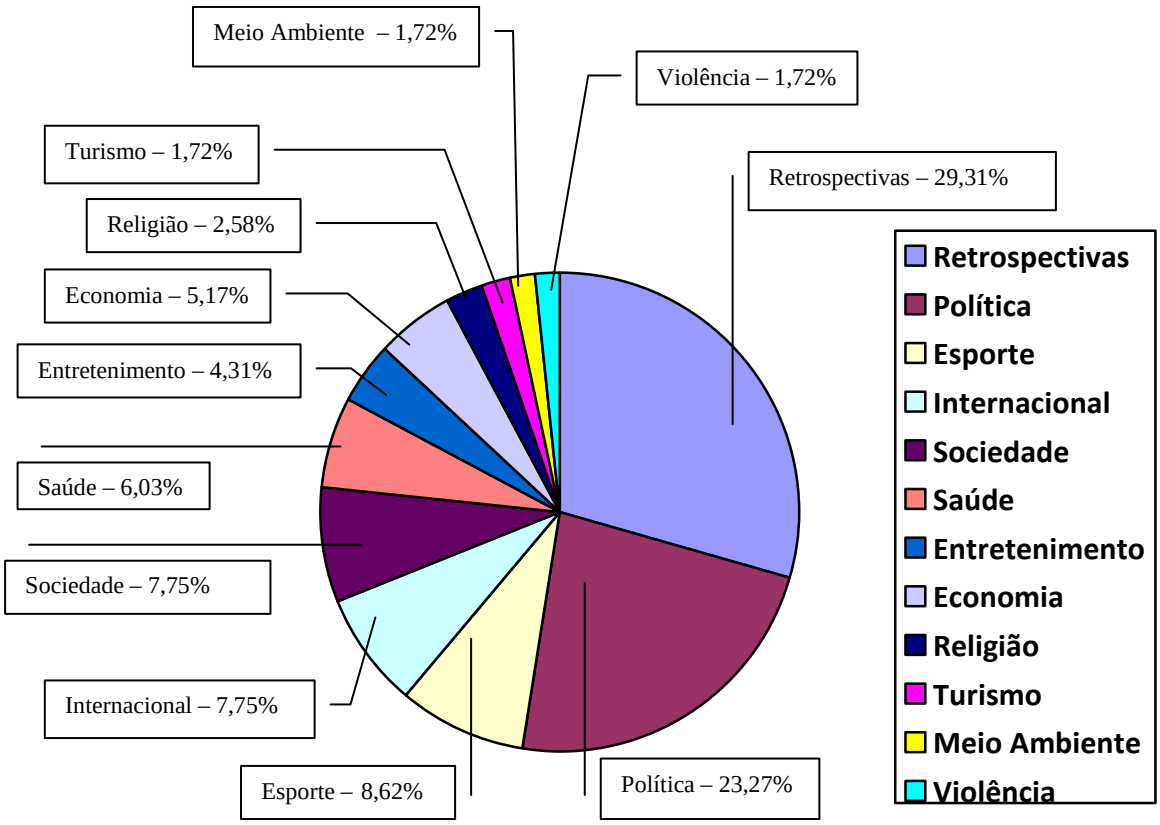


Gráfico 1

No levantamento feito por John e Eberle (2010), o tema Política também é majoritário nas quatro décadas de existência da revista. Seguido por Sociedade/Comportamento e Economia. Esportes e Internacional são os seguintes. Entretenimento, Meio Ambiente e Violência logo depois. Apesar de estatisticamente a repetição dos temas do recorte não ser idêntica à porcentagem da sua repetição ao longo dos anos, o recorte pelo menos dá a ver os principais temas que foram abordados pela revista em quatro décadas.

6. Análise

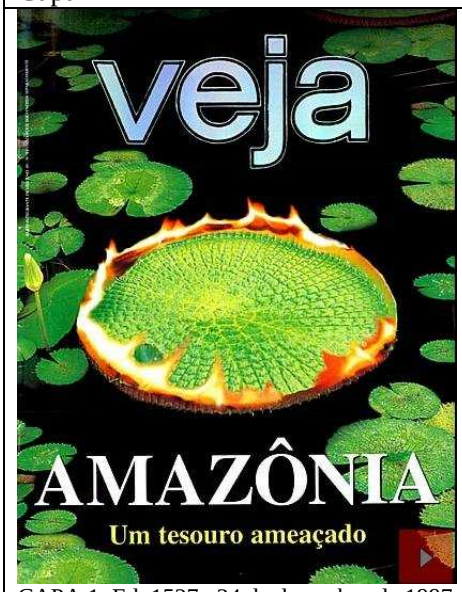
"Se podes olhar, vê. Se podes ver, repara".

José Saramago. *Ensaio sobre a Cegueira*

Conforme já explicitado, as capas foram divididas em doze temas para análise. Pensando-as a partir do método do teatro da memória, utilizaremos a semiótica plástica e a análise crítica do discurso para tentar compreender quais os modelos criados pela instituição e assim desvendar os conceitos que se encontram por trás das representações dos acontecimentos.

Os temas foram aqui organizados em ordem crescente de quantidade de capas, tendo aquelas que possuem a mesma quantidade hierarquizadas em ordem alfabética. Uma vez que acreditamos que a memória é construída pela repetição de determinadas representações, a escolha de ordenação pelos temas menos representados em direção aos mais representados nos pareceu a mais correta. A análise das capas aqui seguirá então a seguinte ordenação: Meio Ambiente, Turismo, Violência, Religião, Entretenimento/Fama, Economia, Saúde, Internacional, Sociedade/Comportamento, Esporte, Política e Retrospectiva. Dentro de cada tema as capas foram colocadas em ordem temporal, indo da mais antiga em direção à mais recente.

6.1. Meio Ambiente

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 1527, 24 de dezembro de 1997	A destruição da Amazônia. "Enorme, diversa, misteriosa para a grande maioria dos brasileiros, a Amazônia é um país à parte – um lugar remoto, ao qual nunca se vai. E, lá, o brasileiro das cidades se sente um estrangeiro. Talvez devido a esse distanciamento a Amazônia esteja sendo destruída sem que o Brasil se comova, se mobilize" (p. 05).	<u>Foto modificada</u> Uma vitória-régia grande, boiando no escuro e com as bordas em chamas cercada por outras menores. <u>Cores</u> Verde, branco, prata, preto, amarelo e laranja <u>Chamada</u> AMAZÔNIA Um tesouro ameaçado
 CAPA 2, Ed. 1592, 07 de abril de 1999	A crescente derrubada de árvores na Floresta Amazônica. "Afora noticiar e comentar os fatos que ocorrem a cada semana, acontecimentos que desfilam sua obviedade à frente de todos, Veja tira suas reportagens de um manancial mais sutil. A revista procura assuntos novos, que ainda não caíram no colo dos jornais e da televisão pela força da gravidade" (p. 07).	<u>Foto modificada</u> Uma serra corta a madeira de um tronco de árvore com formato do mapa do Brasil, de onde escorre um líquido branco das bordas <u>Cores</u> Vermelho, marrom, branco, preto, amarelo e cinza <u>Chamada</u> O MASSACRE DA MOTO-SERRA Quem são os dez maiores desmatadores da Amazônia

As duas capas sobre Meio Ambiente[19] tratam do mesmo acontecimento: o desmatamento da Floresta Amazônica. São duas abordagens diferentes de representação. Na capa 1, o foco está na Floresta e em sua beleza natural, na capa 2 o foco está na destruição. A vitória-régia é uma planta que simboliza a Amazônia, e sua borda cercada por fogo indica o início da destruição: o fogo simboliza a fagulha criadora, mas também o poder da destruição. O fundo escuro possui o sentido da morte

[19] Durante a análise o nome dos temas podem aparecer com inicial maiúscula ou minúscula. A utilização da maiúscula se dará quando o texto estiver fazendo referência ao tema na revista. Ex: "Economia" se refere ao tema economia em Veja. Já "economia" diz respeito à economia em seu sentido comum. Da mesma forma, "Veja" pode vir escrita de duas maneiras: a tradicional "Veja" aparecerá quando o texto se refere à revista, e "VEJA" quando se refere ao nome da revista na capa.

(além de um certo mistério), e o título VEJA em prata, ligado ao amarelo da chamada "Um tesouro ameaçado" criam por associação a noção da natureza com um verdadeiro tesouro (ouro e prata). O verde da vitória-régia cercado pelo amarelo do fogo remetem em conjunto para as cores da bandeira do Brasil.

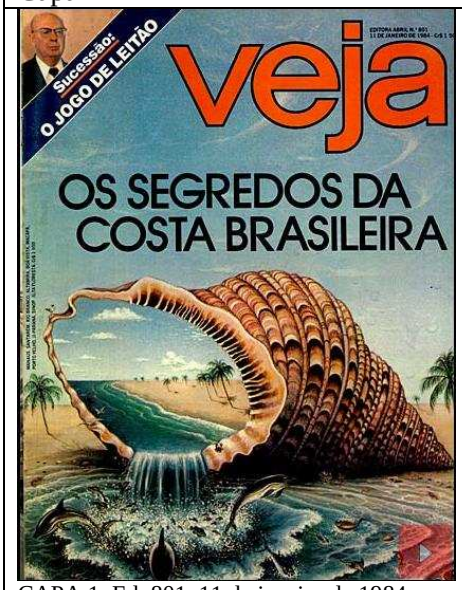
A Amazônia como representação do Brasil é ainda mais forte na capa 2, onde a madeira cortada com a forma do mapa do Brasil ganha dramaticidade com o título VEJA em vermelho que, ligado à moto-serra e ao líquido branco (típico da seringueira, árvore comum na Amazônia de onde se retira o látex) forma a imagem de um país que sangra. A violência da capa é reforçada pela chamada O MASSACRE DA MOTO-SERRA, referência direta ao filme de terror *O Massacre da Serra Elétrica* (The Texas Chain Saw Massacre, Tobe Hooper, 1974). O fundo preto aumenta o drama, e o marrom meio rosa típico do pau-brasil lembra a carne humana. O amarelo da chamada pode ser interpretado tanto como o ouro (mais uma vez o "tesouro" destruído) como pelo fogo que destrói além da serra. A ideia de fogo é ampliada pelo enquadramento criado pelo título VEJA com a chamada, misturando vermelho e amarelo, como se o país feito de madeira fosse cercado pelas chamas.

Por se tratar do mesmo acontecimento em épocas diferentes, é possível perceber uma evolução no tratamento da destruição da Amazônia pela revista. Na oposição inteiro x partido, ou completo x incompleto que domina o plano do conteúdo, há aqui uma inversão do poder dos pólos: na capa 1, o pólo completo é mais poderoso (a floresta parece intocável, a não ser pela pequena quantidade de fogo que aparece na vitória-régia), já na segunda capa, o incompleto é mais forte simbolicamente, com o corte da serra e a madeira semi-destruída. Mostra que a destruição aumentou, chegando a um ponto em que não há quase mais nada para ser preservado.

No recorte aqui apresentado, o meio ambiente de *Veja* é a Floresta Amazônica, e a natureza não aparece deslumbrante, mas em destruição. O país é muito ligado à Amazônia, como se a destruição da Floresta fosse também a destruição do Brasil. Os anos das capas são emblemáticos, o final dos anos 90 trouxe a ecologia como preocupação, e isso se reflete nas capas da revista. O meio ambiente de *Veja* é algo misterioso e distante, mas ao mesmo tempo importante, fortemente conectado ao país. Nas capas não são tratados trechos específicos da Floresta, nem mesmo a região do país em que ela se encontra: é como se existisse por conta própria, além de todas as cidades e estados, sendo uma propriedade brasileira, mais do que regional. A preocupação é com a preservação e não com o desbravamento, com o turismo ou qualquer outra forma de

relação com a natureza. E a natureza brasileira é, sem sombra de dúvidas, a Amazônia. Algo distante que não conhecemos, mas com o qual devemos nos preocupar porque faz parte do Brasil.

6.2. Turismo

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 801, 11 de janeiro de 1984	As férias de verão que levam muitos brasileiros para o litoral servem de gancho para a revista apresentar praias pouco conhecidas que também podem se tornar destinos turísticos: "Nesta época de verão e férias, quando as praias atingem seus piques de freqüência, a costa tem uma presença marcante na vida nacional, mas dela continua sabendo-se em geral muito pouco" (p.19).	<u>Desenho</u> Uma concha gigante localizada na areia entre palmeiras revela uma praia em seu interior, enquanto derrama água na areia, formando um lago de onde pulam golfinhos. <u>Cores</u> Azul, alaranjado, amarelo (sépia), branco e verde <u>Chamada</u> OS SEGREDOS DA COSTA BRASILEIRA
 CAPA 2, Ed. 1425, 03 de janeiro de 1996	O surgimento de uma moeda forte no país (o Real, que na época valia mais que o dólar)aumentou o turismo dos brasileiros fora do país. "No ano passado, 3,1 milhões de pessoas saíram do Brasil para viagens a outros países, sobretudo fazendo turismo – e muita compra. Significa um aumento de 20% sobre o número de 1994. E neste ano, 1996, haverá outro aumento de 20%, saltando-se para 3,7 milhões de viajantes, segundo estimativas da Embratur" (p. 24).	<u>Foto com texto</u> Globo terrestre com pequenas bandeiras do Brasil fincadas em todos os países visíveis (com exceção do próprio Brasil) <u>Cores</u> Azul, verde, amarelo, branco e vermelho <u>Chamada</u> O ARRASTÃO NO EXTERIOR É um recorde histórico: o turismo orientado para compras levou mais de 3 milhões de brasileiros ao estrangeiro em 1995

As duas capas de Turismo foram lançadas no mês de janeiro, tradicional época de férias no Brasil. Ambas evitam figuras humanas ou fotografias de locais reais, optando por representações artificiais: o desenho de uma praia e a fotografia de um globo terrestre de plástico com bandeiras de papel. As cores dominantes são o azul, o verde e o amarelo. Além de se tratar das cores da bandeira do país (revelando um olhar próprio do brasileiro para a questão do turismo), são as cores também das belezas naturais buscadas pelo turista: mar/água, céu, areia e sol. Editadas no auge do verão, as duas capas possuem cores quentes no título VEJA, o alaranjado e o vermelho, que

quebram o tom de cores frias que dominam as capas (o amarelo da capa 1 está mais próximo do sépia, e na capa 2 está diretamente ligado à bandeira).

A capa 1 apresenta uma imagem surreal, com sua concha jorrando água vinda do mar e criando um novo litoral. A imagem, com golfinhos pulando, remete às muitas representações visuais das paisagens brasileiras feitas por desenhistas e gravuristas logo após o descobrimento. A costa brasileira parece um paraíso perdido, local a ser descoberto. A concha é um símbolo do litoral, mas também possui significado do mistério, um objeto que esconde algo em seu interior. No caso, as praias desconhecidas pela maioria dos brasileiros, o que fica claro com a chamada OS SEGREDOS DA COSTA BRASILEIRA.

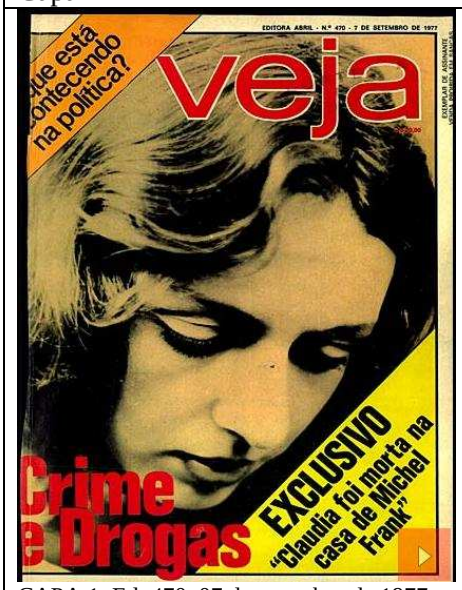
Uma fotografia do Chefe do Gabinete Civil, Leitão de Abreu ocupa o slash na parte superior esquerda da capa, com o texto Sucessão: O JOGO DE LEITÃO. Na época discutia-se a sucessão presidencial (que levaria à eleição de Tancredo Neves pelo Colégio Militar) e o Ministro Leitão de Abreu buscava uma manobra política para fortalecer a oposição, em um caso inédito do governo tentando derrotar o candidato de seu próprio partido. A opção de *Veja* por dar destaque ao Turismo em detrimento de uma delicada situação política revela um pouco do sentimento de pertencimento da revista: durante as férias, seu leitores estariam mais interessados no litoral e suas praias do que na sucessão do presidente militar.

As duas capas dizem muito deste leitor pertencente a uma minoria da população com condições econômicas para viajar nas férias para a costa ou para fora do país. A capa 2, entretanto, dá a impressão de se tratar de uma maioria, dada a enorme quantidade de bandeiras, que visualmente “dominam” o mundo. O uso da palavra “arrastão” na chamada dá um ar popular ao acontecimento, uma vez que o arrastão é uma ação de roubo em que os ladrões correm em bando puxando bolsas ou que mais conseguirem das mãos das pessoas. Ao mesmo tempo, “arrastão” também é o nome dado aos barcos de pescadores que arrastam várias redes cheias de peixes no mar, fazendo uma referência à quantidade de produtos comprados/“arrastados” pelos brasileiros em outros países. A palavra “arrastão” remete a uma massa indistinta e pobre, o que constrói um sentido irônico (*Veja* brinca que os brasileiros estão invadindo outros países para trazer seus produtos para o Brasil) ao mesmo tempo em que cria uma dimensão para a quantidade de pessoas que é falsa (são apenas três milhões em uma população de 150 milhões). Esta capa mostra que *Veja* não busca uma representação do país, mas uma representação dos seus leitores (ou do país de seus leitores. Assim, a

proporção e porcentagem de brasileiros no exterior é pensada em relação aos leitores da revista que, esses sim, em sua maioria tem condições de fazer tais viagens.

O Turismo em *Veja* é restrito a uma classe média consumista, preocupada com a Economia - que a permite viajar -, mas com desinteresse político durante as férias. Esta classe média não parece interessada em locais específicos, mas apenas em viajar. Não há em nenhuma das capas uma localização geográfica clara, ou o nome de algum lugar. Trata-se da viagem pela viagem, do consumo pelo consumo. Os ricos viajam no verão e ponto. Por conseqüência, o leitor de *Veja* faz turismo em janeiro, pois ele tem dinheiro para passear nas férias, não importa para onde. É seu momento de esquecer os problemas do país, refugiando-se em locais paradisíacos, escondidos, misteriosos, distantes.

6.3. Violência

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 470, 07 de setembro de 1977	O misterioso assassinato de Cláudia Rodrigues, encontrada em um penhasco no Rio de Janeiro. "O objetivo era reunir informações seguras e consistentes sobre a morte da jovem Cláudia Lessin Rodrigues – um crime que, cometido no final de julho em meio ao afluente universo carioca da cocaína, já começava a mostrar os sintomas clássicos dos casos policiais em que os envolvidos não são marginais comuns, mas pessoas de boa família e bom dinheiro" (p. 19).	<u>Foto tratada graficamente</u> O rosto da jovem Cláudia Rodrigues cabisbaixa, olhando para o chão <u>Cores</u> Vermelho, alaranjado, amarelo, preto e branco <u>Chamada</u> Crime e Drogas EXCLUSIVO "Claudia foi morta na casa de Michel Frank"
 CAPA 2, Ed. 1367, 23 de novembro de 1994	O aumento da violência urbana, com o crescimento de 46,7% do número de homicídios em dez anos. "A primeira reação à estridência em torno do banditismo é o medo. Do medo à defesa pessoal o passo é pequeno. E da defesa vai-se aos exageros de segurança – aos condomínios fechados e guaritas, às cancelas, aos guarda-costas e carros blindados, E dos exageros ao delírio de ter medo de todos os desconhecidos" (p. 27).	<u>Foto modificada</u> Um homem por dentro do carro coloca a palma da mão contra a janela, que acaba escondendo seu rosto. Uma criança de costas se debruça sobre a janela do motorista <u>Cores</u> Preto, branco e vermelho <u>Chamada</u> O MEDO A paranóia da segurança faz com que a classe média se tranque e deixe o país pobre lá fora

Quase vinte anos separam as duas capas de *Veja* de Violência. A capa 1 trata de um caso específico de assassinato, enquanto a capa 2 apresenta uma situação geral de paranóia com relação aos crimes nas grandes cidades. As duas capas utilizam fotografias de pessoas que ignoram seu observador, sem encarar a câmera. Ambas as fotos não são coloridas, trabalhadas com efeitos que fazem uso de filtros sépia (capa 1) e branco e preto (capa 2). As duas imagens ganham efeito dramático com a utilização do vermelho na parte inferior da capa.

A cor, comumente associada à violência, aparece na chamada da capa 1 e na camisa da criança da capa 2. Em contraste com as fotografias monocromáticas, a cor causa impacto, como se manchasse a imagem de sangue e direcionando nosso olhar para

as respectivas chamadas CRIME E DROGAS (que parece decapitar a garota) e MEDO (que apesar de estar escrito em branco, chama a atenção pelo gritante fundo vermelho. A capa 1 enquadra o rosto de Cláudia Rodrigues com as cores vermelho (chamada e o título VEJA), amarelo (slash inferior) e alaranjado (slash superior). As cores quentes possuem um efeito de "pular" para fora da imagem, dando profundidade à fotografia, deixando o rosto da mulher em segundo plano. Isso acaba por dar uma dimensão temporal dentro da capa, em que as novidades sobre o assassinato são atuais (e aparecem nos textos), enquanto a morte em si já aconteceu há mais tempo (e por isso fica em segundo plano, dando lugar aos seus desdobramentos e à investigação que a revista empreendeu). Uma oposição novo x antigo que revela um foco maior nas causas da morte do que no próprio assassinato ou mesmo em Cláudia.

O menino com a blusa vermelha na capa 2 representa a violência que ameaça invadir o mundo sem cores da classe média, que se esconde dentro do carro. O homem com seu terno e seu carro dizem de uma classe específica e a fotografia em preto e branco traz um sentido de historicidade e tradicionalidade, algo já estabelecido que se sente ameçado pela mancha vermelha que ele prefere negar (a mão que ao mesmo tempo em que significa "pare" também esconde o rosto).

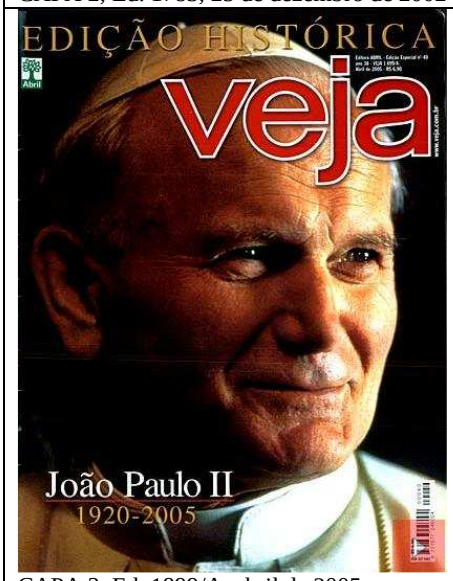
O título VEJA em branco alivia a cena, deixando o "medo" menos assustador. O texto logo abaixo da chamada faz uso da palavra "paranóia" e possui um discurso social que traz para a capa o sentido do preconceito contra os pobres. Há na capa 2 uma oposição superior x inferior no plano da expressão que representa uma oposição rico x pobre, segurança x insegurança. O preto e branco x vermelho reforça esta paz x violência, mas o espaço dado ao preto e branco é maior do que aquele dado ao vermelho, o que diminui a ameaça da criança, colocando o pólo superior com mais força simbólica do que o inferior. Por conseqüência, o rico e a segurança aparecem mais poderosos do que o pobre e a insegurança.

Interessante observar que as "vítimas" da violência nas duas capas são pessoas de cor branca e que aparentam pertencer a uma classe social privilegiada (o cabelo bem penteado de Claúdia na capa 1 e o terno e o carro do motorista na capa 2). As representações dizem muito do leitor de *Veja*, a classe média que tem medo que a violência invada sua vida, seja através do tráfico de drogas ou pela criança que pede dinheiro na rua. Mas nas duas capas a violência ganha um ar de exceção, algo importante, porém distante. A criança não parece ameaçar o homem no carro, que se encontra totalmente protegido atrás da janela, e expressão de Cláudia não é de

sofrimento, mas uma espécie de resignação de alguém que aceitou seu destino: é como se ela tivesse culpa em sua própria morte por ter se envolvido com drogas e com as pessoas erradas.

Pelas duas capas observadas, a representação da violência por *Veja* surpreende por não ser sensacionalista, algo tão comum no tratamento deste tema pela imprensa brasileira. Mas é uma violência vista pela classe média, a mesma que se esconde em segurança dentro de seus carros e condomínios. Dessa forma, o outro, aquele à margem da sociedade, surge distante, quase insignificante por não participar do cotidiano dos leitores da revista. É a alteridade que só é percebida quando provoca algum incômodo. Nos anos 70, o uso de drogas era menos comum, assim como a morte violenta de pessoas da classe média. O traficante, ou o viciado, aparecia como este outro ignorado. O mesmo acontece em relação ao aumento de moradores de rua em meados dos anos 1990. A violência em *Veja* é praticada apenas contra os brancos. A minoria da população – pessoas com alto poder de renda – acaba sendo representada como a maioria, ou como se fosse o retrato do país. Isso porque a maioria é ignorada, surgindo apenas como o outro que incomoda e causa medo. A Violência na revista faz parte do mundo daqueles que não lêem *Veja*. Mas este mundo pode invadir a revista através da presença daqueles que ela prefere ignorar.

6.4. Religião

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 1421, 06 de dezembro de 1995	Uma entrevista com o líder e fundador da Igreja Universal do Reino de Deus,o bispo Edir Macedo, que na época era uma das personalidades mais comentadas do país: "Desde que o bispo Sergio Von Helde apareceu na televisão chutando uma imagem de Nossa Senhora Aparecida, o editor assistente Morris Kachani, 27 anos, preocupou-se em mostrar o que é a Igreja Universal do Reino de Deus, como pensam e como vivem seus principais dignitários" (p. 31).	Foto com texto Close-up do rosto de Edir Macedo, que está com expressão séria, e sobrancelhas arqueadas Cores Vermelho, branco e preto Chamada EDIR MACEDO ATACA: A Igreja Católica tem interesse na miséria A Globo é a encarnação do diabo A campanha do Betinho é uma farsa Sexo é para ter prazer
 CAPA 2, Ed. 1783, 25 de dezembro de 2002	No Natal busca-se uma investigação histórica sobre Jesus Cristo e também como seus ensinamentos sobrevivem com importância até a atualidade: "Deus foi morto no século XIX e os matadores são conhecidos. Karl Marx, Charles Darwin, Friedrich Nietzsche e Sigmund Freud, para ficar nos nomes mais grandiosos, elaboraram teorias para o mundo e para a natureza humana que prescindiam das explicações tradicionalmente oferecidas pela religião" (p. 116)	Desenho Jesus Cristo olha diretamente para o leitor e em posição acolhedora, com a mão esquerda mostrando a chaga e com a mão direita apontando para a palavra "Ele" em seu peito. Cores Azul, vermelho (vinho), amarelo, marrom e branco Chamada O que Ele tem a dizer a você hoje
 CAPA 3, Ed. 1899/A, abril de 2005	A morte do papa João Paulo II "Os sinais de luto ganharam uma dimensão ainda mais eloqüente porque o papa era João Paulo II. Morreu um titã na luta contra o comunismo na Europa. Morreu o líder espiritual que desafiou os rumos liberalizantes da civilização ocidental. Morreu Karol Wojtyla, padre polonês de hábitos singelos e uma trajetória de resistência a dois flagelos do século passado: o nazismo e o comunismo" (p. 12).	Foto O rosto de João Paulo II usando a indumentária papal Cores Vermelho, branco, amarelo e preto Chamada EDIÇÃO HISTÓRICA João Paulo II 1920 – 2005

As três capas que tratam de Religião possuem rostos conhecidos do leitor brasileiro. Dois são fotografias em close e um desenho em plano americano. Vermelho e branco são as cores comuns a todas as capas. A capa 1 possui um detalhe interessante: o rosto de Edir Macedo recebe um efeito reticular em que os traços de seu rosto (sobrancelha, canto do olho, sombra do nariz e o entorno da boca) ficam quadriculados, recurso gráfico usado pela imprensa para esconder a identidade de alguma pessoa (uma testemunha ou criminoso menor de idade).

Este efeito acaba por causar um estranhamento, como se aquele homem tivesse algo a esconder. Mais do que isso, retira um pouco a sua dimensão humana, criando manchas em seu rosto. Seus olhos estão virados para cima, em uma expressão severa. O vermelho na base de seu olho esquerdo ganha o reforço da cor no título VEJA, dominando simbolicamente a imagem. O vermelho, no contexto religioso, pode ter o significado do sangue (o vinho, sangue de Cristo) ou do inferno. Associado à expressão facial, à posição dos olhos e às "manchas" que retiram um pouco sua "humanidade", o vermelho aqui pode ser considerado simbolicamente como o inferno. Tudo isso somado ainda à palavra "ataca" (que indica ação agressiva) transforma Edir Macedo em um monstro, ou no próprio diabo. As palavras "miséria", "diabo", "farsa", "sexo" e "prazer" colocadas ao lado de seu rosto apenas reforçam este sentido, ligando mazelas e pecados à sua figura. Os textos da chamada em conjunto ao EXCLUSIVO logo acima de seu olho direito formam, em relação à "barra" criada pelo "v" do título, um recorte no rosto de Macedo que o deixa ainda mais monstruoso, sendo por fim "coroado" com o nome VEJA funcionando como um chifre vermelho. O layout da capa traz também uma semelhança com a mais famosa imagem do filme *Laranja Mecânica* (A Clockwork Orange, Stanley Kubrick, 1971). No filme, Alex (personagem retratado na imagem) é o violento psicopata líder de uma gangue que se diverte aterrorizando as pessoas.

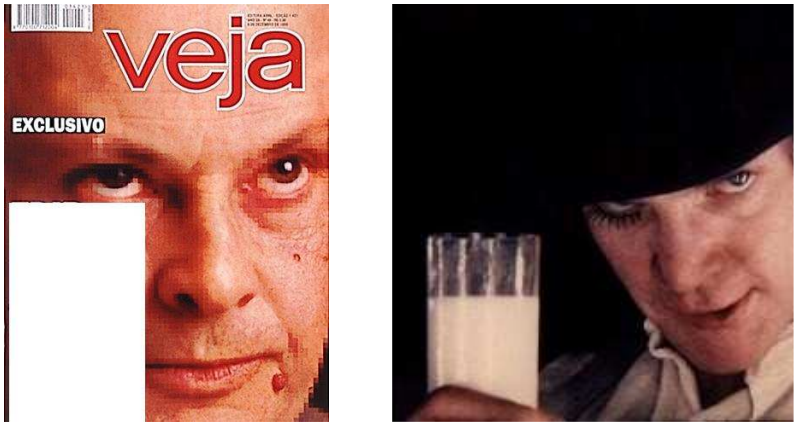


Figura 26: capa ed. 1421 retocada pelo autor ao lado de frame do filme Laranja Mecânica.

Há semelhanças no enquadramento e na forma do olhar do bispo Edir Macedo e Alex. As imagens tornam-se ainda mais parecidas se imaginarmos o bloco de texto branco ao lado esquerdo da capa como o copo de leite seguro pelo personagem do filme e o título VEJA como o chapéu de Alex. A referência a um filme tão associado à maldade e violência estabelece de vez Macedo como o mal, o demônio ou psicótico que deve ser temido.

Se o bispo Macedo é o vilão, o papa retratado é com certeza o herói, e a capa intermediária representa Jesus, pastor dos bispos. A disparidade das representações de Jesus Cristo e João Paulo II com relação a Macedo começam pelo enquadramento, com uma imagem não tão próxima, menos invasora e opressiva, ambos com olhar tranqüilo, apesar de diferenças fundamentais. Jesus olha diretamente para o leitor, enquanto o olho do papa está direcionado para fora do quadro. Um parece concentrado naqueles que olham para ele (capa 2) enquanto o outro está mais contemplativo, mira para além do horizonte. O fundo da capa 2 é azul, indicando o céu, o infinito; enquanto a capa 3 apresenta o preto da morte, o luto. O título VEJA também é vermelho nos dois casos, mas a cor possui um simbolismo diferente da capa 1. Em um caso é a mesma cor da vestimenta de Jesus, mais associado ao vinho. Além disso, o título é atravessado por raios de luz branca e pelo amarelo da aureola de Cristo, além de se encontrar contra um fundo azul. A cabeça do desenho cobre parte do logotipo, colocando Jesus acima da revista, diferente do que ocorre na capa 3, em que o nome VEJA cobre a testa de João Paulo II, usando a cor vermelha como um pedido de atenção. Enquanto Edir Macedo é "chifrado" por VEJA, o papa é "coroado" pela chamada EDIÇÃO HISTÓRICA em amarelo/dourado, que funciona como uma auréola que santifica o homem, assim como confere o caráter divino à imagem de Jesus.

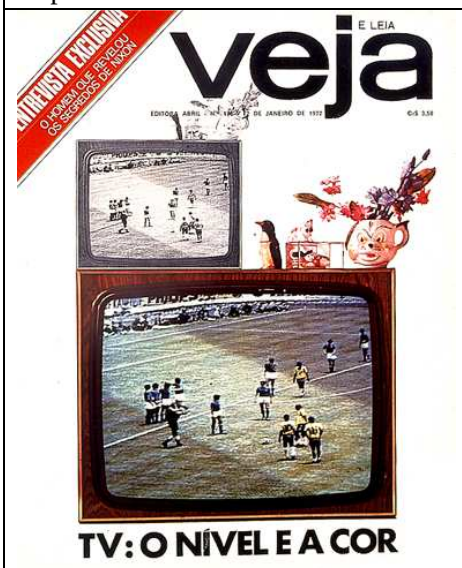
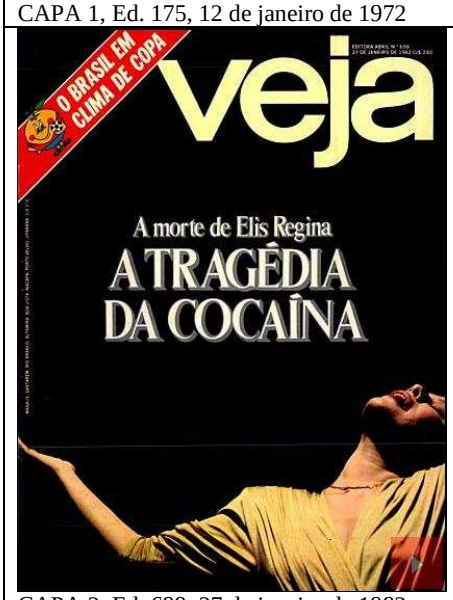
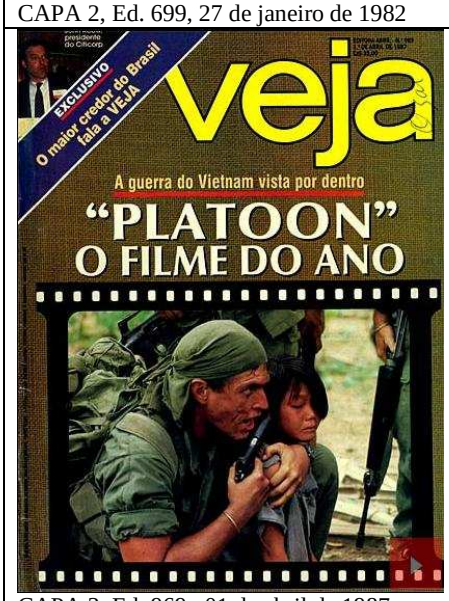
O branco de paz reforça a bondade do papa (a cor que aparece na veste papal é culturalmente associada ao bem, em oposição ao preto que costuma significar o mal). Além disso, a indumentária pontifícia mostra que a revista está tratando do papa e não de Karol Wotjila, retirando sua natureza humana e adiantando sua beatificação através da imagem. João Paulo II, assim como Edir Macedo, é apresentado em um enquadramento que recorta apenas o rosto, o que faz com que, ao ser confrontado com o leitor, apareça de igual para igual com este (com o tamanho da cabeça próxima daquela de quem olha a capa).

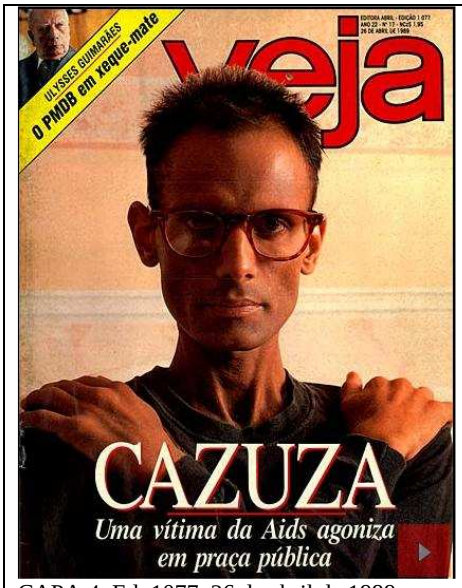
Já Cristo aparece em plano americano, com os braços levemente abertos. Ao abrir o quadro, ele parece superior, maior pela perspectiva de quem olha de frente para a

capa na altura dos olhos. Sua expressão corporal é acolhedora, um ser superior que se preocupa com aquele que o observa. Seu dedo aponta diretamente para o "Ele" da chamada, mostrando que a revista pretende falar em nome dele. *Veja* vai contar o que Jesus tem a dizer para seu leitor, e faz isso de forma convidativa, utilizando cores e uma imagem simpática que está muito distante das tradicionais cenas de sofrimento geralmente associadas a Ele. A figura do Cristo, com seu olhar direto e bondoso (interessante reparar como a capa usa de todos os elementos à disposição – cor vermelha, circunferência branca, traços que funcionam como setas e um círculo amarelo – para que nosso olhar seja diretamente guiado para a cabeça do desenho e, consequentemente, para seus olhos), suas cores agradáveis e bem equilibradas e sua mão que parece chamar o leitor para perto, convidam à abertura e leitura da revista (e talvez este seja um dos motivos desta ter sido a décima edição mais vendida durante os 40 anos de *Veja*).

As três capas possuem uma oposição no plano do conteúdo que trata do humano x inumano, com o inumano sendo o pólo mais poderoso: os três personagens são retirados, pelo menos um pouco, da esfera humana. Céu e inferno e Deus e o diabo se digladiam nas capas de *Veja* sobre religião. Em um país extremamente católico, não é surpresa que a revista simplesmente reflita as relações de fé da sociedade. A Religião aqui aparece formada por extremos de bondade e de maldade, e personificada em figuras importantes. A fé é masculina, possui o rosto dos homens que lideram as religiões. A Igreja Católica aparece como o lado bom, e é visivelmente discrepante a forma de representação das figuras católica com relação à de outra religião (no caso a Igreja Universal do Reino de Deus). Para *Veja*, Deus não apenas existe, como é católico e aqueles que o seguem através do catolicismo podem atingir um lampejo de divindade após a morte. E para o bem ou para o mal, o homem é o centro de tudo, responsável pelo divino ou pelo demoníaco. À mulher é relegado um papel invisível. Em 40 anos, é o homem quem tem acesso direto a Deus. Ou ao diabo.

6.5. Entretenimento/Fama

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 175, 12 de janeiro de 1972	A revista aproveita a chegada da cor à televisão brasileira para discutir a qualidade dos programas produzidos e exibidos no país. “Nesta edição, VEJA dedica a reportagem de capa è televisão brasileira, frequentemente acusada de manter um nível muito baixo e às vésperas do passo notável da cor” (p. 15).	<u>Foto tratada graficamente com desenho</u> Imagem duplicada de uma televisão (uma preto e branco sobre outra colorida) <u>Cores</u> Preto, branco, vermelho, rosa e marrom <u>Chamada</u> TV: O NÍVEL E A COR
 CAPA 2, Ed. 699, 27 de janeiro de 1982	A morte da cantora Elis Regina por consumo excessivo de cocaína. “Esse episódio, como tantos outros envolvendo pessoas anônimas cujas mortes não chegam às manchetes, não apenas chamam a atenção para o óbvio e devastador perigo do consumo de entorpecentes – ele deveria, também, levar a sociedade a refletir um pouco mais sobre a difusa complacência que cerca o problema” (p. 19).	<u>Foto tratada graficamente</u> Flagrante de um show: Elis Regina com a cabeça para trás, boca aberta e braços abertos <u>Cores</u> Preto, branco e amarelo <u>Chamada</u> A morte de Elis Regina A TRAGÉDIA DA COCÍNA
 CAPA 3, Ed. 969, 01 de abril de 1987	A estreia do filme Platoon, de Oliver Stone, favorito ao Oscar que viria a acontecer na semana seguinte (e no qual ganharia o prêmio de Melhor Filme). “Com um retrato brutal e emocionante do desastre americano na guerra do Vietnam, Platoon se consagra como o filme do ano” (p. 67).	<u>Foto tratada graficamente</u> Cena do filme Platoon, com um soldado apontando a arma para uma criança, emoldurada por um fotograma de filme <u>Cores</u> verde, amarelo, branco , vermelho e azul <u>Chamada</u> A Guerra do Vietnam vista por dentro “PLATOON” O FILME DO ANO

 CAPA 4, Ed. 1077, 26 de abril de 1989	Entrevista do cantor Cazuza, bissexual assumido e primeiro ídolo popular brasileiro a admitir que possui o vírus HIV(e que viria a morrer no ano seguinte). "Sabendo que está com Aids desde 1987, o cantor e compositor Cazuza conta com emoção como está enfrentando a doença, fala das crises pelas quais passou e relata como se sente ao ser alvo de uma curiosidade ambígua – repleta de afeto, solidariedade mas também de muita morbidez e sensacionalismo" (p. 43).	<u>Foto com texto</u> Fotografia de estúdio de Cazuza com os braços cruzados sobre o peito <u>Cores</u> Vermelho, rosa, preto, branco e amarelo <u>Chamada</u> CAZUZA Uma vítima da AIDS agoniza em praça publica
 CAPA 5, Ed. 1814, 06 de agosto de 2003	Após três meses de pesquisa, Veja divulgou a lista dos 40 artistas mais poderosos do Brasil. "É uma forma de dar objetividade a um mundo tisnado pela subjetividade. Ao se adotarem parâmetros concretos para avaliar e classificar os artistas, são deixadas de lado as simpatias e as antipatias que, um pouco por distorção e muito pela própria natureza do ofício, colorem as críticas jornalísticas" (p. 19).	<u>Foto tratada graficamente com patchwork</u> O rosto de 40 artistas brasileiros, todos encarando o leitor com feições simpáticas <u>Cores</u> Amarelo, azul, preto e vermelho <u>Chamada</u> A LISTA DOS 40 ARTISTAS MAIS PODEROSOS DO BRASIL

Das cinco capas de Entretenimento/Fama de *Veja*, todas elas fazem uso de fotografias de personalidades: jogadores da seleção brasileira de futebol, a cantora Elis Regina, o ator Tom Berenger em cena do filme *Platoon* (Oliver Stone, 1986), o cantor Cazuza e os quarenta artistas mais poderosos do país. As cores com maior destaque são branco, preto, vermelho, amarelo e verde.

A capa 1 possui o fundo branco, em contraste com o título VEJA e a manchete TV: O NÍVEL E A COR em preto. Aqui, o branco e o preto são usados como representação da televisão preto e branco. Uma mesma imagem é reproduzida duas vezes: uma televisão com um jogo de futebol na tela e objetos encima dela. A imagem na tela é de uma falta pouco antes de ser batida pela seleção brasileira no jogo da final da Copa de 1970 contra a Itália, do qual o Brasil sairia tricampeão mundial de futebol.

Sobre o aparelho de televisão, encontram-se um pingüim usado como enfeite, uma caixa com alguns objetos (uma boneca e uma concha) e um vaso no formato do rosto de um gato e com flores vermelhas e roxas. A imagem é duplicada não apenas em cores diferentes, mas tamanhos. A televisão na cor acinzentada aparece em tamanho menor e logo acima da televisão com cores diversas. O cinza representa não apenas a tv preto e branco, mas também o vestígio, o resto daquilo que já se foi. A opção pela cor na televisão maior mostra a escolha de *Veja* em apoiar a nova tecnologia, além da capa dizer também de seu leitor: uma pessoa que possui televisão no início dos anos 70 e com condições econômicas de adquirir uma tv colorida quando esta for lançada.

O jogo de futebol na tela "populariza" a imagem, colocando o esporte como representação da programação televisiva, talvez uma crítica à falta de discussões mais complexas, privilegiando as emoções fáceis (além disso, ressalta também a nova tecnologia: apesar de transmitida em cores, a Copa do Mundo de 1970 foi apresentada aos brasileiros em preto e branco, uma vez que ainda não havia aparelhos coloridos no país). Os objetos sobre o aparelho colocam a televisão como bem inserido no dia a dia do brasileiro, utilizando elementos populares de enfeites de casas na época para representar a popularidade e cotidianidade do aparelho. Os mesmos objetos em preto e branco são praticamente invisíveis, não apenas pela cor menos chamativa, mas por serem tampados pela linha que contém o nome da editora e a data. Isso reforça o sentido do aparelho preto e branco sendo deixado para trás, "apagado" do cotidiano dos brasileiros para ser substituído pela cor.

Uma das principais oposições simbólicas, segundo Guimarães e também segundo o *Dicionário dos Símbolos* (1982), é entre as cores preto e branco. Entretanto, nesta capa de *Veja*, as cores não se opõem, mas se complementam para simbolizar o preto e branco da televisão. A oposição, então, não é entre preto e branco, mas preto e branco x colorido. Além disso, há outras duas oposições simbólicas entre as duas imagens repetidas: superior x inferior e pequeno x grande.

A televisão de cor cinzenta se encontra em posição superior, e em tamanho menor. A posição superior, que poderia simbolicamente significar mais importância, é amenizada pelo tamanho pequeno da imagem. Assim, temos uma posição superior que na verdade indica inferioridade, produzindo um efeito de profundidade ótica: o tamanho menor, associado à sua posição superior e ao cinza da imagem dão uma dimensão de segundo plano, como se a televisão maior, colocada logo abaixo e chamando nossa

atenção pelo uso das cores em uma capa em que prevalecem o branco e o preto, estivesse em primeiro plano.

Assim, a capa utiliza várias oposições binárias no campo da expressão para significar a oposição primeiro plano x segundo plano no conteúdo. O sentido por trás da capa diz de uma substituição: a cor substitui o preto e branco, entretanto, a imagem na tela, ou seja, a programação, continua a mesma. Primeiro plano x segundo plano significa, então, o novo x o antigo. A mensagem da revista é para que a nova tecnologia não signifique a mesma programação, e que a evolução técnica acompanhe uma evolução de conteúdo (evolução essa mostrada no "crescimento" da tv colorida em comparação com a preto e branco).

A utilização do preto e do branco é parecida na capa 2. Aqui, as duas cores aparentemente não se completam, opondo-se. Segundo Guimarães, a morte, sempre vinculada ao desconhecido e às trevas, é a origem simbólica do preto: "O preto, além de ser a cor da morte e das trevas, é a cor do desconhecido e do que provoca medo" (Guimarães, 2001, p. 91). Enquanto isso, o branco é a cor da paz e da vida. Na oposição atribui-se valor positivo ao branco e negativo ao preto. O preto de fundo na capa simbolicamente representa a morte da cantora, mas neste caso, apesar de em oposição ao preto, o branco não simboliza vida. A cocaína, droga que em excesso provocou a morte de Elis Regina possui coloração branca, e a manchete colocada nesta cor faz referência direta à causa da morte. Apesar de não significar vida, o branco aqui mantém o sentido do início em contraposição ao fim simbolizado pelo preto: a cocaína como o início do fim de uma vida.

O título VEJA, em um amarelo esverdeado, repete o tom da cor da roupa de Elis Regina, não se associando nem ao preto e nem ao branco, mas à cantora. Elis é flagrada em um de seus shows (em sua característica performática mais marcante: com os braços abertos), imortalizada pela sua arte. Entretanto, seu momento de êxtase artístico ao ser recortado e colocado contra o fundo escuro, ganha dramaticidade e mudança de sentido, fazendo com que o êxtase se transforme em imagem agonizante. A vida se transforma em morte na imagem da cantora. Na organização gráfica da capa, a imagem de Elis, colorida, se opõe ao fundo preto e ao branco da cocaína. Temos então, mais uma vez, a oposição do colorido x preto e branco. No plano do conteúdo, esta oposição se dá pela vida x morte. A cantora representa a vida em oposição à cocaína e à morte. E pelo espaço dedicado a cada pólo, a morte possui maior destaque, aparecendo com mais força simbólica, trazendo uma mensagem de algo inescapável caso se abuse da cocaína.

Na capa 4, o preto aparece na roupa, de forma sutil. A morte próxima de Cazuza é anunciada em letras brancas, e aqui o branco simboliza a vida, em contraste com o preto. O fundo possui um tom rosa, próximo da cor da pele do cantor, e o título VEJA aparece em vermelho, ocultado em parte pelo topo da cabeça do fotografado. O vermelho possui significados simbólicos variantes, e vários deles podem ser percebidos nesta capa. A cor com um fundo claro é comumente, segundo Guimarães (2001) associada à saúde (cruz vermelha), mas em relação ao preto, significa violência e morte. Já associada a cores quentes, como o alaranjado ou o amarelo (como a faixa que corta o alto esquerdo da capa) significa paixão, amor e luxúria.

O acontecimento representado dá margem a todas estas possíveis interpretações. Trata-se de um grave problema de saúde pública, discutindo uma doença ainda pouco abordada pele imprensa na época. Mas esta doença também está diretamente ligada aos hábitos sexuais, por ser sexualmente transmissível, e aí trazer um sentido de luxúria e colocar em julgamento a sexualidade do fotografado. O vermelho da violência, que remete a sangue, sublinha o nome Cazuza, contra o fundo preto e a cor ganha ainda uma conotação "perigo" e "atenção" (o "pare" dos sinais de trânsito) quando é lida em relação ao "xeque-mate" (expressão usada no xadrez para anunciar que o adversário está encurralado e sem possibilidade de fuga) que aparece escrito na faixa amarela e que faz referência ao político Ulysses Guimarães em um acontecimento sem nenhuma relação com o cantor. Mais uma vez, as oposições no plano da expressão representam uma oposição vida e morte no plano do conteúdo.

Na capa *Platoon* (3), o vermelho possui (apesar de se encontrar logo acima da chamada em branco) um significado mais voltado para a violência, isso graças à linha preta que se encontra abaixo e em paralelo, mas também, principalmente, pela fotografia de um soldado ameaçando uma criança com um revólver. O verde que domina a capa está ali por duas associações diretas ao tema do filme: a Guerra do Vietnã. A cor pretende remeter aos uniformes dos soldados e também ao ambiente em que se deu o conflito: a selva. O verde também significa terreno de disputa (combates da Idade Antiga, Idade Média e Iluminismo se deram em campos gramados, e na atualidade muitas disputas esportivas continuam a se dar na grama) e, claro, esperança.

O verde é resultado da fusão do amarelo com o azul, exatamente as duas cores que dominam o alto da capa. O azul do infinito está no slash sobre "o maior credor do Brasil" (e olhando em relação à chamada do slash, o verde pode adquirir o significado de dinheiro também) e o amarelo está no título VEJA. Segundo Guimarães (2001), a

cor é sempre a primeira a ser percebida, saltando aos olhos. Assim, ao olhar para a capa, a primeira coisa que vemos é exatamente o nome VEJA, para em seguida olharmos para o restante da capa. Desta forma, a revista está recomendando o filme, quase que literalmente dizendo "Veja Platoon". O amarelo possui o sentido de riqueza e elevação espiritual, mas também da loucura e do delírio: o excesso de intensidade que atormenta o homem, resultando em uma explosão de energia e fúria.

A capa faz uso de uma imagem forte que se coloca como realidade, tendo apenas a moldura em forma de filme para atestar sua natureza ficcional. A relação entre as cores utilizadas, a chamada e a fotografia ficcional colocada de modo realista leva a uma compreensão da capa como um discurso que pretende mostrar "o filme do ano" como uma amostragem realista da guerra e abrindo espaço para discussões a respeito do conflito. O filme torna-se a própria Guerra do Vietnã. Assim, a guerra é entendida como violenta (o vermelho e o excesso de armas na imagem), injusta (a criança) e enlouquecedora (a expressão do soldado/ator e a cor amarela). Há na capa uma oposição ficção x realidade que reflete a dinâmica guerra x paz, justiça x injustiça, loucura x sanidade no plano do conteúdo. A revista recomenda o filme como um retrato fiel da guerra e parece propor, a partir de *Platoon*, uma discussão sobre o que verdadeiramente foi o conflito, com toda a sua violência e injustiça. É a obra ficcional servindo à realidade.

O amarelo possui maior destaque na capa 5. Aqui a cor está relacionada à riqueza (artista que "valem ouro") e curiosamente encontra-se complementando a chamada da faixa vermelha (aqui com o significado de "atenção" e "cuidado") sobre o presidente do Banco Central e que diz "Acendeu-se a luz amarela". O azul no título VEJA remete ao infinito, ao céu/paraíso alcançado pelos 40 artistas representados na capa. Este sentido é reforçado pela figura da atriz Luana Piovani pendurada em uma corda que faz uma ligação direta da massa de personalidades com o céu VEJA na metade superior da capa. Na montagem que ocupa a metade inferior aparecem os rostos dos principais artistas do país na época, e o que se destaca com maior força é o humorista Bussunda, o único com uma camisa alaranjada que se revela um ponto de maior visibilidade entre as cores branco, azul e preto que dominam a imagem. Não por acaso, Bussunda era o mais conhecido integrante do grupo *Casseta e Planeta*, número um do ranking de poderosos estabelecido por *Veja*.

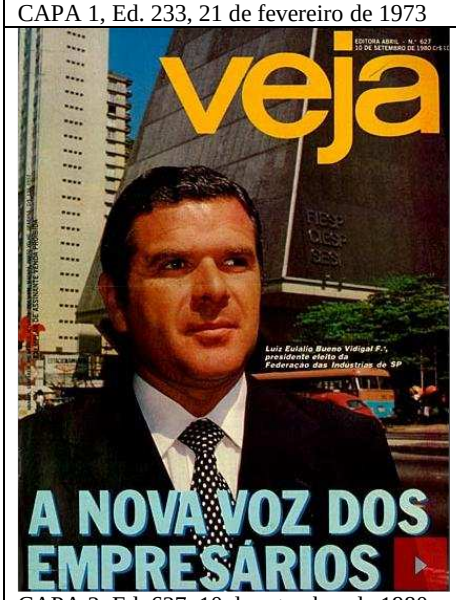
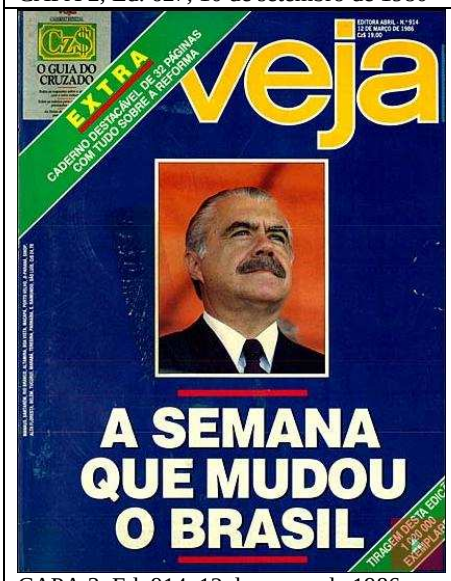
Nesta capa, o poder está ligado ao dinheiro, à capacidade de produzir riquezas. As estrelas que aparecem na capa, além de significarem os próprios artistas (as "estrelas"

da televisão, da música, do cinema), é a fonte de luz própria, dando sentido aos artistas relacionados como aqueles que possuem maior energia produtiva e que conseguem fazer está luz resultar em ouro. A massa de artistas torna difícil distingui-los em um primeiro olhar, e a capa apresenta uma oposição entre inferior e superior que pode ser compreendida entre o comum x estelar, ou entre artistas x estrelas. É como se o discurso dissesse que poucos artistas são verdadeiras estrelas, e no campo do conteúdo esta oposição aparece na forma comum x especial ou ordinário x riqueza.

O Entretenimento em *Veja* é aquele das celebridades e está relacionado ao poder econômico e tecnológico, além de um olhar conservador (para as drogas e para a homossexualidade). A diversão é representada pela revista de uma forma pragmática, com uma função para além da simples distração: a televisão com função educativa, o filme que pode explicar sobre a realidade da guerra, a discussão sobre cocaína e Aids pela morte de dois cantores e a riqueza efetiva que pode ser gerada pelos artistas.

É uma diversão objetiva, com uma função específica para aprender e consumir novidades tecnológicas. O Entretenimento é aquele dos astros que geram receita e conteúdo, mas que podem ser julgados de acordo com sua vida pessoal.

6.6. Economia

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 233, 21 de fevereiro de 1973	A desvalorização do dólar em 10% (segunda desvalorização da moeda em 14 meses): “Esta situação de penúria tornou inevitável o reconhecimento de que o sistema monetário com base no dólar não tem mais condições de sobreviver” (p. 67). A situação levou à então inédita – e anunciada pela revista como histórica – valorização do cruzeiro em 3% em relação à moeda dos Estados Unidos.	<u>Desenho</u> A estátua da liberdade com expressão raivosa segura, no lugar da tocha, notas de 1 dólar. <u>Cores</u> Destaque para o azul, o cinza e o vermelho. <u>Chamada</u> ALGUÉM AINDA QUER DÓLARES? POR QUE O CRUZEIRO FICOU MAIS INDEPENDENTE
 CAPA 2, Ed. 627, 10 de setembro de 1980	A eleição do empresário Luiz Eulálio Bueno Vidigal Filho para a presidência da FIESP (Federação das Indústrias do estado de São Paulo), que possuía na época empresários responsáveis por 60% do produto nacional bruto do país. Foi a primeira vitória da oposição, resultando no comando de um empresário de fora do grupo que apoiou o golpe militar de 1964: “Para o novo líder do empresariado, o regime político ideal, que deveria ser tentado no Brasil, é o parlamentarismo” (p. 107)	<u>Foto com texto</u> Um homem (o empresário Luiz Vidigal) vestido com terno e gravata em frente ao prédio da FIESP. <u>Cores</u> Destaque para o amarelo, o azul e o preto. <u>Chamada</u> A NOVA VOZ DOS EMPRESÁRIOS
 CAPA 3, Ed. 914, 12 de março de 1986	Lançamento da reforma econômica que mudou o Cruzeiro para Cruzado na tentativa de frear a inflação no país. “O corajoso e inteligente anúncio de medidas feito pelo governo, na verdade, representa apenas o início de um demorado processo de mudança. Não é realista imaginar uma inflação zero pelo resto da vida. Não é realista esperar que os preços parem pela única e exclusiva força do tabelamento e congelamento” (p. 19).	<u>Foto com texto</u> Foto 3 x 4 do presidente José Sarney colocada contra um fundo azul. <u>Cores</u> Destaque para azul, amarelo, verde, branco e alaranjado. <u>Chamada</u> A SEMANA QUE MUDOU O BRASIL

 CAPA 4, Ed. 1084, 21 de junho de 1989	O decreto de prisão para o libanês Naji Nahas, maior especulador do mercado de ações do Brasil na época e acusado de estelionato por comprar ações com 39 milhões de cruzados novos em cheques sem fundo: "Contabilizava-se que, no rastro dos cheques sem fundo de Nahas, acumulavam-se prejuízos de até 500 milhões de cruzados novos espalhados por quarenta corretoras e alguns bancos do Rio de Janeiro e São Paulo" (p. 98).	<u>Foto com texto</u> Naji Nahas de terno e com os dedos indicadores no queixo, em pose pensativa. <u>Cores</u> Azul, branco, preto e vermelho. <u>Chamada</u> A queda do homem mistério Naji Nahas, o milionário que deu um soco na Bolsa e foi à lona
 Capa 5, Ed. 1483, 19 de fevereiro de 1997	O crescente número de demissões nas indústrias de São Paulo levou a revista a buscar os locais onde estão se contratando novos trabalhadores e as oportunidades de emprego em outros lugares do país: "O próprio mapa dos empregos está mudando. Novas fronteiras econômicas, antes nunca exploradas, estão surgindo a uma velocidade estonteante. E, nesse caso, o que está acontecendo no Brasil não tem paralelo em nenhum outro país" (p. 81).	<u>Desenho</u> Recorte de anúncios de classificados de jornal impresso no formato do mapa do Brasil. <u>Cores</u> Vermelho, branco e preto. <u>Chamada</u> ONDE ESTÃO OS EMPREGOS Os novos pólos de crescimento e as oportunidades que eles oferecem
 CAPA 6, Ed. 1539, 25 de março de 1998	"Na semana passada, os brasileiros assistiram a uma queda em dominó nos preços das passagens aéreas nunca vista antes no país. Abriram-se lugares com até 60% de desconto em vôos a qualquer hora do dia e para qualquer território doméstico" (p.110). O surgimento de novas companhias de aviação e a possibilidade das antigas atenderem mais aeroportos deu início a uma concorrência que derrubou o preço das passagens.	<u>Foto tratada graficamente com patchwork</u> Aviões de diferentes marcas e tamanhos colocados em posições diversas contra a fotografia de um céu com nuvens. <u>Cores</u> Azul, branco, vermelho e amarelo. <u>Chamada</u> GUERRA NO CÉU A queda nos preços das passagens, a luta de morte entre as companhias aéreas e as promoções que elas estão oferecendo.

Das seis capas de *Veja* de Economia, quatro fazem uso de fotografias nas capas e duas usam desenhos. Das capas com fotografias, apenas uma se trata de objetos (6), enquanto as outras três são rostos de homens. Os dois desenhos são representações diretas de países: a Estátua da Liberdade como os Estados Unidos e o mapa como o Brasil. As cores que mais se repetem são azul, vermelho, amarelo e branco.

Há um domínio claro da cor azul, que não aparece em apenas uma das seis capas recortadas. Na capa 1, o azul aparece no fundo e também na legenda. Além de trazer o sentido de avanço, do infinito sem limites (importante em uma época em que a economia do país parece suplantar o poderoso dólar) o azul também faz referência à cor do cruzeiro (figura 27), moeda brasileira em circulação na época, criando uma oposição com o verde do dólar, e que aparece "lavado", sem destaque nas mãos da estátua. Ao lado, a chamada ALGUÉM/AINDA QUER/DÓLARES? justifica a expressão raivosa da estátua, que aqui é colorida de cinza apenas pela ligação com a realidade, a cor da estátua real.

Figura 27: cédula de um cruzeiro

Na chamada da capa 2, o azul mantém seu caráter imaterial, de eternidade, e traz uma sensação de calmaria. Ele colore a frase A NOVA VOZ DOS/EMPRESÁRIOS, em uma espécie de aprovação da revista pela eleição de Eulálio Vidigal, dando o sentido do empresário como uma pessoa capaz de "abrir" novos caminhos, em um anúncio positivo da nova realidade econômica do país. Apostando em uma foto única cobrindo toda a capa, a outra cor utilizada pela revista, além do azul, é o amarelo no título VEJA. A cor possui diferentes significados, e está tanto voltada para a elevação espiritual quanto para o acúmulo material: a riqueza simbolizada pela cor do ouro. Ao mesmo tempo, é a cor da atenção (conforme convencionado pelos semáforos de trânsito), do cuidado.

Com o rosto do empresário no meio, a oposição na capa se dá entre o azul e o amarelo. A cor no título VEJA é simbolicamente tida como mais forte, quente e expansiva, incapaz de se desvanecer. "No par Amarelo-Azul, o Amarelo, cor masculina,

de luz e de vida, não pode tender para o escurecimento" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 58). Ou seja, o amarelo possui maior força na oposição simbólica no plano da expressão. No plano do conteúdo, a revista dá as boas vindas e acredita ser uma boa escolha o empresário na presidência da FIESP, mas o mais importante é ter atenção com ele, pois há muita riqueza envolvida no acontecimento.

A oposição entre azul e amarelo continua na capa 3. A foto reduzida do presidente da república dá mais espaço para o azul (que domina a capa) e sua relação com as cores amarelo (mais uma vez o título VEJA), branco (a chamada) e verde (faixas nas partes superior esquerda e inferior direita). O amarelo continua simbolizando riqueza e atenção (afinal, é uma novidade que não se sabe se dará certo, e envolve as riquezas do país). Mas o grande espaço reservado para o azul busca um sentido de mais calma do que de apreensão, reforçado pelas faixas verdes, cor que pode significar esperança. O branco na chamada contribui para a sensação de calma e paz, e o texto A SEMANA/QUE MUDOU/O BRASIL fecha o sentido de positividade e esperança. A figura do presidente pequena, "engolida" pelo azul, coloca o Plano Cruzado – ou melhor, os benefícios trazidos por ele - como algo maior que o governante. Interessante que pelo olhar atual beneficiado pela passagem do tempo, a capa surge ingênua, já que sabemos hoje que o Plano do governo não funcionou. A pose austera do presidente Sarney, o fundo alaranjado da fotografia (cor que simboliza equilíbrio) e sua relação com as outras cores, tudo funciona para o significado mais forte da calma/paz/esperança em oposição ao cuidado e atenção (presentes não apenas no amarelo, mas também na quase imperceptível linha vermelha que emoldura a chamada de capa).

Amarelo e azul também se opõem na capa 6. O azul aqui representa o céu, mas mantém a mesma oposição simbólica das possibilidades "infinitas" versus os sentidos de atenção e riqueza do amarelo. O sentido de atenção é reforçado pelo vermelho no título VEJA, que significa "perigo" e também violência, combinando com a "guerra" citada na chamada GUERRA NO CÉU. E as figuras dos aviões não deixam dúvidas sobre qual guerra, ou disputa, se trata. A novidade das quedas dos preços traz muitas possibilidades de crescimento do número de pessoas que poderão viajar de avião, mas o foco da revista não é para essa "oportunidade", mas para se ter atenção e cuidado com os perigos que podem decorrer disso. Curiosamente, um acontecimento bom, ganha uma conotação ruim pela capa, a partir do uso da palavra "guerra" e da força das cores amarelo e vermelho.

O vermelho e o uso também estão presentes na capa 4. O azul é dominante, presente não apenas no fundo da fotografia de Naji Nahas, como também no título VEJA. O branco colore a chamada, enquanto o vermelho aparece na faixa superior com o texto O ROMANCE DO ANO. O vermelho aqui simboliza paixão, amor, para fechar o sentido do texto que se relaciona com a fotografia do casal Roberto Marinho e Lily de Carvalho. Mas visto em relação à capa como um todo, o vermelho se opõe ao azul como uma mensagem de perigo e cuidado com o homem que se encontra logo abaixo. A força do azul, entretanto, é dominante, pois a cor de fundo, do título e da manga da camisa de Nahas dão uma sensação de calma, de paz após a "tempestade" que foi a crise cambial provocada pelo ser humano. É a representação do pós-acontecimento, uma capa que busca não alarmar, mas mostrar que apesar do perigo do vermelho, tudo está bem.

Na capa 1, o vermelho aparece em duas tonalidades, uma mais escura, no título VEJA e uma mais clara na chamada da faixa superior branca. O texto vermelho da faixa diz da paixão, luxúria e do proibido: o polêmico filme *O Último Tango em Paris* (Ultimo Tango a Parigi, Bernardo Bertolucci, 1972) estava sendo avaliado pela censura na época. E mais uma vez a oposição dos vermelhos com o azul buscam uma disputa entre o perigo e a atenção com a calmaria, em mais uma capa de economia que vê a situação do Brasil de forma positiva: na oposição dólar x cruzeiro, a moeda brasileira vence o dólar em sua perigosa queda.

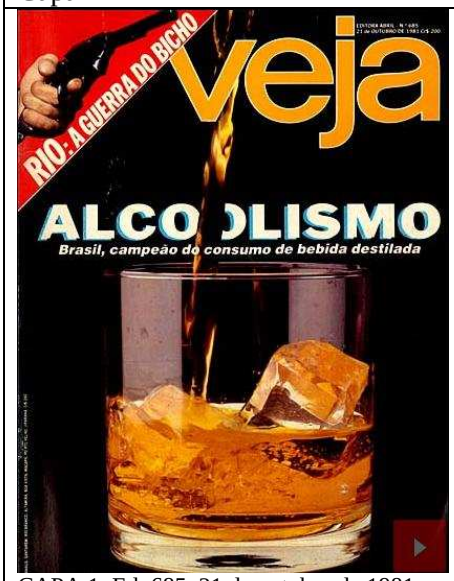
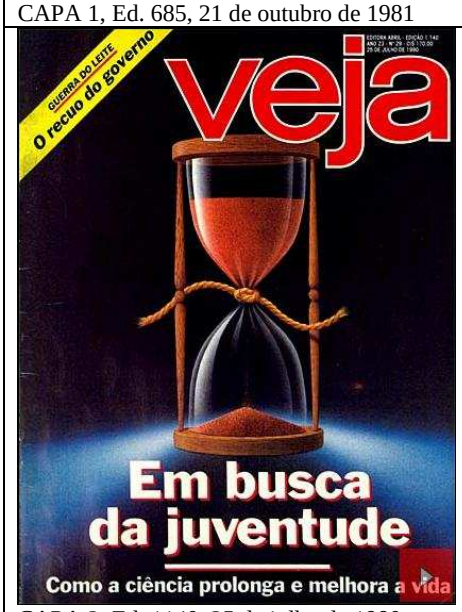
A única capa que não possui a cor azul é a 5, que faz referência aos empregos do país. O fundo vermelho é chamativo e cria um contraste forte com o branco do mapa do Brasil. Segundo Guimarães (2001), o vermelho em relação ao branco produz o sentido de saúde. Já o vermelho em abundância, ocupando grande espaço, remete aos movimentos políticos de esquerda. As duas formas de interpretação simbólica da cor aparecem na capa. É como se *Veja* tivesse uma receita médica para a saúde econômica do país (e ela "grita" que sabe ONDE ESTÃO/OS EMPREGOS), ao mesmo tempo em que o emprego (representado pela página de classificados dos jornais) surge como oposição ao "perigo vermelho" da esquerda. O mapa do Brasil parece uma ilha capitalista (assim como o título VEJA também em branco) que depende da população bem empregada para não afundar no mar socialista. No ano seguinte haveria a eleição presidencial na qual o então presidente Fernando Henrique Cardoso tentaria (e conseguiria) a reeleição contra o candidato da esquerda Luís Inácio Lula da Silva. Um outro dado importante é que a revista, sediada em São Paulo, aponta outras cidades que não a sua para receber trabalhadores imigrantes. É importante lembrar o preconceito que

imigrantes, principalmente nordestinos, sofrem na cidade de São Paulo (existindo inclusive movimentos com o objetivo de expulsá-los), o que dá um sentido social e político a mais na matéria de capa que pretende levar os trabalhadores de fora da cidade para outras localidades. A oposição branco x vermelho e emprego x desemprego se transforma em capitalismo x socialismo.

O sentido das capas de *Veja* sobre economia não deixa muitas dúvidas: as capas são normalmente positivas, valorizando as medidas econômicas e buscando acalmar o leitor. Longe do alarmismo, a revista parece querer dizer que mesmo com seus problemas, o capitalismo é melhor que o socialismo (o mérito pelo trabalho), e isso justificaria um olhar condescendente para os polêmicos planos econômicos e as especulações financeiras. A Economia também está ligada diretamente ao masculino: são homens que estampam as capas da revista, sem nenhum tipo de referência às mulheres. Aliás, a única figura feminina presente, a Estátua da Liberdade, aparece raivosa com os dólares na mão, e é sintomático que em um momento de crise, *Veja* tenha escolhido uma figura feminina para representar os Estados Unidos ao invés de, por exemplo, o Tio Sam.

As capas que causam algum tipo de incômodo para o olhar são exatamente as que menos dizem sobre o leitor da revista: quem lê *Veja* está bem empregado e já anda de avião sem precisar de descontos nas passagens. A revista, dessa forma, demonstra uma opção pela divisão econômica, de separação dos desempregados (que devem se mudar para lugares mais distantes do país) e emergentes (a nova classe média que possui condições de comprar passagens de avião desde que com os preços mais baixos) dos empresários e pessoas financeiramente bem estabelecidas. Pelas capas observadas, a Economia em *Veja* é (bem) conduzida pelo homem branco e rico – e até um especulador como Nahas é “absolvido” em uma capa que busca acalmar, abusando do azul e do branco -, enquanto o restante da população é representado de forma coletiva (mapa com oportunidades de emprego e aviões), uma massa indistinta que apenas responde às decisões e atitudes de uma elite privilegiada.

6.7. Saúde

Capa	O acontecimento	Representação
 CAPA 1, Ed. 685, 21 de outubro de 1981	Pesquisa aponta que o Brasil é o país que mais consome bebida destilada no mundo e alta arrecadação de impostos que o Estado consegue pela taxação destas bebidas. “Mas é certo também que se cria uma forma de dependência a partir do momento em que a abstinência nacional possa representar um problema econômico para o Estado. Para um viajante de outro planeta, a constatação é uma só: o Estado vive do vício” (p.19)	<u>Foto com texto</u> Um líquido amarelado é derramado em um copo com dois cubos de gelo <u>Cores</u> Amarelo, preto, vermelho e branco <u>Chamada</u> ALCOOLISMO Brasil, campeão do consumo de bebida destilada
 CAPA 2, Ed. 1140, 25 de julho de 1990	Novas descobertas da ciência produzem drogas e tratamentos para prevenir o envelhecimento. “Biologicamente, não há nenhum motivo para que as pessoas não cheguem tranquilamente aos 115 ou 120 anos. Acontece, porém, que por uma série de fatores, entre os quais estão doenças evitáveis – ou que brevemente o serão -, vida sedentária, maus hábitos à mesa, o homem começa a envelhecer aos 40 anos de idade” (p.56).	<u>Desenho</u> Uma ampulheta que tem seu canal fechado por um nó de uma corda. <u>Cores</u> Vermelho, preto, azul, amarelo e branco <u>Chamada</u> Em busca da juventude Como a ciência prolonga e melhora a vida
 CAPA 3, Ed. 1645, 19 de abril de 2000	Polêmica entre dois médicos americanos, Atkins e Ornish, sobre qual tipo de dieta é mais eficaz para o emagrecimento. “O doutor Atkins está conquistando milhões de seguidores fervorosos nos Estados Unidos (e ao mesmo tempo colecionando inimigos poderosos na comunidade científica) advogando uma dieta com alta dose de comidas antes proibidas” (p. 114).	<u>Foto com texto</u> Prato com fita métrica enrolada em um garfo e coberta com molho de tomate <u>Cores</u> Vermelho, amarelo, preto, alaranjado e branco <u>Chamada</u> A GUERRA DAS DIETAS O regime que proíbe carboidratos e libera o consumo de gordura provoca uma batalha entre os médicos

 CAPA 4, Ed. 1761, 24 de julho de 2002	A divulgação pela Associação Americana do Coração de uma cartilha com as últimas diretrizes para prevenção de doenças cardíacas e derrames. “A cartilha traz uma série de novidades em relação às recomendações anteriores, publicadas em 1997. A principal delas: a ênfase na necessidade urgente de as pessoas adotarem um estilo de vida saudável” (p. 79).	<u>Desenho</u> Um bloco de notas com o desenho do contorno de um coração e sobre ele um estetoscópio <u>Cores</u> Amarelo, azul, vermelho e branco <u>Chamada</u> A NOVA CARTILHA DO CORAÇÃO A prevenção contra as doenças cardiovasculares deve começar aos 20 anos Um estilo de vida saudável reduz em até 80% o risco de infartos e derrames
 CAPA 5, Ed. 1983, 22 de novembro de 2006	A morte por anorexia da modelo Ana Carolina Reston Macan, aos 21 anos. “Quando foi internada, Carol estava sem comer havia dois dias. Pesava 40 quilos e vestia calça número 34(...) Morreu depois de ficar 21 dias na UTI, vítima de insuficiência de múltiplos órgãos, septicemia e infecção urinária” (p. 80).	<u>Foto tratada graficamente</u> O corpo magro de uma mulher é sobreposto por uma foto em pose de Ana Carolina Reston, encarando o leitor <u>Cores</u> Marrom, branco, amarelo, preto <u>Chamada</u> A MAGREZA QUE MATA A morte de uma modelo por anorexia faz soar o alarme sobre as causas dessa doença misteriosa
 CAPA 6, Ed. 2037, 05 de dezembro de 2007	O crescimento e popularização da medicina psicossomática. “A medicina psicossomática deixou de ser um ramo de segunda classe. A influência dos sentimentos sobre a saúde física nunca foi tão pesquisada e o controle das perturbações psíquicas entrou para os receituários clínicos” (p. 161).	<u>Foto com texto</u> Metade do rosto em close de uma mulher com um lágrima escorrendo de seu olho. Embaixo, uma linha oscilando como um gráfico <u>Cores</u> Branco, amarelo, cinza e azul <u>Chamada</u> EMOÇÕES E SAÚDE Como a nova medicina psicossomática trata ansiedade, asma, gastrite, fibromialgia, alergias, úlceras e outras doenças do corpo e da alma

 CAPA 7, Ed. 2043, 16 de janeiro de 2008	Durante o verão brasileiro, a revista aproveita para publicar as recentes descobertas de que a luz do sol é benéfica à saúde. "Os conhecimentos sobre a radiação ultravioleta e o aperfeiçoamento tecnológico dos filtros possibilitaram que os banhos de sol se tornassem um grande aliado da saúde e da estética" (p. 72).	<u>Desenho</u> Envelope de remédio cortado e de onde sai o sol <u>Cores</u> Alaranjado, azul, amarelo, vermelho, branco <u>Chamada</u> SOL MODO DE USAR A medicina conclui que a exposição à luz solar faz mais bem do que mal A dosagem ideal para produzir vitamina D A verdade sobre os filtros solares e o câncer de pele

Das sete capas de *Veja* sobre Saúde, seis dão destaque para imagem e uma dá destaque para o texto. Cinco capas fazem uso de objetos inanimados em fotomontagem, enquanto as outras duas capas destacam imagens de humanos (mulheres) em fotografias modificadas graficamente.

Quatro capas fazem o uso, em maior ou menor grau, de um fundo preto. O preto está simbolicamente associado ao negativo, ligado às trevas primordiais. É o estado de morte concluída e invariante, a cor do luto sem esperança (ao contrário do luto branco – o luto dos reis – que significa a ausência destinada a ser completa, falta provisória). Em resumo, o preto é a cor da morte e do mal.

A existência do preto nestas imagens de capa já dá uma oposição inicial de conceitos: morte se opõe a vida. Neste caso, um copo com bebida, uma ampulheta, um prato de comida e uma mulher estão relacionados à vida, mas em equilíbrio com a morte. Estas imagens fazem uso de representações diversas para construir seu significado: o copo representa o álcool, a ampulheta a passagem do tempo. O prato representa comida, mas a fita métrica em seu interior leva a uma representação para além do simples significante, mas formada na relação entre os dois. Diz do excesso de comida e sua relação com o tamanho do corpo: dieta. Da mesma forma, a capa com a mulher possui, integrado ao preto, uma fotografia de um corpo feminino muito magro, com os ossos aparentes. Aqui, morte e magreza estão associadas, em oposição ao corpo saudável da mulher em primeiro plano.

O simbolismo do copo está associado ao líquido que ele contém: a coloração amarelada da bebida é claramente a representação de uma substância alcoólica. O

álcool, por sua vez, possui um significado ambivalente: por um lado, é a força criadora dos poetas, fogo da vida que excita as possibilidades do espírito. Por outro, é aquilo que submerge e dá origem ao esquecimento e à morte. Assim como o álcool, a ampulheta possui um duplo significado, ao mesmo tempo é passagem do tempo em direção ao fim (a morte), mas também a possibilidade de inversão do tempo e retorno às origens.

A oposição morte x vida neste caso não é tão clara, uma vez que os objetos representados têm seu sentido a partir de uma dicotomia de significados. Vida não possui então o sentido de "não-morte", mas sim de "morte-possível". A faixa azul na parte inferior da ampulheta dá um sentido de corte à morte, assim como a corda que impede a areia de cair. Não por acaso, o azul é a cor que simboliza o infinito: é o sentido dado pela capa da possibilidade de parar o tempo e assim, prolongar a vida. A oposição estabelecida na capa da ampulheta constrói um sentido da morte como algo possível de se enganar, o que fica claro no texto "Em busca/da juventude". Mas se pensaramos na capa como uma referência à grande evolução da ciência nos últimos anos (evolução capaz de frear a velhice), a luz azul ganha uma referência a um raio laser, a tecnologia em oposição à velha ampulheta. Torna-se uma oposição não da juventude contra o velho, mas do novo contra o antigo. As novas tecnicas científicas avançando rapidamente.

É diferente da capa com o copo com álcool. O preto não é cortado por nada, a não ser pelo vermelho da faixa do canto esquerdo superior. Diferente do azul, o vermelho possui uma ambivalência de variados sentidos. Associado à arma colocada ao seu lado, a cor possui o sentido de violência, guerra e inferno. O vermelho e a arma em conjunto criam, junto com o fundo preto, o significado da morte sem escapatória, o fim absoluto. O sentido que se dá é do álcool não como força criadora, mas como fonte de destruição. O texto "ALCOOLISMO" fecha o sentido, dando ao vício ao álcool a representação de uma doença fatal. É preciso lembrar, porém, que o alcoolismo não é entendido pela revista apenas como doença, mas também como problema econômico (as taxações sobre a bebida no país). Esta contextualização é um bom exemplo de como a significação é flutuante: o amarelo da bebida, em um contexto econômico, não simboliza equilíbrio, mas ouro. É a riqueza que derrama do "v" do título VEJA em direção ao copo. O fim que representa o preto não significa necessariamente morte: em oposição à riqueza do amarelo, o preto é a ausência de dinheiro. A oposição riqueza x pobreza constrói um sentido diferente, do equilíbrio necessário para não se ter uma crise econômica.

É uma representação próxima daquela da capa com o fundo preto e o corpo magro em contraposição à beleza da mulher em primeiro plano. À oposição vida e morte, soma-se também a relação belo e feio. A morte se relaciona ao corpo magro, esquelético, sem beleza. E a vida está associada à beleza da mulher que olha para frente, encarando o leitor. Dessa relação entre sentidos opostos, há um conceito que se forma a partir da busca pelo belo resultando na morte. O texto "A MAGREZA/QUE MATA" auxilia no sentido pretendido pela revista, representando a anorexia como doença que destrói o corpo e pode ser fatal. O olhar é para o mistério da doença, e a busca da medicina em encontrar explicações mais consistentes para preveni-la. Há destaque para o corpo esquelético, quase como um objeto de estudo científico. Um corpo desprovido de sensualidade e que serve apenas como exemplo quase didático de não-modelo. Mas o corpo pré-decomposto e imagem final da modelo (afinal, ela morreu assim), não aparece em primeiro plano, mas ao fundo. Em uma relação que envolve uma volta no tempo, dá-se uma inversão de passado e presente: o mais recente se encontra mais longe. Dessa oposição, a medicina (ou a ciência) aparece como a solução capaz de transformar em carne o esqueleto, voltar o corpo ao que ele era antes.

O preto possui um destaque muito menor na capa ilustrada pelo prato com molho vermelho e fita métrica embolada (a fita representando os antigos regimes, preocupados com comidas que podem levar ao excesso de peso. O molho, as novas perspectivas que libera o consumo de gordura). Apenas ocupando a parte transversal esquerda superior, a cor divide metade do espaço da capa com o alaranjado.

Situado entre o amarelo e o vermelho, o alaranjado é a cor do equilíbrio entre o espírito e a libido. A cor, localizada entre o prato e o preto do alto da capa, traz também o equilíbrio entre comer e morrer. A libido faz referência aos desejos carnais, irracionais do ser humano. Associado ao prato, o alaranjado coloca o equilíbrio da comida entre a gula (mal) e a moderação. A capa representa, então, o equilíbrio necessário no momento da alimentação. Isso fica mais claro na relação que se estabelece entre o molho e a fita métrica. O texto explica como se pode alcançar este equilíbrio: A GUERRA DAS/DIETAS. A palavra "dieta" em amarelo desequilibra o sentido, apontando o lado "espiritual", ou seja, do não-carnal como solução para a "não-morte". Dieta está ligada à vida, associada ao saudável que deixa a sombra preta da morte o mais distante possível.

Das três capas restantes que não fazem uso do preto ao fundo, duas são desenhos e uma possui destaque para fotografia. As duas com desenhos utilizam cores e símbolos diferentes. Uma possui o fundo azul, com um coração desenhado em vermelho sobre

um bloco de anotação. Cortando o título VEJA e apontando como uma seta para o centro do coração está um estetoscópio.

O coração simboliza o centro vital do ser humano, e a cor vermelha associada ao desenho, pode tanto representar o sangue, como também o fogo que dá vida ao homem. Associado ao significado do azul ligado ao infinito, aqui não há uma oposição morte x vida, mas vida x infinito, ou melhor, mortal x imortal. Mas como o coração, ou o fogo da vida, pode permanecer para além da própria vida, rumo ao infinito? A resposta é dada pelo estetoscópio e o bloco de anotações: não conectados ao corpo humano ou à transcendência, os dois objetos são produções do homem, criação do conhecimento humano. É a ciência que surge como possível solução para a manutenção da vida humana. O coração ilustrado em um comum bloco de notas se opõe ao novo (até brilhante) estetoscópio. São as antigas noções acerca de problemas cardiácos sendo superadas (sobrepostas) pela nova tecnologia. O círculo da ponta do estetoscópio localizado bem ao lado esquerdo de dentro do desenho do coração (da mesma forma que o coração se localiza no lado esquerdo do corpo humano) simboliza a perfeição: o coração perfeito que se alcança graças à ciência. O texto "A NOVA/CARTILHA DO/CORAÇÃO" fecha o sentido, deixando claro que se trata de descobertas científicas para prolongar a vida humana.

A ideia de "cartilha" também está presente na outra capa ilustrada por desenho. Com um fundo alaranjado, é mais uma representação que propõe o equilíbrio. A capa apresenta um envelope de remédio com a ponta rasgada. Mas ao invés de um comprimido, o que sai de lá é o sol. O sol aparece como substituto ao remédio, vitamina natural que faz bem à saúde. O envelope parece usado, antigo, ultrapassado. A oposição novo x antigo é claramente dada pela relação do sol (renascimento) com a embalagem que o continha.

O sol é símbolo de divindade, fonte da luz, do calor e da vida. Sua associação ao remédio reforça esse caráter de provedor da vida. A palavra "sol" escrita em vermelho sobre o dourado transforma um pouco o sentido, trazendo com o vermelho do fogo a sensação de perigo, sobre a pureza do amarelo (aqui há o mesmo equilíbrio do laranja, que é a mistura do vermelho com amarelo). O sol pode tanto ser bom quanto ruim.

Logo abaixo, em branco, a frase "MODO DE USAR" sobre uma faixa azul. O branco é ausência, o luto bom, o equilíbrio entre o dia e a noite: "O branco não é uma cor solar. Também não é a cor da aurora, mas sim a da madrugada, esse momento de vazio total, entre a noite e o dia..." (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 129).

Associado ao azul do infinito, o “modo de usar” diz do equilíbrio necessário para lidar com o “fogo” do sol e aumentar a expectativa de vida (a idéia de imortalidade novamente). Mais uma vez, uma oposição vida x infinito, mortal x imortal. O sentido se estabelece pelo equilíbrio: a capa propõe cautela ao lidar com o sol.

A capa que possui o rosto de uma mulher dominando todo o quadro faz uso de cores frias: azul no título VEJA e cinza ao fundo. Cinza significa resíduo, é o que sobra. É uma cor ligada à ressurreição dos mortos e que diz da fragilidade da vida (“ao pó retornarás”). Ao mesmo tempo, dá a impressão de tristeza e melancolia. Localizada acima do cinza e atrás do azul, está metade do rosto desta mulher, e de seu olho escorre uma lágrima. Entre o fim e o infinito, uma mulher chora.

A face é a representação do ser como um todo. O rosto de uma mulher, aqui, significa toda humanidade. Mas este rosto é dividido, esta é apenas uma face do todo. A lágrima é símbolo da dor: o rosto da mulher representa tristeza, mas em sua parte inferior é cortado por uma linha que representa oscilações de um gráfico. Em amarelo, a linha significa a paz espiritual, que traz um ponto de “calor” aconchegante ao frio da página. O sobe e desce das oscilações diz da falta de equilíbrio espiritual. Assim, como o título VEJA em azul, a linha amarela se encontra sobre o rosto. O azul e o amarelo juntos simbolizam o equilíbrio para o infinito, a imortalidade, o nirvana. A lágrima associada ao cinza é a tristeza, a dor.

A oposição é tristeza x equilíbrio, ou emoção x razão. Afinal, o equilíbrio é representado por um gráfico, um produto científico, racional. O sentido dado é claro: é preciso saber equilibrar as emoções e ser racional para viver mais. Mais uma vez, a ideia de viver além (ou de imortalidade) é associada à saúde. O texto EMOÇÕES/E SAÚDE completa a significação. O rosto da mulher é perfeito, sem falhas. Bonito e saudável. É jovem e o único “problema” é a lágrima que escorre. É a nova mulher, o novo homem que adquiriu hábitos saudáveis e só enfrenta doenças emocionais. Mas até para estas doenças há solução, representada na linha amarela que mostra o avanço da medicina, rumando em picos “positivos” em contraposição ao pico “negativo” que acompanha a trajetória da lágrima.

Nas capas de Saúde de *Veja* há uma dicotomia entre vida e morte sempre presente, em maior ou menor grau. A Saúde está sempre associada à vida, ou mais especificamente, ao prolongamento da vida. O discurso da revista vai ao sentido de valorizar a razão, em oposição à entrega das vontades irracionais do ser humano que levariam ao excesso (seja de bebida, comida, falta de comida, sol, emoção), sempre

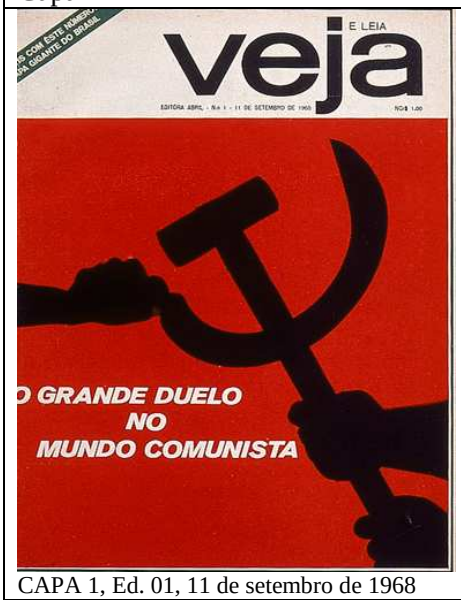
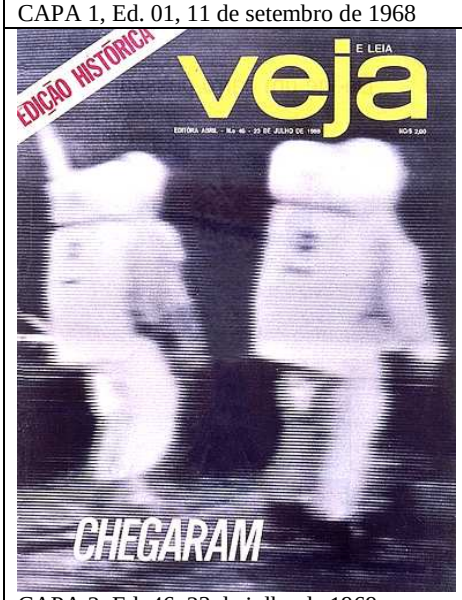
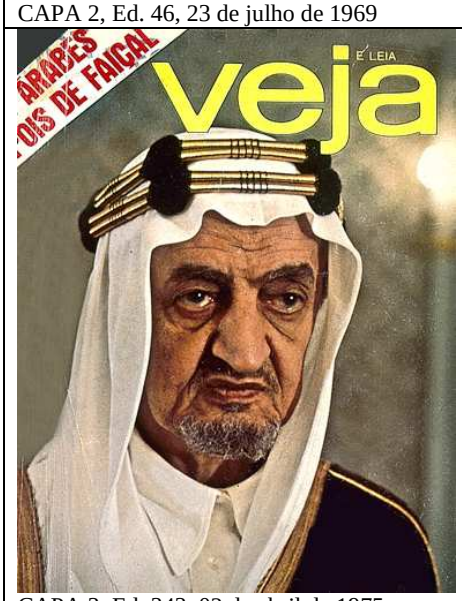
mostrado de forma negativa. A razão quer seja pelo intelecto pessoal de cada um, quer seja pela ciência, é então associada à vida e, por sua vez, à saúde. Todas as capas dos anos 2000 tratam de descobertas da medicina: são olhares científicos, quase técnicos, para a questão da saúde. A revista parte sempre do ponto de vista dos médicos e cientistas e valoriza o novo, a descoberta. Em geral, há uma relação entre o antigo e a novidade, uma espécie de celebração da ciência.

É a valorização do novo, e a ciência aparece como solução dos problemas, mas em uma forma mais objetiva. A ciência está ligada à pesquisa e há um forte olhar econômico para esta evolução, assim como para com os gastos relacionados a cada doença. Este olhar institucional é para uma saúde ligada ao econômico e ao social: a saúde não como o natural, mas o fabricado e permitido pela técnica. A valorização do racional vai além de uma razão abstrata, mas está voltada para uma questão prática, um saber-fazer que permite a criação de algo novo. É a razão técnica (e que envolve a descoberta, mas também a situação sócio-econômica) que domina as representações destas capas analisadas. E se a razão está ligada à saúde, a técnica surge como solução à morte, ou melhor, como responsável pelo prolongamento da vida.

É importante apontar que no recorte aqui apresentado, a saúde praticamente domina as capas mais recentes, a partir do ano 2000. Isso reflete uma preocupação recente da sociedade com formas mais saudáveis de se viver, e do prolongamento da expectativa de vida. Outra questão que chama a atenção é a presença de mulheres jovens (e nenhum homem) para representar doenças (5 e 6) nas capas. O destaque coloca as mulheres como seres mais frágeis, mais propenças aos males e por isso as principais beneficárias pelos avanços da medicina.

Podemos concluir que o tema Saúde é muito mais focado no feminino, e possui um sentido de apresentar soluções práticas para o equilíbrio entre a vida e a morte. A revista se coloca como dona de um saber específico que permitirá o prolongamento da vida, em um discurso que valoriza sempre a novidade, descartando o antigo. Saúde, para *Veja*, está ligada à ciência e à novidade. Há aí um subtexto que diz respeito à questão econômica e ao acesso: somente quem possui acesso à tecnologia é saudável e pode viver mais. O alto custo do conhecimento faria então, uma espécie de seleção natural econômica: as classes mais ricas sobreviverão.

6.8. Internacional

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 01, 11 de setembro de 1968	A invasão da Rússia à Tchecoslováquia, que apresentava na época uma rebelião contra o regime soviético, é o gancho para a revista relembrar outras rebeliões no bloco comunista e discutir o poder de Moscou: “Nem tudo tem corrido de acôrdo com os planos do Kremlin: os satélites, ora um, ora outro, ensaiam há tempos sua rebelião. E o sol, a cada vez, fica menos luminoso” (p. 78).	<u>Foto tratada graficamente</u> Silhueta de uma foice e um martelo seguras pelas mãos de duas pessoas em referência à bandeira da União Soviética. <u>Cores</u> Vermelho, preto e branco <u>Chamada</u> O GRANDE DUELO NO MUNDO COMUNISTA
 CAPA 2, Ed. 46, 23 de julho de 1969	A chegada dos astronautas Armstrong, Aldrin e Collins à lua em 20 de julho de 1969. “O grande e grotesco vulto branco, que horas antes decidiu antecipar o primeiro passeio de um homem na Lua – deveria ser às 3h16 da manhã de 21 de julho - , emocionou-se: o astronauta Armstrong era, a partir daquele instante, Neil Armstrong, o primeiro homem a pisar na Lua” (p. 08).	<u>Foto com texto</u> Imagem do frame de um vídeo em má resolução (e levemente distorcida) de dois astronautas em pé e de costas. <u>Cores</u> Branco, azul escuro, amarelo e vermelho <u>Chamada</u> CHEGARAM
 CAPA 3, Ed. 343, 02 de abril de 1975	O assassinato de Faiçal Ibn Abdul Aziz al Saud, rei da Arábia Saudita. “Um sobrinho aproximou-se quietamente dele, tirou um revólver das mangas de seu manto e, ainda cerimoniosamente curvado, disparou cinco tiros à queima roupa – e, sob os olhos aterrorizados dos presentes, Faiçal, rei da Arábia Saudita, desabava ao solo mortalmente ferido” (p. 18).	<u>Foto única</u> Imagem do rosto do rei Faiçal Saud, com um olhar vazio e cansado, portando a vestimenta típica árabe. <u>Cores</u> Branco, preto, amarelo e vermelho <u>Chamada</u> Texto apenas no slash na parte superior esquerda: OS ÁRABES DEPOIS DE FAIÇAL

 CAPA 4, Ed. 1646, 26 de abril de 2000	Manifestações em Washington contra os Estados Unidos e a globalização servem de partida para a revista discutir o momento de prosperidade econômica e cultural que o país vivia. "O país mais rico do mundo, que domina os sonhos de consumo e dita o estilo de vida do planeta, enfrenta rebeldes das ONGs e a exuberância irracional das bolsas de valores" (p. 44).	Desenho Águia com as cores e desenhos da bandeira dos Estados Unidos carrega o planeta Terra com suas garras Cores Azul, preto, vermelho, branco, verde e amarelo. Chamada SOB AS ASAS DO IMPÉRIO A explosiva prosperidade americana fascina e preocupa o mundo
 CAPA 5, Ed. 1718, 19 de setembro de 2001	Os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos. "O verdadeiro alvo visado pelos terroristas que atacaram Nova York e Washington na semana passada não foram as torres gêmeas do sul de Manhattan nem o edifício do Pentágono. O atentado foi cometido contra um sistema social e econômico que, mesmo longe da perfeição, é o mais justo e livre que a humanidade conseguiu fazer funcionar ininterruptamente até hoje" (p. 09).	Foto com texto Uma das torres do World Trade Center no momento de sua explosão, espalhando fogo e destroços Cores Preto, vermelho, cinza, amarelo, azul e branco Chamada O IMPÉRIO VULNERÁVEL
 CAPA 6, Ed. 1719, 17 de outubro de 2001	Os ataques dos Estados Unidos ao Talibã no Afeganistão e os planos para melhorar sua defesa. "A edição que chega agora às mãos dos leitores, quase totalmente dedicada ao tema do terrorismo e suas implicações, tem a mesma ambição da que a precedeu: ser um porto seguro de informações exatas e análises da grave situação de guerra em que a ousadia sem limites do terror colocou o planeta" (p. 31).	Foto tratada graficamente Um helicóptero do exército do Estados Unidos voando com pôr-do-sol ao fundo. Cores Preto, amarelo, vermelho, alaranjado e branco Chamada GUERRA AO TERROR

 CAPA 7, Ed. 1722, 17 de outubro de 2001	Após os bombardeios no Afeganistão, Osama Bin Laden anunciou que era o início de uma "guerra santa". "Poucas horas depois de caírem as primeiras bombas, no domingo 7, Osama Bin Laden conclamou todos os muçulmanos à Jihad, uma guerra santa" (p. 49).	<u>Foto com texto</u> Imagem em vídeo de Osama Bin Laden segurando um microfone e usando um turbante e jaqueta militar. <u>Cores</u> Verde, vermelho, preto e branco <u>Chamada</u> O PROFETA DO TERROR
 CAPA 8, Ed. 1732, 26 de dezembro de 2001	A virada do ano 2001 para 2002 leva a uma reflexão sobre as consequências a longo prazo de acontecimentos do ano. "A edição de VEJA que chega às mãos dos leitores nesta semana pretende mostrar o significado mais transcendente dos movimentos bruscos que sacudiram o mundo em 2001. Muitos de seus efeitos serão sentidos pelas próximas décadas" (p. 11). Há também a renúncia do presidente da Argentina, De la Rúa.	<u>Desenho e fotografia</u> O planeta Terra "envelhecido" rachado como casca de ovo, de onde surge um outro planeta Terra. Abaixo, a fotografia do presidente da Argentina com a mão espalmada <u>Cores</u> Amarelo, azul, preto, verde e vermelho <u>Chamada</u> A REIVENÇÃO DO MUNDO e O CAOS NA ARGENTINA
 CAPA 9, Ed. 1870, 8 de setembro de 2004	Terroristas invadiram escola na Rússia, fazendo reféns pais, professores e alunos por três dias e matando cerca de 200 crianças. "Não existe fé ou causa, por mais justa, que justifique o assassínio indiscriminado de quase 200 crianças como o perpetrado por terroristas islâmicos chechenos e árabes na semana passada em Beslan, na Rússia. A ousadia crescente e a crueldade sem limites do terror são o maior desafio enfrentado pelos mundo civilizado" (p. 107).	<u>Foto com texto</u> Uma mulher com expressão de dor e com uma das mãos sobre a cabeça de uma criança com o rosto ferido. <u>Cores</u> Preto, cinza, branco, verde e vermelho Chamada BESLAN, RÚSSIA 3 DE SETEMBRO DE 2004

Duas capas Internacional de *Veja* dão destaque a desenhos, enquanto as outras sete trazem fotografias. Destas fotografias, uma única é posada em estúdio (capa 1), e apenas duas trazem uma personalidade como destaque: dois homens que aparecem nas capas 3 e 7, ambos árabes. O outro que aparece nas capas é o presidente da Argentina (na capa 8), mas não recebe o mesmo destaque de Faiçal e Bin Laden. O restante das capas com fotografias são imagens de acontecimentos no momento em que ocorreram. Duas capas possuem a imagem retirada de uma tela de vídeo/televisão (as capas 2 e 7).

Os dois desenhos trazem o planeta Terra, e enquanto a capa 8 traz uma representação geral do mundo, as capas 1 e 4 fazem referência direta a dois países: União Soviética e Estados Unidos, respectivamente. No âmbito internacional há um domínio dos Estados Unidos (quatro capas), seguido pela Rússia (duas capas), países árabes (duas capas) e Argentina (uma capa).

As cores que mais se repetem são vermelho, preto, azul, branco e amarelo, já indicando, apenas pelo seu simbolismo, que as capas pendem entre a violência (vermelho e preto) e a celebração e a esperança (azul e amarelo). O vermelho aparece em todas as capas. Na primeira capa, a cor faz referência ao comunismo e à bandeira da União Soviética. Pelo tom de conflito (o uso da palavra “duelo” e as mãos que carregam a foice o martelo), o vermelho também pode ser associado à violência. A cor possui a mesma função nas capas 3, 5, 6, 7 e 9. Sobre o rosto sereno de Faiçal, as letras em vermelho aparecem quase como uma mancha de sangue sobre a imagem do rei assassinado. Nas capas relativas ao atentado terrorista de 11 de setembro, o vermelho está no título VEJA e em locais estratégicos para transmitir violência (seja pelo vermelho do fogo ou do sangue).

A edição “O Império Vulnerável” (capa 5) é a mais vendida da história da revista: 400 mil exemplares em banca. A chocante imagem do prédio em chamas ganha ainda maior dramaticidade pela escolha da revista em recortar a fotografia de modo que a fumaça escura que sai do prédio contamine o restante da capa, dominando toda a parte esquerda e superior (chegando a “manchar” o título VEJA). Ao lado do título, uma estrela como a frase EDIÇÃO/ESPECIAL em destacado amarelo traz a urgência do acontecimento e logo abaixo uma coluna faz a chamada para as tentativas da revista de explicá-lo. As pequenas frases em cinza são separadas por curtos traços vermelhos que chamam a atenção para a violência do acontecimento e funcionam como setas indicativas para o olhar na fotografia que completa a capa. GUERRA/ AO TERROR (capa 6) apresenta uma imagem glamourizada do poderio bélico dos Estados Unidos,

com a fotografia de um helicóptero voando ao pôr do sol, com as miras das armas apontadas para o leitor e as hélices tampando a base do nome da revista. O helicóptero com suas hélices sobre o título reforça que a guerra é inevitável e importante, maior do que a própria revista. O vermelho é também usado no sentido de violência, mas recebe uma gradação para o laranja em direção ao amarelo (emulando o pôr-do-sol ao fundo da imagem), talvez apontado a guerra como a alternativa para acabar com a violência (o que por si só é um contra senso), já que o vermelho da violência vai para o equilíbrio do alaranjado em direção à iluminação do amarelo.

O vermelho na capa 7 agrega valor à imagem de Osama Bin Laden, colocando aquele homem como alguém violento graças à associação da palavra "terror" com o vermelho. Em todas estas capas há uma oposição violência x paz, dada pela relação do branco com as outras cores. Seja nas chamadas das capas 1 e 5, nas vestimentas dos homens nas capas 3 e 7, ou no centro do pôr-do-sol da capa 6, o lívido do branco traz uma referência ao bom e à paz.

De forma sutil, a chamada em branco da capa 9 é apenas sublinhada pelo vermelho, colocando a violência como apenas um detalhe: o preto e o cinza que dominam a capa dizem mais da tristeza e dor do que da violência do atentado em si. A oposição branco e preto marca não apenas o fundo em relação à chamada que indica apenas o local (Beslan, Rússia), como também a roupa da mulher em relação à manta branca que cobre a criança (e reforça o caráter de pureza dos inocentes mortos). Branco e preto é compreendido então, no nível do conteúdo, mais uma vez como vida x morte, ou inocência x luto.

Desta forma, podemos concluir que as capas analisadas com fotografias são quase todas mais tristes e pessimistas. A exceção é a capa 2, sobre a chegada do homem à lua. O branco aqui não significa paz, sendo apenas a referência direta à roupa dos astronautas. O azul escuro é resultado da transmissão televisiva das câmeras noturnas acopladas ao módulo lunar. Mas o amarelo e o vermelho são escolhas da revista para incrementar uma imagem de um acontecimento instantaneamente reconhecido. O vermelho aqui significa atenção, no slash EDIÇÃO HISTÓRICA. E o amarelo claro no título VEJA é a cor da eternidade, da ação humana atingindo o divino, o extraordinário.

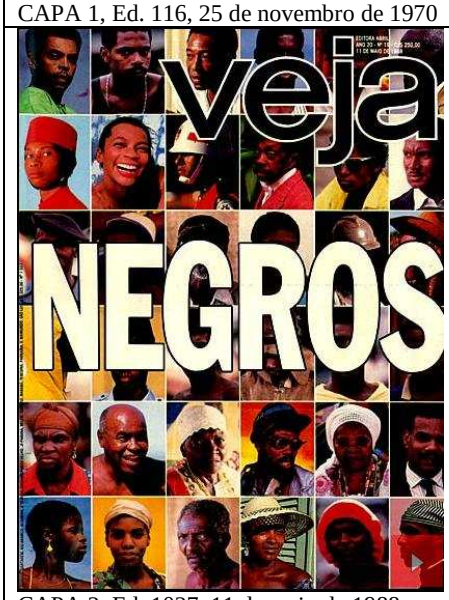
O amarelo ganha destaque na chamada da capa 4. O desenho coloca o fundo azul em oposição ao amarelo, dando uma dimensão de crescimento infinito para o "império" dos Estados Unidos. A águia é o animal que representa o país, e simbolicamente é considerada a rainha das aves, a única capaz de alcançar o sol (o amarelo divino).

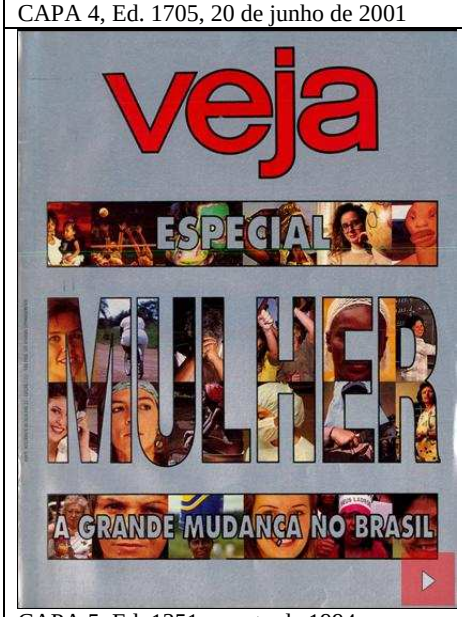
Pintada com as cores da bandeira dos Estados Unidos (azul com estrelas na cabeça e listas vermelhas no corpo e asas), ela possui a maior parte do corpo preto. A mistura de cores coloca os Estados Unidos como algo negativo, talvez até mortífero. A forma como a águia agarra o planeta Terra ajuda a fazer com que a capa signifique algo ruim. Há uma ambivalência de sentidos, em que o aspecto "vilanesco" da águia é apaziguado pelo azul e amarelo na capa. A oposição EUA x Terra representa uma oposição desenvolvimento x subdesenvolvimento e forte x fraco que a capa da revista não parece se decidir sobre qual o pólo simbolicamente mais poderoso. O poder dos Estados Unidos é visto com temor, mas também como admiração, como se fosse algo merecido.

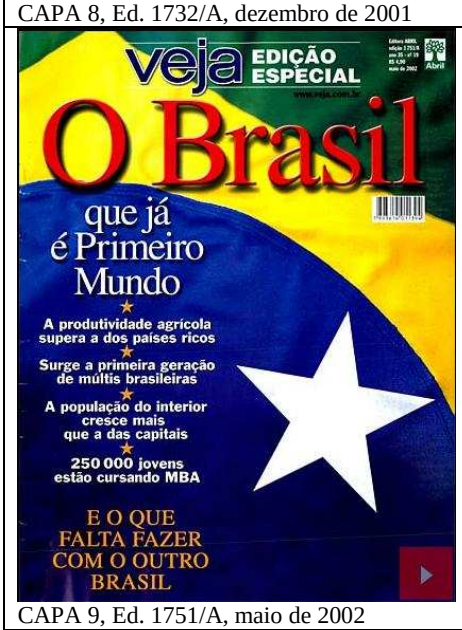
O planeta Terra subjugado na capa 4 ganha destaque absoluto na capa 8. Após os atentados de 11 de setembro, o "império" perdeu forças, e isso parece provocar uma remodelação do mundo, segundo Veja. Uma Terra de cores pastéis está quebrada ao meio, e de dentro surge (nasce) um novo planeta. O fundo amarelo significa as possibilidades infinitas, mas também faz referência ao útero materno, que dá luz a uma nova realidade. Velho x novo se opõem com clara predileção pelo novo, e o azul (o infinito) reforça este simbolismo, seja no globo terrestre, no título VEJA ou na chamada sobre a Argentina (aqui a cor parece ser usada como referência à cor da bandeira deste país, mas visto dentro do quadro como um todo, compõe uma relação positiva com as outras cores). A foto do presidente renunciado De la Rúa auxilia a significação do antigo sendo suplantado pelo novo que, com o uso abundante do azul e do amarelo, traz o sentido de uma revolução, uma reviravolta em aberto e de possibilidades infinitas.

As capas de Internacional de *Veja* possuem um viés negativo, normalmente tratando de grandes acontecimentos violentos. O mundo para a revista parece ser um lugar do surpreendente (seja a chegada do homem à lua ou um atentado terrorista), do misterioso e do perigoso. É um lugar de disputas, assassinatos, guerras. Nestes últimos 40 anos, os Estados Unidos aparecem como a maior potência, vistos com imponência e respeito. O restante do mundo é perigoso e atrasado (local de guerras, assassinatos e terrorismo). Apesar de acontecimentos fantásticos, o mundo de *Veja* é um lugar assustador.

6.9. Sociedade/Comportamento

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 116, 25 de novembro de 1970	Salão do Automóvel de São Paulo e os esforços das cidades para acomodar a quantidade de carros. "Neste ritmo de explosão automográfica, no sempre esperado e talvez um pouco temido ano 2000, a frota mundial de carros particulares estará por volta de 850 milhões de unidades. De muitos pontos de vista, as máquinas maravilhosas feitas para libertar o homem de roteiros fixos e horários, parecem hoje viver em guerra contra as cidades" (p. 19).	<u>Desenho</u> Um carro-monstro atacando os prédios, mordendo um deles <u>Cores</u> Rosa, azul, branco e vermelho. <u>Chamada</u> CARRO X CIDADE
 CAPA 2, Ed. 1027, 11 de maio de 1988	A comemoração dos 100 anos de promulgação da lei áurea e a abolição da escravidão A revista montou um perfil da população negra brasileira a partir de um ensaio fotográfico: "Ao fim, havia percorrido seis Estados – Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Maranhão e Alagoas -, retratando homens, mulheres e crianças nas mais diversas situações" (p. 17).	<u>Foto com texto e patchwork</u> Mosaico formado por várias fotografias no formato 3x4 do rosto de pessoas negras <u>Cores</u> Vermelho, amarelo, branco e preto. <u>Chamada</u> NEGROS
 CAPA 3, Ed. 1194, 07 de agosto de 1991	Os 600 mil brasileiros morando em países do chamado Primeiro Mundo. "É o caso da reportagem de capa desta semana, que mostra por que tantos brasileiros estão saindo do país para morar no Primeiro Mundo e qual tipo de vida levam no exterior" (p. 19).	<u>Desenho</u> Bandeira do Brasil formada por várias "pessoas" <u>Cores</u> Verde, amarelo, azul, branco e vermelho. <u>Chamada</u> O GRANDE ÊXODO Como é a vida dos 600 mil brasileiros que partiram para o Primeiro Mundo

 CAPA 4, Ed. 1705, 20 de junho de 2001	Uma pesquisa aponta o brasileiro como o povo mais empreendedor do mundo: "Nos últimos anos foi se formando uma nova classe de pessoas que, demitidas ou voluntariamente desempregadas, decidiram montar negócio próprio" (p. 16).	<u>Foto modificada graficamente</u> Montagem de um homem vestido de camisa social e gravata – com o paletó na mão - montado em uma carteira com duas notas de 50 reais à mostra <u>Cores</u> Azul, branco, amarelo e marrom. <u>Chamada</u> A VIDA SEM PATRÃO O Brasil tem mais gente trabalhando sem carteira do que empregada
 CAPA 5, Ed. 1351, agosto de 1994	A crescente participação da mulher no mercado de trabalho brasileiro. A revista traça um perfil da mulher brasileira, buscando comparar a mulher dos anos 60 com a dos anos 90, e assim perceber as transformações ocorridas principalmente a partir do ingresso no mercado de trabalho. "Intercalando os seis artigos que compõem a presente edição, VEJA publica oito perfis. Eles formam uma galeria de rostos em sua maioria, e deliberadamente, não conhecidos" (p. 5).	<u>Patchwork com destaque para o texto</u> As letras da palavra "mulher" vazadas com imagens de diferentes mulheres <u>Cores</u> Cinza/prata e vermelho. <u>Chamada</u> ESPECIAL MULHER A GRANDE MUDANÇA NO BRASIL
 CAPA 6, Ed. 1420/A, novembro de 1995	A popularização e entrada do computador na vida e cultura do brasileiro. Na época, pouco mais de 1% da população brasileira possuía um micro em casa: "Com esta Edição Especial, VEJA pretende retratar os vários aspectos desse início de convivência do brasileiro médio com o computador" (p. 5).	<u>Desenho</u> Um ovo com a casca marcada por linhas comuns em chips eletrônicos <u>Cores</u> Verde, amarelo, azul e branco. <u>Chamada</u> COMPUTADOR O micro chega às casas

 CAPA 7, Ed. 1719/A, setembro de 2001	Perfil do jovem brasileiro traçado pela revista: "Os jovens de ontem se trancavam no quarto para se isolar de todos. Os de hoje se trancam também, mas para se plugar na internet, na TV a cabo e no telefone celular. Os de ontem faziam sexo e depois arranjavam uma desculpa para explicar por que haviam chegado mais tarde da festa. Os de hoje já fazem sexo no quarto ao lado, sem dar desculpa alguma" (p. 7).	<u>Foto com texto</u> Rosto de uma jovem mulher alegre com a boca aberta e piercing na língua <u>Cores</u> Azul, verde, rosa, amarelo, vermelho e alaranjado. <u>Chamada</u> JOVENS Um retrato da geração mais bem informada de todos os tempos SEXO DROGAS VIOLÊNCIA MESADA CULTURA
 CAPA 8, Ed. 1732/A, dezembro de 2001	"Brasil solidário" é o tema da edição especial de dezembro de 2001, mês das festas natalinas e quando se registram os maiores atos de doação e trabalho solidário no país: "Esta edição especial de VEJA apresenta aos leitores um resumo ambicioso a respeito de um assunto que merece prioridade no Brasil de hoje: a filantropia" (p. 7).	<u>Foto modificada graficamente</u> Bebê nu e com asas de costas contemplando as nuvens do céu <u>Cores</u> Azul, branco, vermelho e alaranjado. <u>Chamada</u> Guia para fazer o bem Uma lista com 430 entidades que merecem a sua contribuição Como trabalham os 20 milhões de voluntários brasileiros
 CAPA 9, Ed. 1751/A, maio de 2002	O Brasil que possui muitas riquezas e convive com 23 milhões de pessoas na miséria. No ano de 2002 houve a eleição para presidente que viria a eleger Lula da Silva, do PT, partido de oposição ao PSDB do então presidente Fernando Henrique: "E o que dizer dos candidatos da oposição, que descrevem o país como uma nação de padrão africano? Uma equipe de catorze jornalistas (...) foi escalada para analisar o grau de desenvolvimento que o Brasil atingiu" (p. 13).	<u>Foto modificada com desenho</u> Close na bandeira do Brasil com uma estrela em destaque <u>Cores</u> Verde, amarelo, azul, branco e vermelho <u>Chamada</u> O Brasil que já é primeiro mundo A produtividade agrícola supera a dos países ricos Surge a primeira geração de multis brasileiras 2500 jovens estão cursando MBA E O QUE FALTA FAZER COM O OUTRO BRASIL

Das nove capas de Sociedade/Comportamento, quatro acontecimentos são representados por objetos inanimados (carro, bandeira, ovo e bandeira) e cinco por pessoas (negros homens e mulheres, um homem branco, mulheres brancas e negras, uma mulher branca e um bebê branco de sexo indefinido).

As cores gerais mais utilizadas nessas nove capas são verde, amarelo, azul, branco e vermelho. Mas lembremos que a informação produzida por uma mesma cor pode variar de acordo com o acontecimento ao qual ela está relacionada. O carro rosa que "olha" e "morde" um dos prédios azuis se encontra em um fundo vermelho (capa 1), que , neste caso representa violência, caos e terror. É um sentido diferente da capa Mulher (5), em que o título VEJA em vermelho é associado à feminilidade e à sensualidade. E também diferente da informação transmitida por "O Brasil" escrito em vermelho na capa com a bandeira fotografada (9). Neste caso, o vermelho é usado mais como uma das poucas cores que se destacaria sobre as cores verde, amarelo, azul e branco que dominam toda a capa (além de ser a cor do PT, compondo sobre as cores do PSDB - azul e amarelo - a referência aos dois principais partidos políticos do Brasil). O azul é a cor de maior destaque nesta capa, indicando para além da cor da bandeira, as variadas possibilidades de crescimento do país.

A cor rosa do carro em contraposição com o azul dos prédios faz com que a oposição carros x cidade no plano da expressão ganhe a conotação de feminino x masculino no plano do conteúdo. Afinal, rosa é a cor que comumente representa a mulher, enquanto o azul é utilizado para o homem, além de ser uma cor associada também ao conservadorismo. O carro descontrolado e de formas arredondadas que ataca os prédios de formas retas (e que representam o domínio econômico) podem ser compreendidos como as mulheres atacando os homens. Levando em consideração o preconceito comum aos brasileiros de que "mulher não sabe dirigir" há um subtexto machista presente na capa, como se um dos problemas pelo excesso de carros nas cidades fossem as mulheres motoristas que saem de casa para invadir o mercado de trabalho e também as ruas das grandes cidades.

É uma utilização do azul diferente daquela nas outras capas, onde a cor faz uma representação direta do objeto que ele representa, no caso, o céu e parte da bandeira do Brasil (que simbolicamente representa também o céu). O azul, exatamente por causa do céu, possui este simbolismo do infinito e, associado à construção gráfica cristã, passa a ideia de sublime, paz e o máximo de realização (a expressão "o céu é o limite" que deriva não apenas deste simbolismo do céu cristão, mas também da noção de infinito).

Esta é diretamente a representação da capa do céu observado pelo bebê anjo. A mensagem do fazer o bem como algo que trará paz e realização está próxima da capa com a chamada A VIDA/SEM PATRÃO. Apesar de não trazer um anjo, a montagem com um homem de negócios montado na carteira passa a mensagem da liberdade e paz alcançados quando se tem um negócio próprio.

Interessante como as duas capas que fazem uso do céu como fundo (4 e 8) associam a realização máxima ao dinheiro através da cor amarela: tanto no título Veja quanto nas chamadas PATRÃO e Guia/para fazer/o bem, o amarelo/alaranjado presente é diretamente relacionado ao ouro e à riqueza.

Na capa 7, o filtro azulado que cobre o rosto da garota também informa uma direção ao infinito e às mais variadas possibilidades. Neste caso, ao ser associado à expressão alegre, ao piercing e ao chamativo vermelho na boca, o azul é o oposto do conservadorismo, indicando o futuro e, ao mesmo tempo, as novas tecnologias: o azul é também a luz da tela (de televisão ou computador) refletida no rosto dos jovens.

As diversas cores usadas na chamada JOVENS, com cada letra ganhando uma coloração diferente não fazem referência a um simbolismo específico, mas representam as diversas identidades e referências da juventude do século XXI. O fundo da capa cria uma oposição cor x preto (ausência de cor) que significa uma oposição novidade x antiguidade, ou rebeldia x conservadorismo no plano do conteúdo.

O preto possui uma conotação diferente na capa NEGROS ao colorir o título VEJA. Neste caso, faz referência à cor da pele e é utilizada no título como se a revista tivesse se "colorido" de negro. A palavra "negros" na chamada, entretanto, é branca (a cor branca colocada sobre a imagem, acima daquelas pessoas, reforça o estereótipo do negro como o bom selvagem[20]). Os personagens negros nas fotografias da capa são tantos (36 fotos) que é impossível criar alguma noção de identidade (o único que se destaca, por estar ao lado do título VEJA e com uma camisa verde – cor que não se repete na capa – é exatamente um negro famoso, o cantor Gilberto Gil. Até mesmo Pelé, talvez o mais famoso negro no país, encontra-se sem destaque). A cor da pele nas fotografias se mistura ao preto do título formando uma imagem única, como se fosse apenas um fundo para a chamada NEGROS. A oposição branco x preto na capa reflete-

[20] Segundo Stuart Hall (1997), estas representações tiveram início com a colonização européia da África. Foi criado um discurso que era estruturado na oposição binária entre civilização (branco) e selvageria (negro). Do choque cultural surgiu uma ideia do negro como incapaz por não ter conseguido desenvolver um modo de vida civilizado na África. Disso resultou a noção de que o negro só encontra a felicidade sob a tutela do branco.

se em uma oposição brancos x negros no conteúdo simbólico. Apesar de ser uma capa cujo foco são os negros, sua forma de organização transforma os negros em uma massa indistinta e o branco termina por se destacar na chamada. Os negros acabam, dessa forma, "escondidos", sem receber o destaque prometido.

É bem diferente do mosaico presente na capa 5, MULHER. Neste caso, as fotografias se destacam, invadindo de cor uma capa monocromática cinza/prata. O cinza é normalmente uma cor que significa resíduo e fragilidade (cinzas dos mortos), remetendo à tristeza. Na contraposição colorido x cinza, aparece o sentido alegria x tristeza. Mas não é só isso: a prata está associada ao dinheiro (as moedas de prata) e a "invasão" das mulheres na capa traz também o sentido da invasão da mulher brasileira ao mercado de trabalho e seu acesso às riquezas. Ao contrário da capa 2, aqui as imagens das mulheres dominam nosso campo visual graças ao contraste com o cinza.

As duas capas que dão mais destaque ao verde e ao amarelo usam símbolos diferentes para produzir sentido. Na capa 3, o desenho de pessoas funde-se ao desenho da bandeira, formando um elemento único. O título VEJA em verde reforça a cor dominante da capa: o verde da bandeira não está no caso ligado ao simbolismo das florestas brasileiras, mas ao dinheiro (o dólar). O êxodo dos brasileiros para países mais ricos é em busca de melhores oportunidades de emprego, e o maior número de "pessoas" presentes é na parte verde da bandeira (pode-se alegar que o retângulo verde é o maior pedaço da bandeira do Brasil, mas a capa fez uma escolha de corte, optando por dar destaque à beirada verde e não ao círculo azul, por exemplo).

Na capa 6, COMPUTADOR, o fundo amarelo e o ovo verde lembram a princípio as cores da bandeira do país (reforçado pelo azul do título VEJA). As cores localizam onde o fenômeno computador será tratado: Brasil. Ao mesmo tempo, o verde se relaciona à linguagem de dados da informática, e o amarelo é associado à elevação espiritual. A gradação dourada que o amarelo recebe na capa também faz uma ligação simbólica ao ouro e à riqueza. O ovo tecnológico (verde e com ranhuras) flutuando em um fundo amarelo/dourado obriga um exercício de decodificação simbólica envolvendo vários elementos. O ovo simboliza ao mesmo tempo nascimento (futuro) e também alimento. É a tecnologia que representa o que será o futuro e da qual nos alimentaremos a partir daquele momento. Associada ao amarelo, esta tecnologia pode ser compreendida como algo que pode trazer benefícios mais subjetivos à nossa vida (como facilitar o dia a dia e permitir paz de espírito e menos preocupações) e também benefícios mais objetivos, como dinheiro. A sombra colocada no pé da capa é um cuidado para que o ovo seja

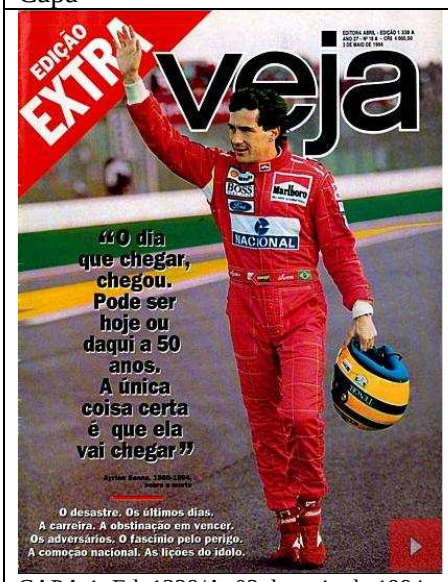
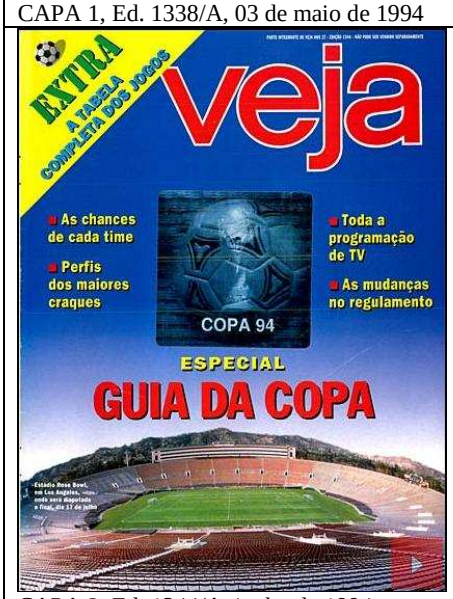
compreendido como flutuante: não se trata de uma tecnologia já estabelecida e com seu lugar assegurado e compreendido, mas algo ainda “no ar”, à procura da melhor forma de utilização.

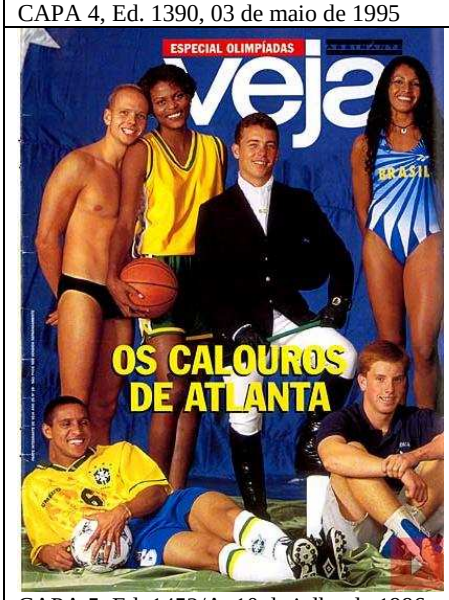
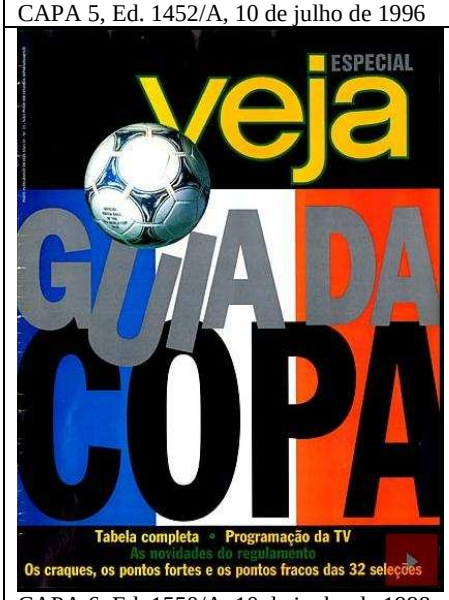
As nove capas dizem muito do leitor de *Veja* e, por consequência, da sociedade brasileira representada pela revista. São homens e mulheres brancos, com alto poder econômico (possuem condições de comprar um carro, viajar para fora do país, abrir uma microempresa, comprar um computador, fazer doações). A única capa que foge à representação social é exatamente aquela da qual se esperava uma representação simbólica mais poderosa: a capa destinada aos negros. A forma de tratamento da imagem dos negros em comparação às outras capas mostra como *Veja* não se identifica com o grupo, que não é tratado como seu leitor, mas como o outro, a diferença. Uma massa indistinta que não possui representação, ao contrário da mulher, do microempresário e do jovem.

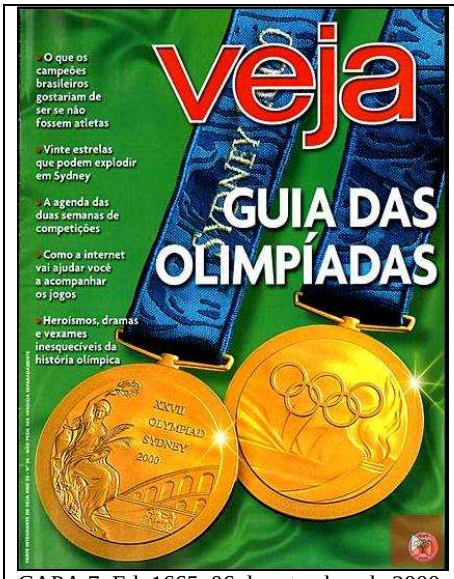
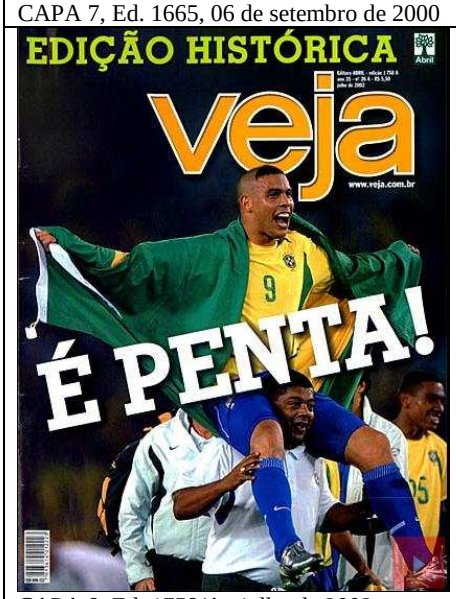
A mulher ganha destaque em uma edição especial, mas acaba aparecendo em segundo plano (e na capa 5 elas estão, efetivamente, em um segundo plano gráfico): foi escolhido um homem, e não uma mulher, para representar A VIDA SEM PATRÃO, por exemplo. E na capa JOVENS, o rosto andrógeno revela a feminilidade mais pelo batom vermelho na boca, e os destaques na chamada de capa associados ao rosto da mulher não são positivos: SEXO, DROGAS, VIOLÊNCIA e MESADA. CULTURA, em azul, passa quase despercebido do lado direito da capa.

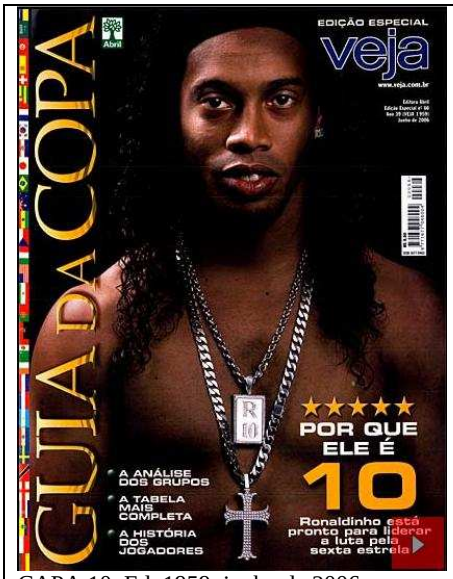
A Sociedade de *Veja* é dominada pelo homem branco com alto poder aquisitivo e interessado nas novas tecnologias e nas formas mais efetivas de se ganhar dinheiro. É uma sociedade tecnológica e com grande consciência econômica, preocupada com o acúmulo de bens. O plano do conteúdo apresenta uma dicotomia que é uma variação do novo x velho, rico x pobre, homem x mulher e branco x negro. O sentido se constrói no embate, mas na nossa compreensão do conceito formado pelas capas de *Veja* do tema sociedade/comportamento, precisamos buscar o lado mais forte das oposições: novo, rico, homem, branco. O homem branco rico e em busca de novidades é a imagem da Sociedade representada por *Veja*.

6.10. Esporte

Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed. 1338/A, 03 de maio de 1994	A morte do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna, durante a corrida do Grande Prêmio de Ímola, no dia 01 de maio de 1994. "Morreu um brasileiro simpático e audaz que, em inúmeros fins de semana, entrou nas casas dos brasileiros para enchê-las de emoção e alegria. A tragédia pegou VEJA no contrapé. Mas uma hora depois da notícia da morte, na sede da revista, em São Paulo, já se decidia que era necessário fazer uma edição extra, a quarta nos seus 25 anos de vida" (p. 05)	<u>Foto com texto</u> Ayrton Senna em pé, vestido com o macacão da McLaren acena com uma mão e segura o capacete com a outra <u>Cores</u> Vermelho, preto, cinza, branco, verde e amarelo <u>Chamada</u> "O dia que chegar chegou. Pode ser hoje ou daqui a 50 anos. A única coisa certa é que ela vai chegar" Ayrton Senna, 1960-1994, sobre a morte. O desastre. Os últimos dias. A carreira. A obstinação em vencer. Os adversários.
 CAPA 2, Ed. 1344/A, junho de 1994	O início da Copa do Mundo de futebol de 1994, realizada nos Estados Unidos. A revista fez uma edição extra como guia para a competição. "O mundo vai parar, a partir desta semana, para torcer no maior evento planetário" (p. 07).	<u>Foto com texto e holograma</u> Uma imagem de cima do estádio Rose Bowl montada com um holograma com uma bola de futebol que se transforma na taça Fifa <u>Cores</u> Azul, vermelho, verde e amarelo <u>Chamada</u> ESPECIAL GUIA DA COPA
 CAPA 3, Ed. 1349/A, 18 de julho de 1994	A vitória da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1994, tornando-se o primeiro tetracampeão mundial de futebol. "Uuufaaa! Que sufoco! Foi nos pênaltis, mas o Brasil chegou lá. A seleção venceu, mas quase matou o Brasil do coração. Foi a primeira vez, em 64 anos de Copa do Mundo, que uma final foi decidida nos pênaltis" (p. 09).	<u>Foto modificada</u> O jogador Romário balança a bandeira com as cores do Brasil e abaixo dele jogadores da seleção se abraçam em comemoração. <u>Cores</u> Amarelo, verde, azul e branco <u>Chamada</u> É TETRA!

 CAPA 4, Ed. 1390, 03 de maio de 1995	Um ano após a morte de Ayrton Senna, a revista aponta as causas do acidente que matou o piloto. "Inquérito da Justiça italiana mostra que emenda malfeita na coluna de direção foi a causa do acidente que matou Ayrton Senna" (p. 90).	<u>Foto modificada</u> O rosto de Ayrton Senna com expressão preocupada. Abaixo, a imagem do acidente que o matou, com os destroços do carro após colidir com o muro <u>Cores</u> Azul, vermelho, preto, branco e cinza <u>Chamada</u> O QUE MATOU SENNA
 CAPA 5, Ed. 1452/A, 10 de julho de 1996	O início das Olimpíadas de 1996, em Atlanta. "Para a capa de sua edição comemorativa dos Jogos Olímpicos de Atlanta, VEJA convidou dez atletas de modalidades diversas para uma foto coletiva. Como não seria possível retratar a delegação brasileira inteira – mais de 230 esportistas – eles passam a ser o retrato do todo. Um critério básico orientou a seleção dos escolhidos: são todos marinheiros de primeira viagem olímpica" (p.04).	<u>Foto posada</u> Atletas brasileiros juntos: Xuxa (natação), Alessandra (basquete), André Giovannini (hipismo), Cida Barbosa (atletismo), Roberto Carlos (futebol) e Daniel Glomb (vela) <u>Cores</u> Azul, amarelo, branco, preto e vermelho <u>Chamada</u> OS CALOUROS DE ATLANTA
 CAPA 6, Ed. 1550/A, 10 de junho de 1998	O início da Copa do Mundo de futebol de 1998, na França. "Este Guia da Copa é um presente de VEJA ao leitor. Ele pretende ajudá-lo a acompanhar o maior de todos os campeonatos de seleções da história do futebol" (p. 05).	<u>Desenho com destaque para o texto</u> A bandeira da França como fundo para a chamada que tem a primeira palavra desequilibrada por uma bola de futebol <u>Cores</u> Preto, cinza, amarelo, verde, azul, branco e vermelho <u>Chamada</u> GUIA DA COPA

 CAPA 7, Ed. 1665, 06 de setembro de 2000	O início das olimpíadas de 2000, em Sidney. "Vão começar as maiores Olimpíadas de todos os tempos. Essa frase costuma se repetir a cada quatro anos. Quase sempre ela é verdadeira. Embora o número de atletas se mantenha inalterado, na casa de 10000, desde 1992, cada cidade que assume o encargo de promover as Olimpíadas se esforça para realizar um evento mais espetacular do que todos os antecessores" (p. 12).	<u>Desenho</u> Duas medalhas olímpicas de ouro (uma mostrando a frente e a outra o verso) penduradas em uma faixa azul escrito Sydney <u>Cores</u> Amarelo, verde, azul e vermelho <u>Chamada</u> GUIA DAS OLIMPÍADAS
 CAPA 8, Ed. 1758/A, julho de 2002	A vitória do Brasil na Copa do Mundo de 2002, no Japão e na Coréia, tornando-se pentacampeão mundial de futebol. "O Brasil concluiu em Yokohama a maior epopéia futebolística já vivida por uma nação, coroando uma trajetória de 44 anos. No já histórico 30 de junho de 2002, ao vencer a Alemanha por 2 a 0, o Brasil alcançou uma hegemonia nos gramados. Os gols de Ronaldo, artilheiro desta Copa do Mundo, deixaram o Brasil numa posição insuperável" (p. 14).	<u>Foto com texto</u> O jogador Ronaldo com expressão eufórica enrolado na bandeira do Brasil e sendo erguido com os braços abertos <u>Cores</u> Amarelo, verde, azul e branco <u>Chamada</u> É PENTA!
 CAPA 9, Ed. 1924, 28 de setembro de 2005	As denúncias de que os jogos no Campeonato Brasileiro e Paulista de futebol tinham os resultados comprados. Entre outros, o juiz Edilson Pereira ganhava 15 mil reais por jogo vendido. "A matéria levanta um véu sobre a máfia formada por árbitros e empresários que, pelo menos desde o início deste ano, vinha fraudando os resultados não só do campeonato brasileiro, como de outros campeonatos do país, com vistas a lucro fácil em sites e apostas ilegais" (p. 09).	<u>Foto modificada com patchwork</u> Edilson Pereira aponta o dedo e usa o uniforme com o escudo da FIFA. Ao fundo escudos dos times São Paulo, Cruzeiro, Palmeiras, Flamengo, Bahia, Curitiba, Internacional, Juventude, Santos. <u>Cores</u> Azul, preto, vermelho e branco <u>Chamada</u> A MÁFIA DO APITO

 CAPA 10, Ed. 1959, junho de 2006	O início da Copa do Mundo de 2006, Alemanha. "Espera-se que Ronaldinho Gaúcho seja a grande estrela entre os 736 jogadores inscritos nesta Copa. É muita expectativa para um único atleta, mas ele pode dar conta da tarefa. Aos 26 anos, o número 10 da seleção brasileira chega à Alemanha consagrado por dois títulos de melhor jogador do mundo" (p. 11)	Foto posada com texto Ronaldinho Gaúcho encara o leitor sem camisa e exibindo duas correntes com dois pendentes: um crucifixo e uma inscrição "R 10" Cores Amarelo, azul, prata, preto e branco Chamada GUIA DA COPA POR QUE ELE É 10

Das dez capas de Esportes, sete apresentam personalidades e três tratam de objetos (desenhados ou fotografados): estádio de futebol, bola de futebol, taça, bandeira e medalha. Sete capas fazem referência de alguma forma ao futebol, enquanto a única pessoa que se repete é o piloto Ayrton Senna. As cores mais usadas são vermelho, azul, verde, amarelo e branco.

A utilização das cores da bandeira do Brasil (verde, amarelo, azul e branco) é não é nenhuma surpresa, uma vez que o esporte normalmente está relacionado às conquistas do país. Nas capas sobre as conquistas da Copa do Mundo (3 e 8), estas cores ganham especial destaque. São as cores utilizadas no uniforme da seleção brasileira de futebol, e facilmente reconhecidas como um dos símbolos do país. Nas duas capas um jogador é utilizado para representar toda a conquista, colocado acima dos demais: Romário (capa 3) e Ronaldo (capa 8) aparecem na metade superior das capas e não há dúvidas quanto à sua representação: os dois jogadores são o Brasil, vestem o uniforme da seleção do país e portam sua bandeira como capa. São também a representação da vitória: braços abertos e levemente erguidos são a mais comum representação imagética de algum triunfo. Em uma oposição superior/inferior, os jogadores estão acima dos companheiros (e Ronaldo está acima da própria revista: sua cabeça raspada exatamente sob a letra "e" do logotipo amarelo tanto pode ser uma coroa dourada – na falta de uma coroa de louros para o herói – quanto uma auréola que o canoniza). Romário e Ronaldo são o futebol brasileiro respectivamente quatro e cinco vezes campeão do mundo, mais do que isso, eles são a alegria exultante de todo um país.

O verde, o amarelo e o azul em destaque estão presentes também nas duas capas destinadas aos jogos olímpicos (capas 5 e 7). Na capa 5, as cores aparecem nas roupas e ao fundo, mais uma vez diretamente associadas à bandeira nacional. Os atletas são utilizados aqui para representar a nação e também as diferentes modalidades olímpicas: natação, basquete, hipismo, atletismo, futebol e vela. A juventude é valorizada pela chamada OS CALOUROS DE ATLANTA em amarelo, uma das cores da bandeira do Brasil, mas também a cor do ouro, da medalha tão desejada. A capa deixa bem balanceada a apresentação de rostos conhecidos e desconhecidos: na metade esquerda, Fernando Scherer (conhecido como Xuxa), Adriana e Roberto Carlos são esportistas já conhecidos do público, graças às conquistas em esportes mais populares, como a natação, o basquete e o futebol. Na metade esquerda, os desconhecidos André Giovannini, Cida Barbosa e Daniel Glomb. Esta mistura reforça o "calouros" da chamada (novatos, desconhecidos), ao mesmo tempo em que traz respeito e esperanças de vitória com a utilização de atletas que, apesar de jovens, já são reconhecidos pelo público. A oposição esquerda/direita da capa é uma oposição fama/anonimato em que a fama é o pólo dominante: a olimpíada como possibilidade de conquistas que tirará aqueles jovens do anonimato, transformando-os nos heróis do país (cujas cores da bandeira eles carregam nos uniformes).

As cores do Brasil na capa 7 funcionam não apenas como referência ao país, mas também como mimese das medalhas desenhadas: o amarelo do ouro com o cordão azul. O verde ao fundo é uma escolha de *Veja*, e fecha simbolicamente as cores brasileiras. O vermelho no título VEJA possui a mesma função do vermelho na capa 2: um chamado de atenção (para as olimpíadas e para a Copa do Mundo).

O azul domina a capa 2, tendo o verde e o amarelo no slash superior esquerdo. Na parte inferior da capa, um estádio de futebol preenche horizontalmente o espaço: a maior parte destinada ao céu na imagem dá um sentido de elevação, do futebol como caminho ao infinito, ou até à imortalidade. A bola de futebol transmorfa em taça coloca a conquista da Copa como o céu, o paraíso alcançado pelos atletas.

A bola ganha destaque também na capa 6. O verde e amarelo aparecem no título VEJA, enquanto as cores de maior destaque são aquelas da bandeira da França, país onde ocorreria a Copa do Mundo sobre a qual a capa trata. O mesmo preto que colore a palavra "copa" envolve todo o restante da capa, em uma imagem que faz com que a bandeira e a bola flutuem em um espaço vazio (o preto associado ao desconhecido). O branco da bola e da faixa da bandeira são ligados ao preto pelo cinza das palavras "guia

da": "O casamento do negro com o branco é uma hierogamia; gera o cinzento intermédio, que, na esfera cromática, tem o valor de centro, isto é, do homem" (Chevalier e Gheerbrant, 1982, p. 542). Assim, o cinza aqui adquire uma dimensão mais humana, trazendo um simbolismo mais humano para uma capa formada por apenas texto e formas geométricas. O redondo da bola (diferente dos traços retos do restante da capa) é capaz de desestabilizar toda a organização, mexendo com a palavra "guia", que está na cor cinza, humana. A bola e o homem parecem desestabilizar a organização francesa.

O preto que traz uma noção de vazio se repete também no fundo da capa 9. Aqui há uma relação com o azul, normalmente associado ao infinito e às possibilidades. No fundo, estão mergulhados os símbolos dos principais clubes do país. O preto simboliza o desconhecido dos esquemas de corrupção no futebol, os mistérios de uma organização que combinava resultados de jogos. Ironicamente, o homem usado como representação de todo o esquema, o juiz de futebol Edilson Pereira, veste uma camisa azul (cor normalmente positivamente simbólica) em contraposição ao preto usado pelos juízes magistrados. Na toga dos juízes, o preto simboliza respeito e tradição. A cor foi durante muito tempo utilizada também pelos árbitros de futebol, mas desde 1992 a FIFA implantou uniformes coloridos, suavizando a figura autoritária do juiz. O azul traz profundidade, e ao colorir o título VEJA, coloca a revista como aquilo que se aprofundou no desconhecido para trazer à tona a verdade das denúncias.

A composição do logotipo VEJA em azul com um fundo preto se repete na capa 10. Aqui há um diferencial interessante: é a única vez que o nome da revista aparece em tamanho diferente, reduzido. A chamada GUIA DA COPA aparece como barra lateral esquerda, abrindo espaço para o destaque absoluto, que eclipsa a Copa do Mundo e a própria *Veja*: o jogador Ronaldinho Gaúcho, na época considerado o melhor do mundo. A forma como Ronaldinho aparece é emblemática. O jogador ocupa toda a capa, acompanhando a fileira de bandeiras do canto esquerdo: é como se ele sozinho fosse colocado na mesma estatura de todas as outras seleções do mundo, um jogador que vale por todos os outros times.

Os cabelos longos e soltos são escuros e confundem-se com o fundo da revista, dando um aspecto de mistério e autoridade, quase um homem-deus, ligado ao desconhecido, ao oculto para as pessoas normais. Ronaldinho, ao contrário do outros jogadores mostrados neste recorte, não está vestindo o uniforme da seleção de futebol. Ele está sem camisa, com duas correntes penduradas: um crucifixo e uma medalha com

a inscrição “R 10”. Sua força física é valorizada pelo torso nu, e o olhar do jogador para o leitor não possui uma expressão definida, parecendo a estátua de um Kouros, uma figura histórica ou o deus Apolo imortalizado em pedra. A falta de roupa traz um caráter animalesco, em uma oposição natureza x cultura, sendo a roupa a representação da técnica, que se opõe à nudez ligada à natureza, o homem-animal.

Stuart Hall (1997) explica que as representações do negro comumente o essencializa, resumindo-o às suas características físicas[21]. Assim, Ronaldinho é colocado como o homem que naturalmente possui um talento (jogar futebol), um ser de puro instinto, o negro como oposição à civilização, o animal que age de acordo com a sua natureza. As correntes em seu corpo auxiliam na idolatria: o “R 10” faz referência ao próprio jogador, com a primeira letra de seu nome associada ao número de sua camisa. A chamada POR QUE ELE É 10 reforça isso ao transformar o número do uniforme em uma nota (no caso, a nota que simboliza o máximo). As cinco estrelas sobre a chamada também fazem uso do simbolismo duplo: ao mesmo tempo em que representam as estrelas localizadas na camisa da seleção brasileira referentes às cinco Copas do Mundo conquistadas, também servem para qualificar Ronaldinho como “cinco estrelas”, um jogador especial. Colocada em uma localização inferior à medalha “R 10”, está uma cruz. Símbolo máximo cristão, a cruz é o objeto de maior significado divino na cultura brasileira, e ao mesmo tempo em que demonstra fé em Deus, agrega um valor de divindade ao jogador. Diferente de Ronaldo e Romário, Ronaldinho aqui não representa o país e nem mesmo uma conquista. Ele é algo mais, transcendental, representa a si mesmo. Não há referência ao futebol na capa a não ser pelo rosto do próprio jogador. Ronaldinho aparece acima de tudo, inclusive do próprio esporte. É um homem extraordinário, divino, ligado aos mistérios da natureza, alguém a ser temido.

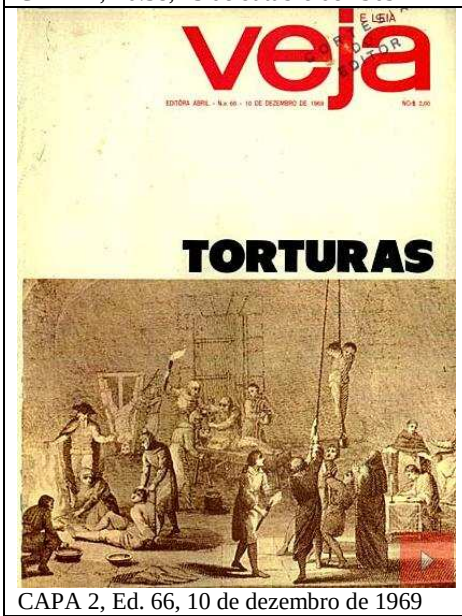
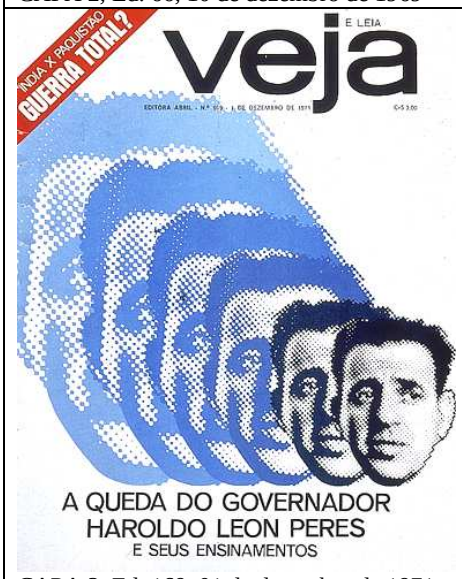
A cor preta aparece no título VEJA apenas na capa 1. Coberta de luto, a revista sobre a morte de Ayrton Senna dá destaque ao vermelho na capa pelo slash indicando que se trata de uma edição extra e também pelo macacão vestido pelo piloto. A cor associada ao sangue simboliza a violenta morte de Senna, ao mesmo tempo em que remete às cores da McLaren, equipe em que ele conquistou seus três títulos mundiais na Fórmula 1. O capacete na mão forma uma espécie de enquadramento verde e amarelo

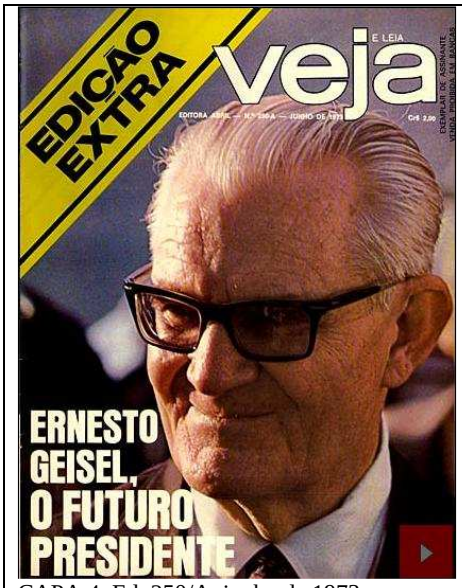
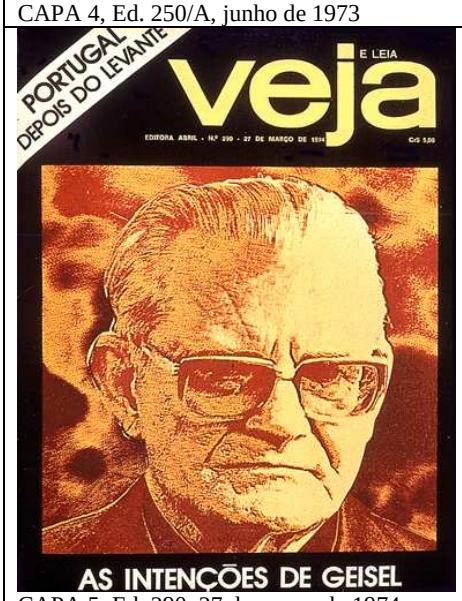
[21] Durante a colonização africana a diferença física entre o africano e o europeu transformou o corpo em discurso da diferença, e a cor da pele passou a significar primitivismo ou cultura. Assim, o negro passou a ser reduzido a diferenças físicas (lábio, cabelo, nariz), uma estratégia discursiva para fixar a diferença. O estereótipo faz uso destas tipificações da diferença e reduz o ser a tipos, exagerando e simplificando. Tudo aquilo que não se encaixa em um discurso pré-estabelecido vira diferença, e o estereótipo a fixa, reduz e naturaliza (Hall, 1997).

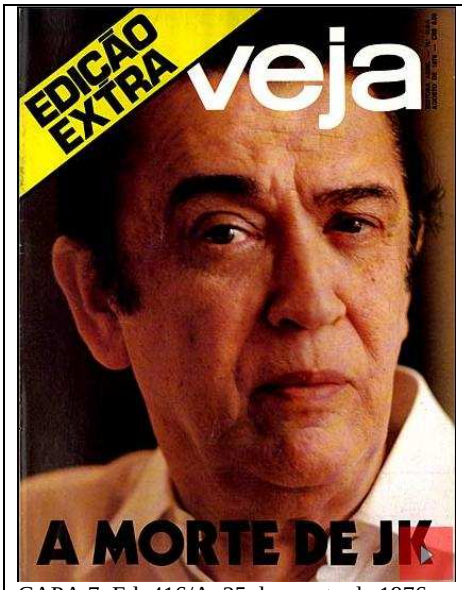
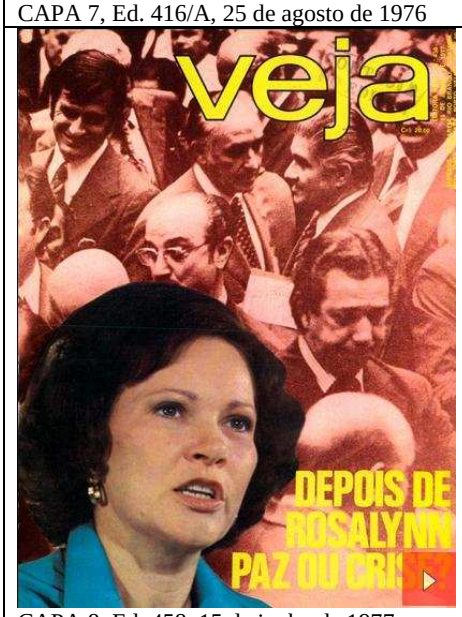
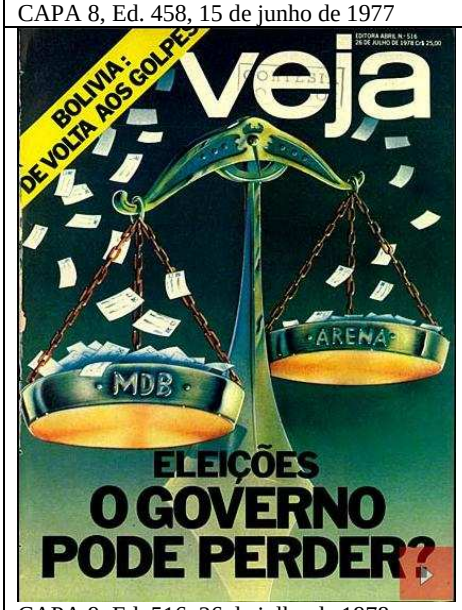
com as linhas ao fundo à esquerda. Envolvido pelas cores do Brasil, o piloto acena para fora do quadro. É uma capa respeitosa, em tom de despedida (a mão que acena) e também de choque: não é uma grande e impactante chamada, mas apenas uma frase de Senna sobre o inevitável da morte. É diferente da capa de um ano depois (4), quando passado o impacto do acontecimento trágico, a revista se permite explicá-lo. O rosto de Ayrton Senna não olha mais para o lado, mas para a frente. Sua expressão séria faz parecer que ele olha para o próprio acidente, reproduzido logo abaixo. O título VEJA em branco está sobre o rosto do piloto, o contrário do que ocorre na capa 1, em que o título em preto fica atrás da cabeça de Senna. Logo após a morte, o piloto é maior que a própria revista. Um ano depois do acontecimento é *Veja* quem se coloca acima do acontecimento, com poder para compreendê-lo e explicá-lo. O branco traz paz, como se dissesse que agora Senna pode "descansar em paz" após serem reveladas as causas da sua morte: está livre para ir em direção ao céu azul que se encontra ao lado esquerdo do rosto. A chamada O QUE MATOU SENNA em vermelho é um grito por atenção para seu tom conclusivo e se encontra bem em cima da imagem do acidente, como uma faixa de sangue que mancha o chão da pista.

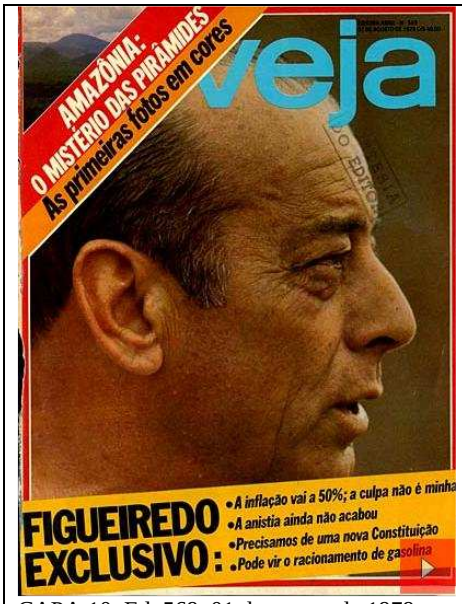
O esporte nas capas de *Veja* aqui analisadas está muito ligado ao país, aos acontecimentos e personalidades do Brasil. Mesmo em eventos internacionais como olimpíadas ou Copa do Mundo, a predileção é pelo lado brasileiro da história. O Esporte é normalmente representado pelos ídolos. É uma personificação do coletivo, das conquistas e dos talentos. O futebol é o grande destaque, sendo o único esporte que não é resumido a apenas um objeto ou personalidade. A valorização da vitória é clara, assim como dos ídolos. O Esporte é feito pelos grandes vitoriosos, ídolos que são maiores que suas próprias conquistas (e maiores do que o preconceito, como mostra o destaque ao negro Ronaldinho Gaúcho). O Esporte parece ser passível de erros quando o homem civilizado – corrompido – organiza formas de burlar o talento (como o escândalo dos resultados combinados no futebol), mas atinge o sublime quando se rende à natureza, ao talento puro de homens que parecem ter nascido com o dom de vencer. E não há dúvidas de que os heróis do esporte de *Veja* são não só brasileiros. São masculinos.

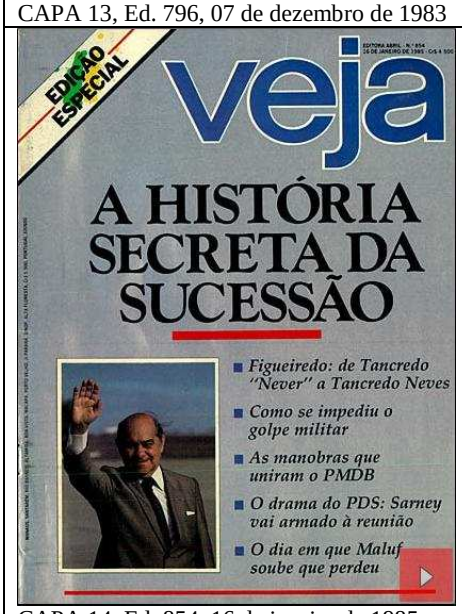
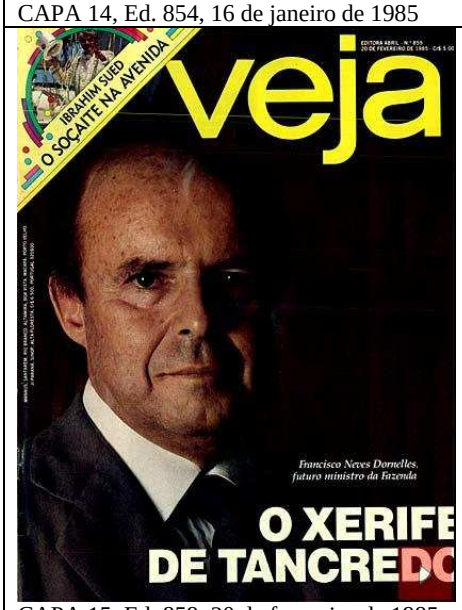
6.11. Política

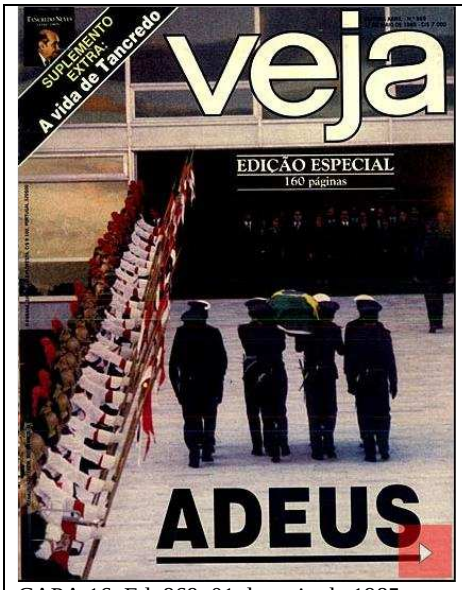
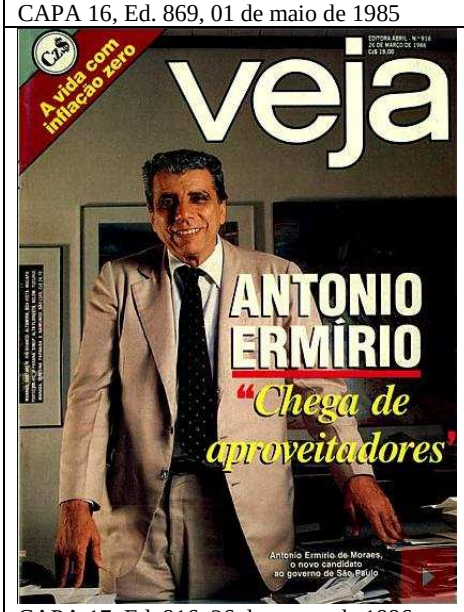
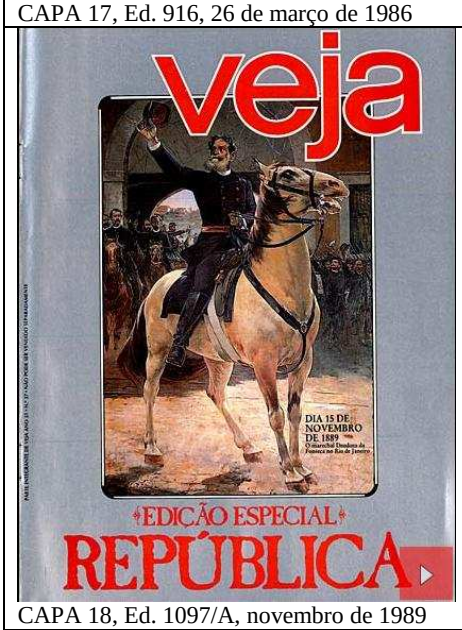
Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, Ed.58, 15 de outubro de 1969	A sucessão presidencial com Emilio Garrastazu Medici anunciado como candidato Alto Comando das Forças Armadas e praticamente novo presidente do Brasil. "Garrastazu falou em 'sindicatos livres, imprensa livre, Igreja livre'. O professor Anhaia Melo, secretário dos Negócios Internos e Jurídicos da Prefeitura de São Paulo, disse que sentiu um 'arrepio democrático' ao ouvir o pronunciamento do general" (p. 20).	<u>Foto</u> O general Médici olha para uma criança (seu neto), que segura uma flâmula do Corinthians. <u>Cores</u> Vermelho, amarelo, azul e preto <u>Chamada</u> UM NÔVO ESTILO NO GOVÊRNO O QUE VAI MUDAR? O Gen. Garrastazu Medici com o neto
 CAPA 2, Ed. 66, 10 de dezembro de 1969	As torturas praticadas contra presos políticos durante o governo militar brasileiro. "VEJA foi o primeiro órgão da imprensa brasileira que procurou o fundo de um grave assunto, trazido por cochichos apavorados, por enxames de rumôres e, até a pouco, por nenhuma informação precisa: as torturas praticadas nas prisões brasileiras, contra alguns presos, políticos ou não, e até contra simples suspeitos" (p. 19).	<u>Reprodução de obra de arte</u> Gravura de vários homens torturando outros com vestimentas medievais <u>Cores</u> Vermelho, branco, preto e sépia <u>Chamada</u> TORTURAS
 CAPA 3, Ed. 169, 01 de dezembro de 1971	A renúncia do governador do Paraná, Haroldo Leon Peres, acusado de corrupção. "Êle fora designado para o governo do Paraná porque merecia a confiança do presidente Emílio Garrastazu Medici. Pois bem. A confiança se fora e ele devia renunciar. 'Mas, ministro, eu não sei nem do que se trata. Renunciar por quê?'. 'Pelos motivos que constam de um processo que lhe é movido por corrupção' (p. 20).	<u>Foto modificada</u> O rosto do governador Haroldo Peres em seis diferentes tamanhos, pontilhado e sobreposto aos outros <u>Cores</u> Preto, azul, branco e vermelho <u>Chamada</u> A QUEDA DO GOVERNADOR HAROLDO LEON PERES E SEUS ENSINAMENTOS

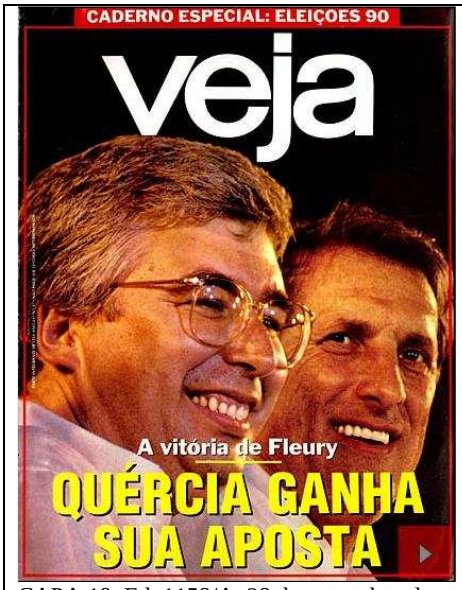
 CAPA 4, Ed. 250/A, junho de 1973	A sucessão presidencial com a escolha do general Ernesto Geisel pela Junta Militar para substituir Medici. “O que faltava a VEJA era uma foto em cor do general, um primeiro plano destinado a uma capa que até meados de 1973 haveria de acontecer, de acordo com indicações cada vez mais insistentes”. (p. 03).	<u>Foto com texto</u> O rosto do general Geisel, com um sorriso contido e óculos de aros escuros <u>Cores</u> Branco, amarelo e preto <u>Chamada</u> EDIÇÃO EXTRA ERNESTO GEISEL, O FUTURO PRESIDENTE
 CAPA 5, Ed. 290, 27 de março de 1974	A posse do presidente Ernesto Geisel. “Ernesto Geisel talvez seja o presidente que até hoje, no Brasil, tenha se preparado com mais tempo para o cargo. E as circunstâncias especiais em que foi eleito e assumiu refletiram-se nos termos do discurso: quatro dias depois da posse, tinha pronto dois projetos de lei, um projeto de lei complementar, um minucioso programa de governo, um levantamento da situação nacional. Por isso, ele não precisou fazer promessas - apresentou planos” (p. 21).	<u>Foto modificada</u> O rosto de Ernesto Geisel com filtro alaranjado e leve deformação da imagem, com o fundo borrado <u>Cores</u> Preto, amarelo, alaranjado e branco <u>Chamada</u> AS INTENÇÕES DE GEISEL
 CAPA 6, Ed. 401, 12 de maio de 1976	A viagem que o presidente Geisel fez à Inglaterra, para pedir empréstimos financeiros e buscar investimento no Brasil. “Pela primeira vez em sua história, as portas da residência real em Buckingham, onde Geisel se hospedou, abriram-se para acolher nada menos que catorze banqueiros e vinte industriais... O acontecimento excepcional se justifica: apenas em 1975, o governo brasileiro tomou emprestado dos banqueiros londrinos mais de 3 bilhões de dólares” (p.19)	<u>Foto com texto</u> Geisel cumprimenta e se curva à rainha Elizabeth da Inglaterra em um tapete vermelho e cercado por guardas <u>Cores</u> Branco, vermelho, amarelo, preto e verde <u>Chamada</u> O RESULTADO DAS VIAGENS

 CAPA 7, Ed. 416/A, 25 de agosto de 1976	A morte do ex-presidente do Brasil, Juscelino Kubitschek de Oliveira em um acidente de carro. “Com ele, o Brasil perde não apenas um ex-presidente que ao longo de cinco anos de mandato – obtido por expressa vontade popular e cumprido inteiramente dentro das leis – modificou de maneira irreversível algumas importantes estruturas do país. O Brasil perde, também, um cultor de virtudes frequentemente esquecidas: a tolerância, o respeito ao direito de crítica” (p. 03).	Foto com texto O rosto de Juscelino Kubitschek com expressão misteriosa, encarando diretamente o leitor Cores Amarelo, preto e branco Chamada EDIÇÃO EXTRA A MORTE DE JK
 CAPA 8, Ed. 458, 15 de junho de 1977	A visita da primeira dama dos Estados Unidos, Rosalynn Carter, ao Brasil. “Só com sua presença, a senhora Carter garantiu, num momento delicado, horas de trégua suficientes para que se rearticulassem, nas cúpulas da Arena e do MDB, os incansáveis tecelões da concórdia e do entendimento” (p. 19).	Foto modificada com patchwork Em primeiro plano o rosto em cores de Rosalynn Carter com a boca entreaberta. Em segundo plano, congressistas brasileiros em fotografia com filtro sépia. Cores Amarelo, sépia, preto e azul Chamada DEPOIS DE ROSALYNN PAZ OU CRISE?
 CAPA 9, Ed. 516, 26 de julho de 1978	O anúncio da primeira eleição direta para senador e deputado no Brasil desde o golpe militar de 1964. “Dentro de quatro meses, 44 milhões de cidadãos brasileiros devem responder nas urnas a uma pergunta verdadeiramente essencial talvez a mais importante de todas que se têm colocado neste ano. Ou seja, quem terá uma fatia de direitos e deveres na definição do Poder que fatalmente se fará depois de 15 de novembro” (p. 19).	Desenho Uma balança com votos em papel flutuando em direção aos pesos MDB e ARENA, com o MDB levemente mais baixo. Cores Verde, amarelo, preto e branco Chamada ELEIÇÕES O GOVERNO PODE PERDER?

 CAPA 10, Ed. 569, 01 de agosto de 1979	A primeira entrevista dada pelo presidente João Baptista Figueiredo. "VEJA obteve a primeira entrevista exclusiva formal de Figueiredo como presidente da República – aliás, a primeira a ser dada por um chefe de Estado brasileiro desde 1964, já que, neste período, os presidentes só falaram à imprensa em raras entrevistas coletivas ou simplesmente não falaram nada, nunca, a nenhum jornalista" (p. 13).	<u>Foto com texto</u> O rosto de perfil do general Figueiredo cortado no pescoço por uma faixa com a chamada <u>Cores</u> Vermelho, alaranjado, azul, preto e amarelo <u>Chamada</u> FIGUEIREDO EXCLUSIVO • A inflação vai a 50%; a culpa não é minha • A anistia ainda não acabou • Precisamos de uma nova Constituição • Pode vir o racionamento de gasolina
 CAPA 11, s/Ed., 23 de maio de 1980	A visita do presidente João Figueiredo à Abril na comemoração dos 30 anos da editora. "Esta edição estava sendo fechada em ritmo Abril, (...) uma homenagem ao presidente João Figueiredo, cuja visita passou a ser um marco na história da empresa. E, além da simpática visita, a Abril ainda agradece ao presidente porque esta edição nos permitiu testar se mantemos a velha forma. E provou que sim" (p. 09).	<u>Foto com texto</u> João Figueiredo sorri direto para o leitor ao lado de Victor Civita, que sorri de perfil, virado para o presidente. Fotografia preto e branco. Ao fundo, um guarda <u>Cores</u> Vermelho, preto, branco e amarelo <u>Chamada</u> OS PRIMEIROS 30 ANOS DA ABRIL O PRESIDENTE VISITA A ABRIL
 CAPA 12, Ed. 742, 24 de novembro de 1982	As eleições para os governos de 22 estados brasileiros. "Destaque especial merece o fato político de maior repercussão: a vitória do senador Franco Montoro, em São Paulo, dando a um governador da oposição, pela primeira vez desde 1965, o controle do poder executivo no principal Estado do país. Com êxitos da oposição em outros Estados importantes como Paraná, Minas Gerais, Goiás e provavelmente Rio de Janeiro, com Leonel Brizola" (p. 35).	<u>Desenho</u> Desenho realista do rosto de Franco Montoro que sorri e encara o leitor. Misturando-se à sua imagem, o rosto de Lionel Brizola mira fora do quadro <u>Cores</u> Vermelho, alaranjado, branco, preto e azul <u>Chamada</u> O PODER DA OPOSIÇÃO O que vai mudar no Brasil

 CAPA 13, Ed. 796, 07 de dezembro de 1983	A discussão entre o governador Leonel Brizola e o cantor e deputado Agnaldo Timóteo sobre cargos públicos e influências políticas. “Uma tempestade de insultos entre o governador do Rio de Janeiro e seu deputado mais votado abala o brizolismo e traz a público sua face mais escura” (p. 36). Durante a discussão, o governador chegou a mandar um policial retirar o deputado do local, além de troca de palavrões e xingamentos preconceituosos.	<u>Foto modificada com patchwork</u> Expressões agressivas dos rostos de Brizola e Timóteo recortadas em formato de balão de história em quadrinhos com xingamentos ao fundo manuscritos com desenhos de caveira, cobra e raio <u>Cores</u> Vermelho, amarelo, preto e branco <u>Chamada</u> O VALE-TUDO DO BRIZOLISMO
 CAPA 14, Ed. 854, 16 de janeiro de 1985	A sucessão presidencial com a eleição indireta de Tancredo Neves, o primeiro presidente não militar desde 1964. “VEJA chega a seus leitores, esta semana, com uma edição especial contando a história, até o presente não revelada em todos os seus detalhes, da mais importante sucessão presidencial vivida pelo Brasil nos últimos vinte anos. Mais que a substituição de um presidente por outro, a eleição marca a mudança do regime político brasileiro” (p. 19)	<u>Foto com texto</u> Sob manchete que ocupa a metade superior da capa, pequeno quadro com Tancredo Neves acenando em direção ao leitor <u>Cores</u> Azul, prata, preto, vermelho, branco, verde e amarelo <u>Chamada</u> A HISTÓRIA SECRETA DA SUCESSÃO Figueiredo: de Tancredo “Never” a Tancredo Neves Como se impediu o golpe militar As manobras que uniram o PMDB O dia que Maluf soube que perdeu
 CAPA 15, Ed. 859, 20 de fevereiro de 1985	A nomeação de Francisco Dornelles para o cargo de Ministro da Fazenda. “É confortador verificar que o presidente eleito vem dando sinais de ter percebido claramente os extraordinários perigos embutidos na situação que ora vivemos. Se a inflação não for contida, disse Tancredo Neves ainda na semana passada, não será possível ‘nenhuma alteração nas estruturas da vida nacional e toda a pregação em favor de mudanças cairá no vazio’’ (p. 15).	<u>Foto com texto</u> O futuro ministro Francisco Dornelles olha diretamente para o leitor, com expressão séria <u>Cores</u> Amarelo, preto e branco <u>Chamada</u> O XERIFE DE TANCREDO

 CAPA 16, Ed. 869, 01 de maio de 1985	A morte do presidente eleito Tancredo Neves. “Estes são dias de profunda tristeza. Ao longo de nossa história, poucos indivíduos terão deixado um vazio tão grande ao morrer quanto Tancredo Neves, ponto central para o qual convergia toda a teia de entendimentos, explícitos ou não, que permitiram ao país realizar uma das mais brilhantes transições políticas de sua existência” (p. 19).	<u>Foto com texto</u> Grupo de soldados sobe a rampa do Planalto carregando um caixão coberto pela bandeira do Brasil aos olhos de guardas ao lado e políticos ao fundo <u>Cores</u> Preto, branco, vermelho, cinza, verde e amarelo <u>Chamada</u> ADEUS
 CAPA 17, Ed. 916, 26 de março de 1986	O anúncio da candidatura do maior empresário do país, Antonio Ermírio de Moraes, ao governo de São Paulo. “Para mudar a política, portanto, é preciso entrar nela, e não apenas criticá-la de longe. Esta é a lição que o empresário Antonio Ermírio de Moraes, responsável pelo maior grupo privado brasileiro, deu na semana passada, ao lançar-se candidato ao governo do Estado de São Paulo nas próximas eleições de novembro” (p. 35).	<u>Foto com texto</u> O empresário Antonio Ermírio em pé sorrindo olha para o leitor com a mão sobre uma mesa cheia de papéis <u>Cores</u> Branco, vermelho e amarelo <u>Chamada</u> ANTONIO ERMÍRIO “Chega de aproveitadores”
 CAPA 18, Ed. 1097/A, novembro de 1989	A comemoração de 100 anos da proclamação da República no Brasil. “A edição especial VEJA República visa reconstruir um número normal da revista – caso ela já existisse em novembro de 1889. A revista combina nesta edição os instrumentos do jornalismo e da historiografia para apresentar as notícias que há um século alteraram a vida política do Brasil” (p. 04).	<u>Reprodução de obra de arte</u> O marechal Deodoro da Fonseca em famosa imagem montado em um cavalo ergue o quepe, sendo saudado por pessoas alegres ao fundo: imagem emblemática da proclamação da República no Brasil <u>Cores</u> Vermelho, prata e preto <u>Chamada</u> EDIÇÃO ESPECIAL REPÚBLICA

 CAPA 19, Ed. 1158/A, 28 de novembro de 1990	A eleição de Luiz Antônio Fleury como governador de São Paulo. "Conhecido o nome do futuro governador, a sucessão paulista lança os holofotes sobre a silhueta de queixo saliente e nariz esculpido de uma outra personalidade, Orestes Quércia, o atual governador que construiu do começo ao fim o triunfo de Fleury – e desde já se projeta para o distante ano de 1994, quando será decidida a sucessão do presidente Fernando Collor de Mello"(p. 04).	Foto com texto O governador eleito Fleury em primeiro plano e o governador de São Paulo Orestes Quércia ao lado, olhando para pontos distintos Cores Preto, branco, vermelho e amarelo Chamada A vitória de Fleury QUÉRCIA GANHA SUA APOSTA
 CAPA 20, Ed. 1236, 27 de maio de 1992	A entrevista de Pedro Collor, irmão do presidente Fernando Collor, denunciando os negócios corruptos do empresário Paulo César Farias, ligado ao presidente. "Pedro Collor diz que o presidente usa PC como instrumento para a realização de negócios escusos, corrupção e assalto aos dinheiros públicos. Pedro e Fernando parecem Caim e Abel. Com a dificuldade que não se sabe qual é Caim e qual é Abel" (p. 16).	Foto com texto Foto em close do irmão do presidente Collor, Pedro, mirando para o leitor com olhos sombrios Cores Vermelho, branco e preto Chamada PEDRO COLLOR CONTA TUDO O vídeo e a entrevista com os ataques do irmão do presidente
 CAPA 21, Ed. 1251, 09 de setembro de 1992	A denúncia de que o presidente Fernando Collor usou dinheiro público para reformar o jardim de sua casa. "As fotos dos jardins da Casa da Dinda que VEJA publica com exclusividade nesta edição mostram que Collor mentiu em seu pronunciamento na televisão e transformou sua residência numa grande mordomia botânica. Pagas pelo amigo PC Farias, as reformas custaram 2,5 milhões de dólares" (p. 04).	Foto com texto Uma cascata nas pedras dos jardins da "Casa da Dinda", residência do presidente Collor Cores Vermelho, branco, amarelo e verde Chamada O JARDIM DO MARAJÁ DA DINDA As mentiras de Collor sobre a reforma de 2,5 milhões de dólares em sua casa

 CAPA 22, Ed. 1255, 30 de setembro de 1992	A votação da Câmara Federal pelo impeachment do presidente Fernando Collor. "O mais importante, o decisivo, já foi feito. Recuperou-se, ou robusteceu-se, o orgulho de ser brasileiro. De sermos um Brasil que não tolera mais a corrupção. Um Brasil onde as instituições democráticas funcionam. Um Brasil onde o povo conhece os seus direitos e está atento ao comportamento dos governantes. Um Brasil onde a lei vale para todos. Inclusive o presidente da República" (p.5)	<u>Foto com texto</u> O rosto de Fernando Collor olhando para baixo, com expressão pesarosa <u>Cores</u> Vermelho, branco e preto <u>Chamada</u> CAIU! A revolução que derrubou Collor O estouro da quadrilha que tomou o Planalto O que muda no Brasil de Itamar Franco
 CAPA 23, Ed. 1310, 20 de outubro de 1993	A prisão de José Carlos Alves dos Santos, que denunciou a corrupção de políticos brasileiros. "Toda sucursal de VEJA em Brasília se mobilizou para apurar as denúncias de Santos e ouvir os parlamentares, governadores e ministros acusados pelo ex-diretor do Departamento de Orçamento da União de integrar um monstruoso esquema de corrupção" (p. 17).	<u>Foto modificada</u> José dos Santos em plano americano com expressão pesarosa, algemado, tendo a silhueta do Congresso Nacional ao fundo <u>Cores</u> Vermelho, amarelo, branco, preto e roxo <u>Chamada</u> OS PODRES DO CONGRESSO O ex-diretor de Orçamento da União entrega um esquema de roubalheira na Câmara e dá os nomes dos parlamentares envolvidos
 CAPA 24, Ed. 1648, 10 de maio de 2000	Invasões do Movimento dos Sem Terra a terras privadas e ocupações de edifícios públicos, chegando a fazer reféns em alguns casos. "O tempo se encarregou de mostrar que VEJA tinha razão de sobra ao descrever o MST como uma organização pouco interessada em reforma fundiária. Hoje, com 600 000 famílias de sem-terras assentadas em um território que equivaleria a cinco Dinamarcas, o MST deixa cada vez mais claro suas intenções de perturbar a ordem por todos os meios" (p. 09).	<u>Foto com texto</u> A bandeira do MST tremulando contra um fundo verde indefinido <u>Cores</u> Vermelho, branco, verde e amarelo <u>Chamada</u> A TÁTICA DA BADERNA O MST usa o pretexto da reforma agrária para pregar a revolução socialista

 CAPA 25, Ed. 1775, 30 de outubro de 2002	A eleição de Luís Inácio Lula da Silva como presidente do Brasil. "Há apenas um ano soava como quimera a idéia da chegada à Presidência da República de um postulante de esquerda, de origem popular, sem que o país mergulhasse numa crise econômica ou talvez até mesmo institucional. Com a eleição de Luís Inácio Lula da Silva no domingo passado, mais esse rito de passagem foi cumprido pela democracia brasileira" (p. 09).	<u>Foto posada com texto</u> Lula sorri diretamente para o leitor, segurando a bandeira do Brasil <u>Cores</u> Azul, amarelo, branco, verde e preto <u>Chamada</u> O PRIMEIRO PRESIDENTE DE ORIGEM POPULAR TRIUNFO HISTÓRICO Seu desafio: retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC
 CAPA 26, Ed. 1927, 19 de outubro de 2005	A morte do médico-legista que fez a autópsia de Celso Daniel, prefeito petista de Santo André assassinado três anos antes. "Reduzido à sua essência, o caso se compõe de dois crimes. O primeiro é o assassinato do prefeito em si. O segundo, o esquema de corrupção formado na cidade que ele administrava. Há fortes indícios de que haja uma conexão entre ambos, mas não apareceu até agora uma prova definitiva" (p. 43).	<u>Foto modificada com patchwork</u> O rosto de Celso Daniel em um medalhão afixado em uma lápide acima de uma placa com suas datas de nascimento e morte. Em sépia, cercam-no os rostos de diferentes políticos como parte do túmulo <u>Cores</u> Amarelo, branco, sépia, preto e vermelho <u>Chamada</u> UM FANTASMA ASSOMBRA O PT

Apenas quatro capas (2, 9, 21, 24), do total de 26 sobre Política, não trazem alguma pessoa representada, já indicando uma predileção por uma personificação do tema no país. Estas quatro capas, por sua vez, são representações genéricas de acontecimentos que a revista não pode – ou não quer – personalizar. As torturas durante o regime militar são assunto delicado, e a utilização de um rosto na capa 2, seja de um torturador ou de uma vítima, poderia ser uma grave questão política para *Veja*, com a certeza de ter aquela edição censurada. Da mesma forma, as eleições de 1978 na capa 9 são um acontecimento amplo, que se for representado com o rosto de algum dos candidatos, pode ser interpretado como campanha política. Talvez por isso a revista tenha preferido um desenho que representasse os eleitores e a disputa política do que a imagem de uma pessoa.

A fotografia dos jardins da Casa da Dinda na capa 21 não é uma representação apenas do jardim em si, mas de seu custo e consequentemente do escândalo político envolvendo o presidente. Assim como a revista escolhe colocar a bandeira do MST na capa 24, pois o foco parece ser não nos líderes do movimento, mas no grupo como um todo. Desta forma, o jardim e a bandeira são usados para representar algo maior, que envolve mais do que apenas uma pessoa ou um pequeno grupo de pessoas. É importante lembrar, entretanto, que se trata de uma escolha de representação feita pela revista, que opta por reduzir e simplificar ou expandir e complexificar um acontecimento segundo seus interesses.

Com exceção da capa Torturas, todas as outras três que não trazem alguma pessoa representada possuem o verde e o amarelo como cores dominantes. A capa sobre as eleições é a mais direta em usar as cores representando o país, já que se trata de um momento político importante para toda a nação. A capa dos jardins da Dinda aproveita o verde da vegetação fotografada para cobri-lo em parte com o slash em amarelo, referenciando o que a princípio poderia ser uma questão de arquitetura privada como um problema nacional. E por fim, a capa sobre o Movimento dos Sem-Terra usa o verde do gramado do campo (a terra que os integrantes do movimento tanto buscam) como fundo para o texto amarelo que surge logo abaixo da chamada principal. Com o verde e o amarelo na metade inferior da capa, a bandeira do movimento surge como uma mancha vermelha, o comunismo tentando invadir o país.

Apesar de trazer pessoas representadas, a capa 16 não traz uma personalidade política, mas soldados carregando um caixão. No caixão está Tancredo Neves, mas a bandeira do Brasil acaba por simbolizar a morte da esperança de todo o país. O preto e o cinza terminam de compor o luto na imagem, enquanto o branco alivia a tristeza, trazendo um sentido de paz e ao mesmo tempo respeito. A capa possui um movimento vertical, com linhas formadas pela rampa, o caixão e guardas perfilados ao lado esquerdo que vão em sentido ao título VEJA. O “caminho”, entretanto, é interrompido por um retângulo preto, como se o Brasil (sua bandeira no caixão) caminhasse rumo à escuridão. Mas o logotipo VEJA está logo acima, com a cor opostamente simbólica ao preto: o branco, além de dar leveza à imagem, coloca a revista como a luz no fim do túnel, a instituição que tomará conta para que as conquistas de Tancredo Neves não se percam.

A capa 6 é a única que apresenta personalidades vistas à uma distância. O presidente Geisel e a rainha Elizabeth aparecem de perfil e seus rostos são dificilmente

percebidos. As cores da capa produzem um efeito interessante. O vermelho do tapete sobreposto pela chamada em amarelo é um pedido de atenção, ao mesmo tempo em que parece colocar o presidente "pisando em brasa" (o vermelho e o amarelo como símbolo do fogo). O verde do vestido da rainha em relação com o amarelo da chamada remete ao Brasil, ao mesmo tempo em que o verde é tradicionalmente símbolo de esperança. Mais do que isso, o verde aqui possui sentido do dinheiro (o dólar), e é interessante perceber o presidente do Brasil curvando-se perante ao empréstimo que ele foi até a Inglaterra buscar.

Quatro capas apresentam fotografias posadas (15, 17, 20 e 25), revelando determinadas pessoas como acontecimentais, ou seja, o acontecimento representado parte delas (um anúncio, uma entrevista, alguma ação), diferentemente das outras capas que trazem fotografias (modificadas ou não) tiradas em momentos não programados, mais abertos ao acontecimento, colocando as pessoas como representações de um acontecimento ao qual estavam envolvidas.

As fotografias posadas revelam algumas escolhas da revista no momento de representar aquelas pessoas. Enquanto Francisco Dorneles (capa 15) emerge das sombras como um homem misterioso (alguém por trás do presidente), Antônio Ermírio (17) aparece em um escritório, em pé, sorrindo, um homem que conseguiu tudo graças ao seu trabalho e não tem nada o que esconder. Já o rosto de Pedro Collor (20) ocupa praticamente toda a capa, com sombras nos olhos que valorizam uma expressão carrancuda e misteriosa de um homem cheio de segredos para contar, quase um pedido para o leitor "entrar" naquela mente, invadindo seus pensamentos com o simples abrir da capa da revista. Lula, por sua vez, aparece como o próprio país, segurando a bandeira do Brasil e cercado pelo azul que indica profundidade, um longo caminho a percorrer.

A capa 25 é a mais positiva de todas as 26 apresentadas neste recorte, mas apesar de chamar a atenção para o "primeiro presidente de origem popular", as cores dominantes não são o vermelho do PT (partido de Lula), mas o azul e amarelo do PSDB (partido de oposição ao PT do então atual presidente Fernando Henrique Cardoso, que é lembrado quando a revista escreve que Lula deve governar "sem colocar em risco as conquistas da era FHC"). A frase "ordem e progresso" que estampa a bandeira do Brasil está cortada, e pela posição lê-se apenas "progresso" (econômico), o que parece ser o sinônimo de bom governo para *Veja*.

Com exceção da capa 8, todas as pessoas que aparecem nas capas são homens. E mesmo Rosalynn está ligada diretamente a um homem, possuindo importância por ser a

esposa do presidente dos Estados Unidos. Apesar de aparecer com mais destaque em primeiro plano, ela está localizada na parte esquerda inferior da capa, tendo ao fundo um grupo de políticos brasileiros fotografados de pé, no Congresso Nacional. Nosso olhar reconhece primeiramente o lado direito de uma imagem, e ao colocar Rosalynn do lado esquerdo, a revista pretende que nosso olhar seja chamado inicialmente para o grupo de terno e gravata para, em seguida, deslizar para a mulher, que acaba se encontrando em uma posição imagética inferior, cercada e "dominada" por todos aqueles homens.

Como já dito, homem é o que não falta nas capas políticas de *Veja*. Refletindo o protagonismo dos homens no governo desses 40 anos, a política da revista é predominantemente masculina. Sete presidentes do Brasil estampam ao todo 11 capas (1,4,5,6,7,10,11,14,16,22,25), sendo o general Ernesto Geisel o que mais se repete (três capas). No geral, as capas durante os anos 70 são mais frias e sérias do que aquelas que aparecem a partir de 1980. Isso aparece inclusive na expressão dos políticos representados. Da capa 1 à 10, as pessoas possuem uma expressão sempre séria.

Mesmo ao utilizar a imagem de um criança ao lado do general Médici na capa 1, a revista não humaniza o presidente. O garoto (neto de Médici, segundo a legenda da fotografia) segura uma bandeira do Corinthians, mas apesar da chamada falar em um novo estilo de governo, não é isso que a capa representa. Ao colocar o novo general-presidente ao lado do neto, inicialmente poderíamos interpretar a imagem como a chegada de um governo mais "humano", em que a linha dura dos governos militares seria substituída por um avô carinhoso e fã de futebol. Mas o que *Veja* faz é usar a camisa da criança em conjunto com seu título para formar uma moldura vermelha, em um pedido de atenção e que também remete à violência. O corte na fotografia cria uma relação simbólica interessante: Médici está ao lado direito da capa, enquanto o garoto se encontra na parte inferior esquerda. O percurso do olhar vai do presidente para o neto, em uma relação que coloca o homem como superior à criança. Associada à expressão severa de Médici, que está sério e parece dizer algo, a capa representa muito mais uma bronca do avô no neto do que uma cena carinhosa.

O rosto preocupado de Leon Peres na capa 3 possui uma expressão parecida com aquela de Juscelino Kubistchek na capa 7. A diferença é que Peres tem o rosto diminuído, o que representa sua situação política: alguém poderoso que se viu obrigado a renunciar. Já Juscelino aparece imponente, ocupando toda a capa e olhando diretamente para o leitor. Apesar de parecer consciente de que está sendo fotografado,

não parece ser uma foto tirada em estúdio, mas flagrada em algum momento. A escolha da fotografia de um sisudo Juscelino (um político que possui muitas imagens sorrindo) é um reflexo do momento político do país, e uma escolha da revista por uma homenagem mais voltada para a perda do que para as vitórias e alegrias de sua vida. Uma expressão séria também domina o rosto de Ernesto Geisel na capa 5, que tem a dramaticidade aumentada pelo efeito que borra o fundo, e colore a imagem com um alaranjado que parece colocar o presidente no inferno, em meio às chamas. O preto que cobre o restante da capa coloca mistério à imagem, reforçado pela chamada que pretende responder quais as intenções daquele homem pensativo. O laranja é uma cor que também simboliza o equilíbrio, e possui portanto uma importância simbólica na capa que pretende dizer dos pensamentos e ações de um presidente. Entretanto, a capa está longe de ser alegre, com um forte apelo negativo.

A exceção poderia ser considerada a capa 4, mas mesmo aqui Geisel apresenta um sorriso contido, com a boca fechada. Um sorriso bastante diferente daquele dado pelo general João Figueiredo na capa 11. O mesmo Figueiredo que aparece na capa 10 de perfil, como se mostrasse apenas uma de suas faces ("o que será que seus pensamentos escondem?", parece perguntar a revista) agora surge extremamente alegre ao lado do dono da Editora Abril. A fotografia em preto e branco é uma "prova" jornalística, traz uma seriedade de que um acontecimento realmente se deu, sem nenhum tipo de montagem. Segundo Guimarães, este simbolismo

> "se deve principalmente à tradição impressa das imagens, em que durante muito tempo predominou a monocromia fotográfica. Por extensão, atribui-se às imagens em preto e branco maior fidelidade à informação, como se a cor fosse apenas a embalagem do conteúdo da informação" (Guimarães, 2003, p. 83).

Documentando a visita do presidente à editora, a revista cerca a fotografia com um chamativo vermelho, para que todos prestem atenção ao acontecimento. Na construção da capa, a revista literalmente "enquadra" o presidente, como se assumisse o controle, cercando-o (sob o atento olhar de Victor Civita). Após esta capa, os políticos começam a parecer sorridentes, mais humanos, como se o sombrio regime militar tivesse se dispersado. Mas é importante lembrar que, apesar de ser o último presidente militar, Figueiredo governaria até 1985, cinco anos após a capa 11 ser produzida. *Veja* parece, então, mudar sua forma de representação política não de acordo com a mudança

do regime, mas de acordo com a anuência do presidente. A aparente alegria de Figueiredo na Abril parece contaminar os outros personagens políticos que passam pela capa da revista.

Na capa 12, Franco Motoro já aparece sorridente, ao lado de um sério Leonel Brizola que olha para o lado. Apesar de cercados pelo vermelho e alaranjado, a imagem não é pesada, já que o sorriso aberto de Montoro com o branco no título e na chamada fazem com que a capa seja alegre, e as cores quentes funcionem não como um sinal de perigo, mas de forma aconchegante. Tancredo Neves também sorri na capa 14, enquanto acena para o leitor. Também enquadrado por *Veja*, o presidente é diminuído frente à reportagem da revista, que se coloca superior por explicar como aquele homem chegou ao poder. A capa prata faz uso de uma cor que é comumente associada à novidade (tecnologia) e dinheiro (moeda), mas também possui um significado simbolicamente ligado à sabedoria, dignidade, autocontrole. Associado ao azul, o prata compõe uma capa austera e positiva, como se estivesse "concentrada", atenta para aquele homem que acena alegre. Ao mesmo tempo, diz de um momento em que o país recuperou sua dignidade e autocontrole, abandonando o regime político militar.

A capa 14 se aproxima graficamente da capa 18. Com a chamada República em vermelho, a capa também traz um presidente - o primeiro do Brasil – enquadrado pelo prata. A revista se coloca novamente acima do acontecimento, uma vez que a proposta daquela edição é exatamente mostrar como a revista de hoje noticiaria a proclamação da República. A imagem de Deodoro da Fonseca no centro da capa é uma imagem imponente e alegre, o que se percebe pela reação das pessoas ao fundo. O vermelho chama a atenção para o acontecido, ao mesmo tempo "gritando" que a República foi proclamada e também que aquela é uma edição especial, diferente daquilo que a *Veja* faz normalmente. O prata mais uma vez compõe o cenário trazendo austeridade e autocontrole: um momento em que o país saiu do domínio português e passou a tomar suas próprias decisões políticas. O simbolismo desta capa é ainda maior considerando a data de sua publicação: em 15 de novembro de 1989 - data de cem anos da proclamação da República - foram realizadas as primeiras eleições diretas para presidente no Brasil desde o golpe militar de 1964. A capa traz então, misturado à sua fictícia cobertura histórica, uma celebração da mudança, do momento em que país novamente rompeu com uma forma de governo e voltou a assumir o controle. Deodoro da Fonseca deixa então de representar um governante em um momento específico, e passa a simbolizar toda a alegria de um país "recém-liberto" naquele ano de 1989.

Os sorrisos continuam na capa 19, com o os rostos de Fleury e Quércia celebrado a vitória eleitoral em São Paulo e até mesmo com o falecido Celso Daniel na capa 26. Apesar do eleito na eleição de 1989 ser Fleury, Quércia é quem possui destaque na capa: além de se encontrar no lado direito da imagem (primeiro foco do nosso olhar), seu rosto está virado para o leitor, diferente de Fleury, que se encontra de perfil. É como se Quércia fosse uma sombra do político eleito. "Sombras" aparecem também na capa 26. Ou não seria melhor dizer "fantasmas"? Na lápide Celso Daniel, surgem figuras levemente apagadas de políticos do PT, como se a revista colocasse ali uma lista de suspeitos de seu assassinato. José Dirceu com a mão na boca, como se estivesse bocejando, parece arrogante, alguém que não se preocupa com as leis, estão acima delas. O restante dos políticos possuem expressões de preocupação, como se fossem culpados de algo, ou conhecessem os culpados. A capa desta forma contrabalanceia a alegria de Daniel com o rosto tenso de seus colegas.

As capas pós 1980 que trazem políticos sem expressão alegre são as de 1983, 1992 e 1993 (13, 22 e 23), com exceção da capa 13, as outras duas são de quando o Brasil passava por um crítico momento político, com uma série de denunciais de corrupção. A capa 22 trata do impeachment de Fernando Collor, um processo com o qual a revista esteve intimamente ligada, através de uma série de denúncias que tiveram início com a entrevista de Pedro Collor (20) e atingiram o ápice com o escândalo dos jardins da Casa da Dinda (21). Collor aparece cabisbaixo, com seu rosto ocupando toda a capa que usa do vermelho no título e na chamada para atrair a atenção do leitor. O vermelho também está na chamada da capa 23, que aproveita a cor da camisa de José Carlos Alves e o título para enquadrar o rosto do homem, chamando nosso olhar instantaneamente para seu rosto desolado. A chamada em amarelo conduz o percurso dos nossos olhos, que vão abaixando em direção às mãos algemadas. As torres do Congresso Nacional, ao fundo, aparecem como silhuetas, contra um céu escurecendo. O Congresso é assim colocado como um lugar misterioso, de sombras, onde coisas escusas acontecem. *Veja* se coloca como a instituição capaz de clarear os acontecimentos escusos, trazendo-os para a luz, representados por João Carlos, cercado por cores quentes. Há duas linhas que auxiliam na direção do olhar formadas pelas torres do Congresso que partem do título VEJA, e são continuadas pelos braços para culminar nas algemas: *Veja* passa pelas sombras da política e traz os segredos para a luz, resultando na punição dos corruptos.

A capa de Collor é mais sóbria, mas não menos simbólica. O vermelho no logotipo VEJA (importante perceber que as três capas que tratam dos escândalos do presidente – 20, 21 e 22 – trazem o VEJA em vermelho) também forma um quadro com a chamada que faz o olhar buscar seu centro, o rosto do presidente. O terno, a camisa, a gravata e o slash Edição Extra são preto e branco, cores que criam uma dualidade simbólica de morte e vida, sombra e luz, mas também pode referir aos tradicionais uniforme listrados de presidiários.

A capa 13 apresenta Leonel Brizola e Agnaldo Timóteo em uma discussão. Foram escolhidas fotografias em que os dois aparecem com o dedo em riste, um colocado em frente ao outro. A capa adota uma estrutura de cartoon, recortando as fotografias como balão de histórias em quadrinhos e colocando no fundo vários sinais utilizados nos quadrinhos para significar palavrões. Além disso, estão escritas a mão (mais uma vez a referência aos quadrinhos) palavras e frases como "hipócrita", "safado", "negro boca suja". O vermelho no título e na chamada chama a atenção ao mesmo tempo em que remete também à violência. É irônico que em uma capa com tantos xingamentos escritos, o slash na parte superior esquerda chame a atenção para o "romance do ano", no caso, o livro *O Nome da Rosa*, de Umberto Eco. A palavra "romance" possui duplo significado: além do literário, diz também de um relacionamento amoroso. Os dois significados são curiosos com relação à capa. As frases e palavras soltas na capa estão longe de ser um romance literário, enquanto o relacionamento entre Brizola e Timóteo está muito distante de um romance amoroso.

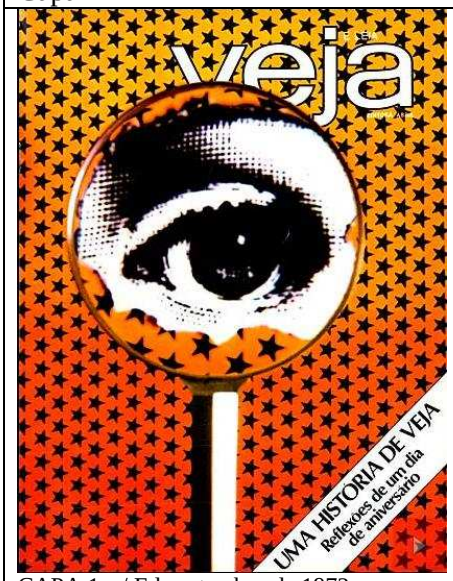
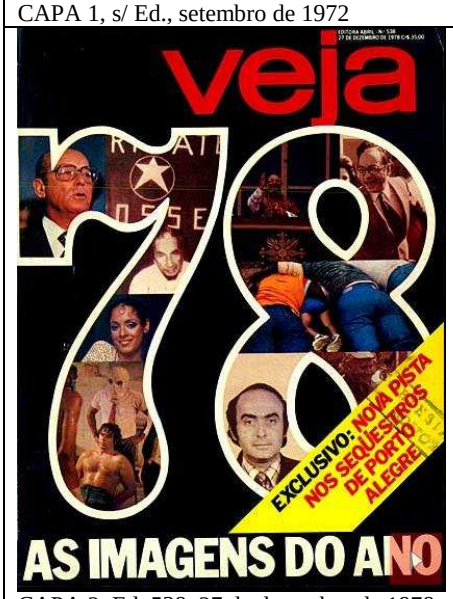
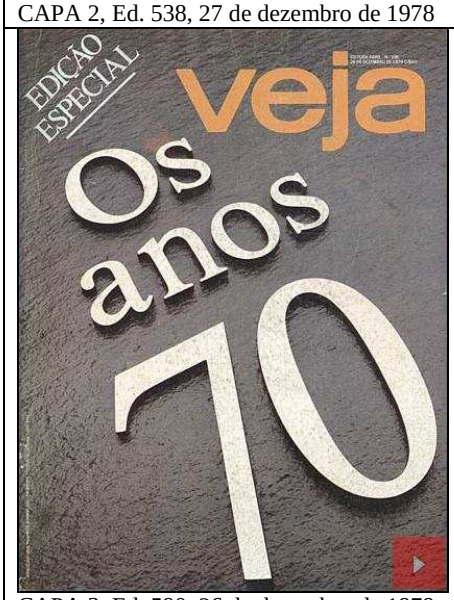
Em capas políticas, a direção do olhar ganha atenção especial, uma vez que o político é uma figura pública normalmente criticada, acusado de falsidade e de enganar seu eleitor. O "olho no olho" é culturalmente compreendido como prova da verdade, da sinceridade de quem fala. Dez políticos encaram diretamente o leitor (7,11,12,14,15,17,20,23,25,26) nestas 26 capas aqui analisadas. De todos estes, um único político não é celebrado pela revista de forma positiva: José Carlos na capa 23. Apesar de ser um homem preso, acusado de corrupção, seu olhar para o leitor continua ligado à verdade. Afinal, ele foi preso porque confessou seus crimes, e ainda denunciou os colegas. No restante das capas, os políticos aparecem diretamente ligados à sinceridade, alguém em que se pode confiar.

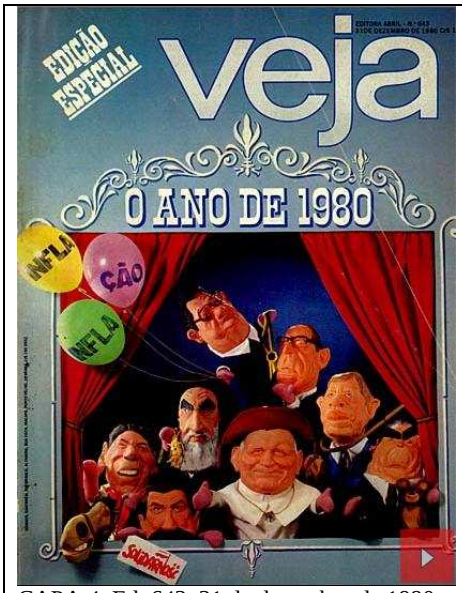
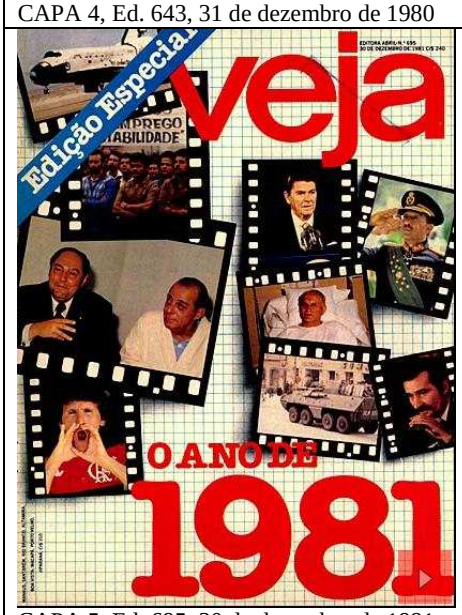
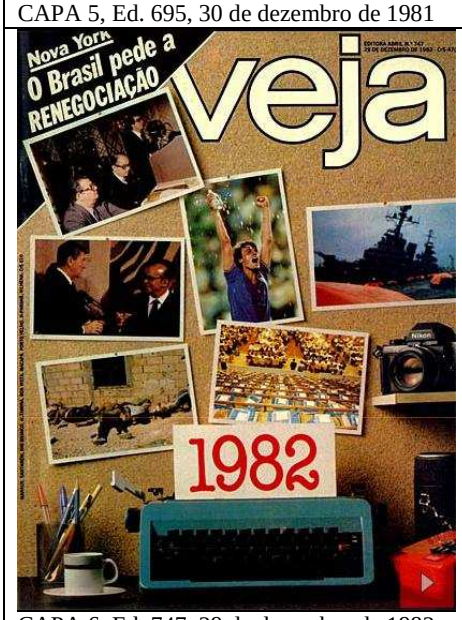
Esta questão do olhar acaba por revelar uma oposição olhar/não olhar que pode ser generalizada com verdade/mentira, ou exposto/oculto. Todas as capas políticas apresentam diferentes oposições simbólicas no plano da expressão que representam uma

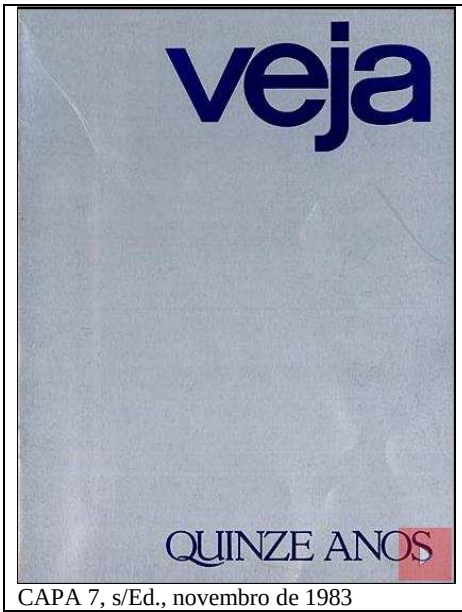
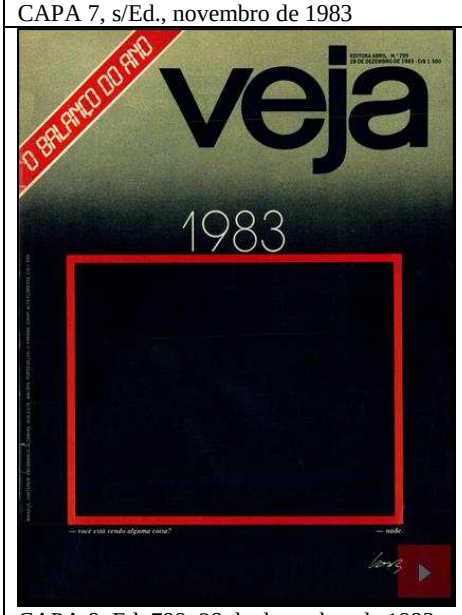
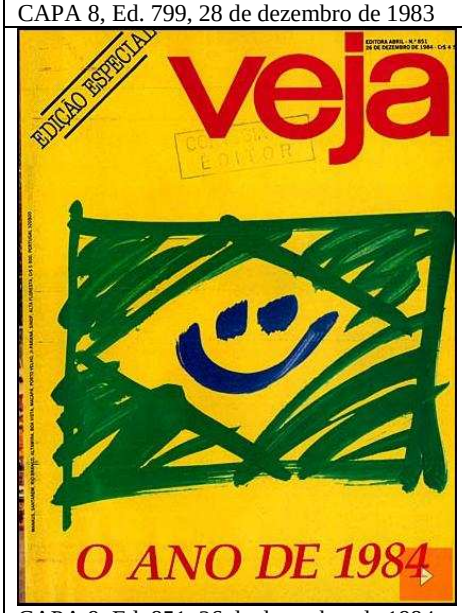
oposição exposto x oculto no plano do conteúdo. É o mistério de se saber o que se passa na mente daquelas pessoas, aqueles homens que controlam o país. E neste caso, a confiança parece ser diretamente ligada com a possibilidade de saber as intenções dos políticos, que apresentam tudo às claras, sem precisar esconder nada. Levando em conta o período militar, o oculto possui uma conotação ainda mais negativa, as manobras políticas e policiais que aconteciam escondidas dos olhos do povo.

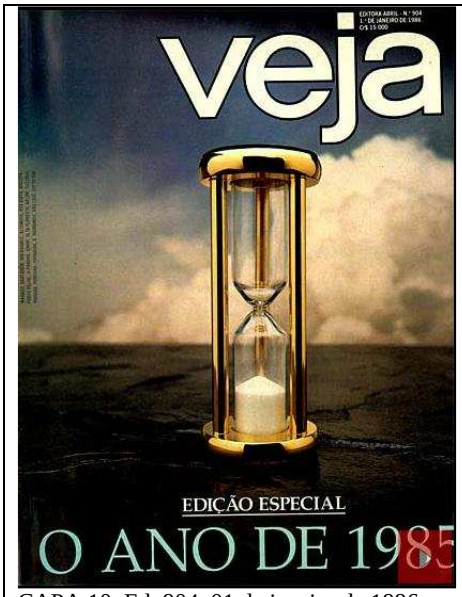
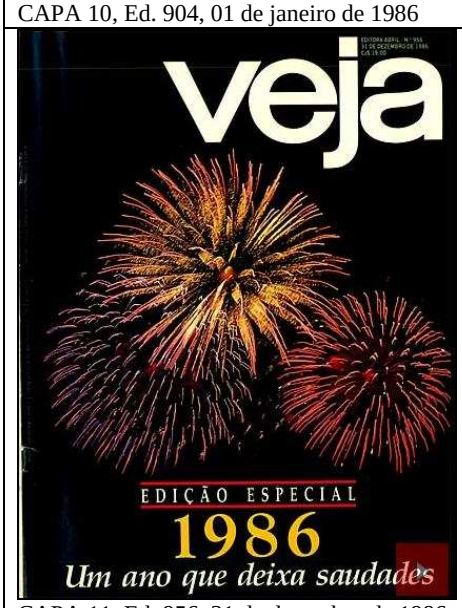
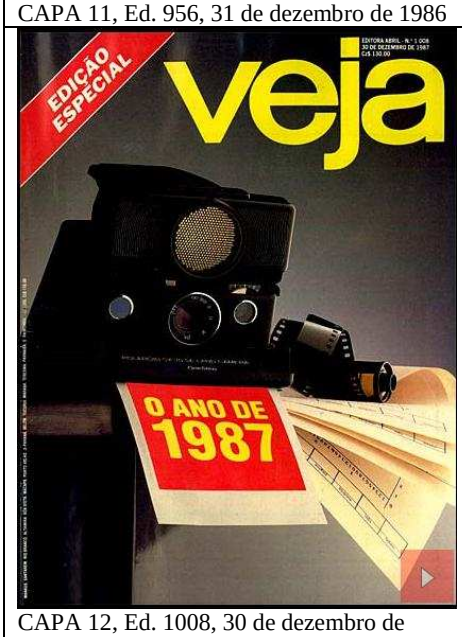
Um único político possui sua representação transformada de oculto para exposto: João Figueiredo, que primeiro aparece de perfil para em seguida encarar o leitor (não por acaso, quando visita a Editora Abril). As capas que não tratam de uma pessoa específica são as que melhor representam o que se encontra escondido: torturas, eleições, os jardins da Dinda e o MST são mostrados pela revista como acontecimentos aos quais as pessoas não tem acesso, que escondem manobras escusas e pessoas que não podem mostrar seus atos publicamente, pois são provavelmente ilegais. Nas outras capas, este oculto na representação dos políticos é mostrado de forma mais sutil, pelo olhar que foge do leitor. Na oposição oculto x exposto, o oculto vence, mostrando uma representação geral da Política pela revista como algo que não se faz às claras, cercado por manobras misteriosas (nas sombras) que cabe à *Veja* desvendá-las para expor a verdade. A Política para a revista, desta forma, é uma atividade masculina e feita às escuras, longe dos olhos da população, separada do restante do país.

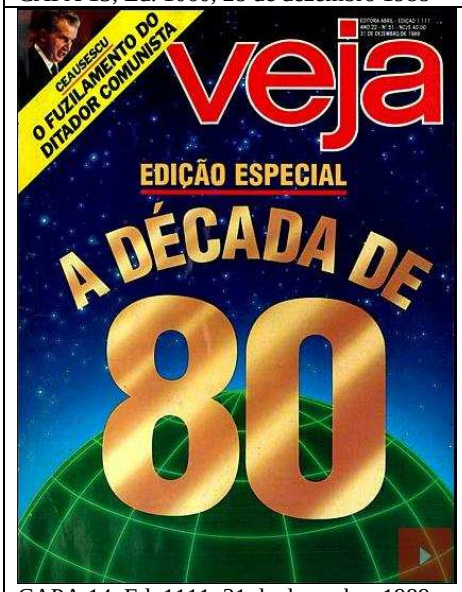
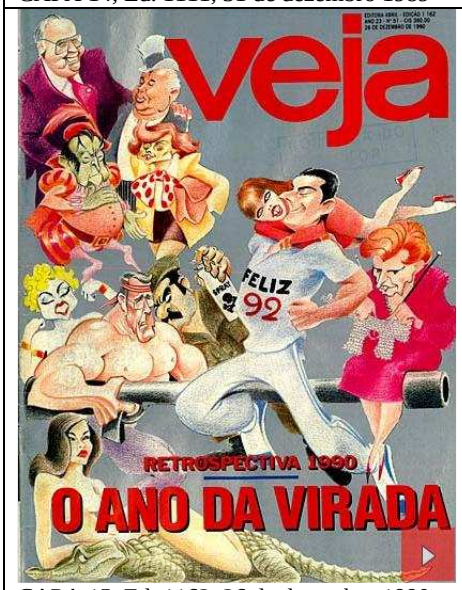
6.12. Retrospectiva

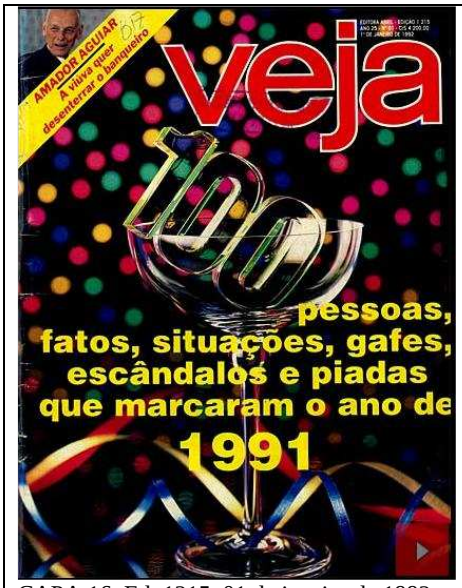
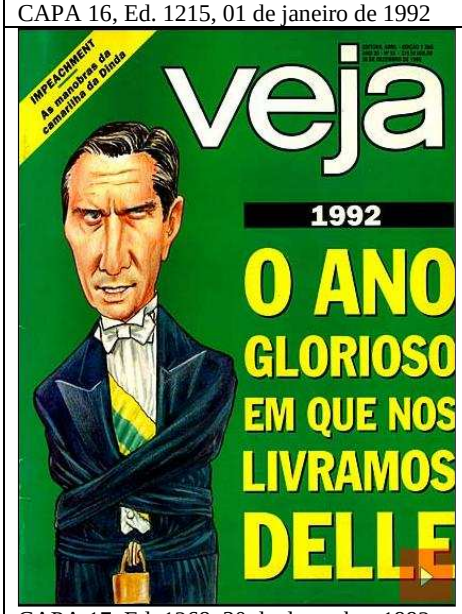
Capa	O acontecimento	Representação gráfica
 CAPA 1, s/ Ed., setembro de 1972	O aniversário de quatro anos da revista Veja. “VEJA deixa a objetividade para as máquinas bem azeitadas e melhor programadas, irremediavelmente e humildemente certa de que o jornalista, um homem comum, exprime a si mesmo até na hora menor de colocar a mais recatada das vírgulas. Honesta sim, isto é, decidida, por natureza e formação, a contar os fatos como os viu” (p. 03).	Desenho Sobre um fundo estrelado destaca-se uma lupa com um olho em uma abertura, como se espiasse através de um rasgão na textura que cobre toda a capa Cores Alaranjado, preto e branco Chamada UMA HISTÓRIA DE VEJA Reflexões de um dia de aniversário
 CAPA 2, Ed. 538, 27 de dezembro de 1978	O final do ano de 1978. “Vislumbrou-se, afinal, a tão desejada ‘luz no fim do túnel’. Tardia, por certo, e ainda difusa, seus contornos resultam identificáveis à observação de alguns relances. Houve greves e negociações diretas entre empregados e patrões. Os torturados, os banidos, os perseguidos políticos que bateram às portas da Justiça ouviram alguma resposta. Os últimos tumores de censura à imprensa foram lancetados” (p. 28).	Patchwork O número 78 formado por fotografias diversas sobre um fundo preto: general Figueiredo, Aldo Moro, Sônia Braga, papa João Paulo I, Paulo Maluf suicidas na Guiana, Herzog Cores Preto, vermelho, branco e amarelo Chamada 78 AS IMAGENS DO ANO
 CAPA 3, Ed. 590, 26 de dezembro de 1979	O final do ano de 1979 e da década de 1970. “O fim da década faz também pensar sobre o futuro e sobre que tipo de vida estaremos vivendo nos anos 80. Não é o caso de se desesperar, mas também parece não haver muitas razões para otimismo – os anos pela frente prometem ser difíceis e amargos, e serão necessárias muita força e serenidade para fazer a travessia até 1989” (p. 09)	Foto Palavras e números de metal formando a chamada sobre uma superfície que parece ser ferro Cores Cinza, branco e alaranjado claro Chamada EDIÇÃO ESPECIAL Os anos 70

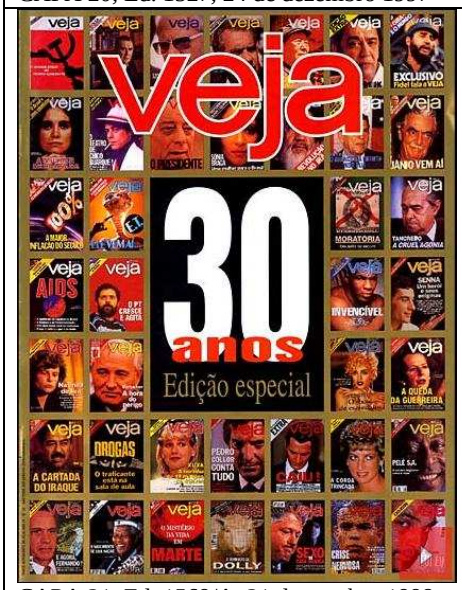
 CAPA 4, Ed. 643, 31 de dezembro de 1980	O final do ano de 1980. “Colocado o ponto final no balanço do ano, verifica-se que 1980 correu quase sempre dentro da turbulência. A economia, numa arrancada que os problemas não conseguiram conter, cresceu à taxa de 8,5%, uma das maiores do mundo – em compensação, o país viveu a mais desvairada inflação de sua história, rompendo a barreira dos três dígitos para superar os 110%” (p. 19).	Foto Bonecos de Delfim Netto (com balões formando a palavra “inflação”), Figueiredo, Jimmy Carter, Brejnev (com ursinho) João Paulo II (chapéu), Lech Walesa, Reagan (com cavalo) e Khomeini em um palco de fantoche cercado por cortinas. Cores Azul, branco, vermelho Chamada O ANO DE 1980
 CAPA 5, Ed. 695, 30 de dezembro de 1981	O fim do ano 1981. “Numa inédita sucessão de atentados, foram feridos o presidente Ronald Reagan e o papa João Paulo II, e assassinado o presidente Anuar Sadat. No Brasil, o presidente João Figueiredo sofreu um enfarte, deixou a nação em suspense e teve de afastar-se temporariamente do governo – dando ao vice-presidente Aureliano Chaves a primazia de ser o primeiro civil a exercer a Presidência da República desde 1964” (p. 19)	Patchwork Página como fundo para fotogramas com um ônibus espacial, grevistas, Aureliano Chaves com o general Figueiredo de roupão, Zico, Reagan, Anuar Sadat, João Paulo II convalescente, tanque de guerra, Lech Walesa. Cores Vermelho, preto, branco e azul Chamada O ANO DE 1981
 CAPA 6, Ed. 747, 29 de dezembro de 1982	O final do ano de 1982. “Fiéis a uma tradição inaugurada em 1978, os editores de VEJA são convocados, entre novembro e dezembro, para um mergulho no passado recente, destinado a trazer à superfície o que ocorreu de relevante no ano que passou. Selecionam-se os fatos mais importantes na torrente de notícias que se avolumam ao longo de doze meses e garimpam-se as imagens que, entre uma montanha de fotografias, mais fortemente se fixaram nas retinas dos leitores (p. 19)	Patchwork Cortiça com fotos espalhadas: homens de terno, Figueiredo com Reagan, urnas, navio, corpos no chão, Tardelli com a camisa da Itália. Abaixo, uma máquina de escrever, canetas, xícara, máquina fotográfica. Cores Branco, bege, preto, vermelho e azul Chamada 1982

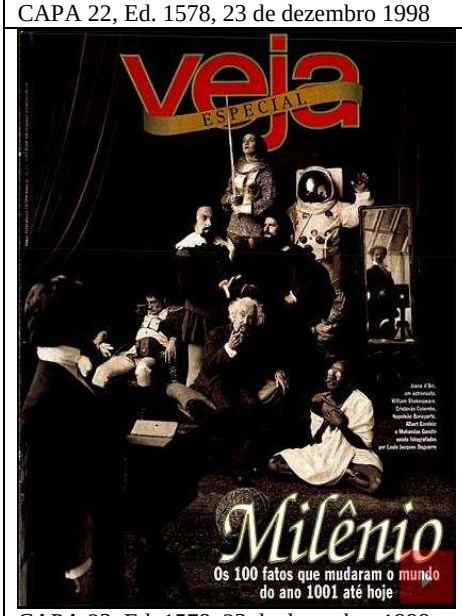
 CAPA 7, s/Ed., novembro de 1983	Aniversário de 15 anos de Veja. “Ao ser lançada em setembro de 1968, quinze anos atrás, Veja assumiu um compromisso com o público, com o país e consigo própria: trazer em suas páginas, a cada semana, um retrato fiel do mundo à sua volta, através de informação ampla e análise criteriosa. Não foram poupados recursos, nem esforços, nem trabalho na procura desta meta. Hoje, sentimo-nos recompensados em ver que ela foi plenamente atingida” (p. 02).	Texto Fundo cinza Cores Cinza e azul Chamada QUINZE ANOS
 CAPA 8, Ed. 799, 28 de dezembro de 1983	O final do ano de 1983. “Para milhões de brasileiros, 1983 já vai tarde – em nenhum outro ano o Brasil conviveu com tantas dificuldades no campo da economia, nem amargou tão agudos reflexos da crise na área social. Quebrado, arrastando penosamente uma dívida externa de 95 bilhões de dólares, o país contemplou, aflito, cenários típicos de regiões conflagradas. Procissões de desempregados vagaram pelas grandes cidades à caça de empregos inexistentes” (p. 54).	Desenho Um quadrado preto. Abaixo, duas frases: - Você está vendo alguma coisa? - Nada Cores Preto, vermelho, musgo, branco Chamada O BALANÇO DO ANO 1983
 CAPA 9, Ed. 851, 26 de dezembro de 1984	O fim do ano 1984. “De um lado, 1984 marcou o início da recuperação econômica, interrompendo um processo recessivo que vinha se agravando ano após ano. É evidente que problemas cruciais permanecem e que ainda levará um bom tempo para o país em que estava ao iniciar-se a crise. De outro lado, 1984 testemunhou a mais importante mudança política vivida pelo país nos últimos vinte anos, com a despedida do regime aberto em 1964” (p. 35).	Desenho A bandeira do Brasil desenhada com traços grossos e descuidados e com o globo substituído por dois olhos e um sorriso Cores Verde, amarelo, azul e vermelho Chamada O ANO DE 1984

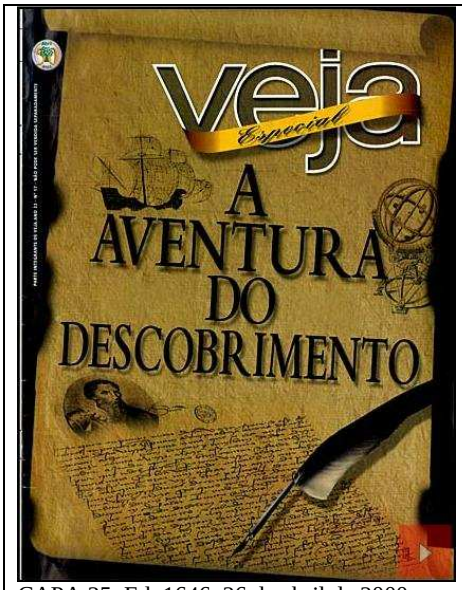
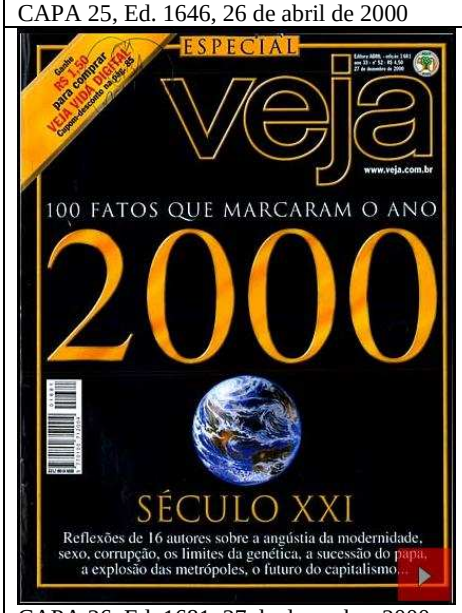
 CAPA 10, Ed. 904, 01 de janeiro de 1986	O final do ano de 1985. “1985 vai-se embora como um ano maroto, no qual não aconteceram as coisas boas que se esperavam, como o governo Tancredo Neves, mas também deixaram de acontecer as desgraças que se temiam, como uma situação política instável e a entrada do país num período de crises. Quando se olha para esse ano acabado fica-se com a sensação de que se vê a partida de um sujeito de temperamento complicado, porém simpático” (p. 35)	<u>Foto modificada</u> Uma ampulheta dourada com pó apenas na metade inferior colocado sobre um chão rachado e com um céu com nuvens ao fundo <u>Cores</u> Branco, preto, azul, dourado/amarelo <u>Chamada</u> EDIÇÃO ESPECIAL O ANO DE 1985
 CAPA 11, Ed. 956, 31 de dezembro de 1986	O fim do ano 1986. “Impulsionadas pelo Plano Cruzado, todas as formas de produção cultural foram consumidas maciçamente ao longo do ano. No mercado literário, a qualidade dos títulos lançados honrou a quantidade de livros vendidos. Houve uma fartura semelhante de ótimos shows em 1986” (p. 35).	<u>Foto</u> Fogos de artifício explodindo contra um fundo escuro <u>Cores</u> Preto, branco, vermelho, roxo, amarelo, alaranjado <u>Chamada</u> EDIÇÃO ESPECIAL 1986 Um ano que deixa saudades
 CAPA 12, Ed. 1008, 30 de dezembro de 1987	O final do ano de 1987. “Cada ano que passa produz sua própria memória, e 1987 será conhecido como aquele em que o Brasil não resolveu nenhum problema – todas as questões deixadas por 1986 foram transferidas para 1988. Quando 1987 teve início, o país enfrentava o colapso do Cruzado e a crise da economia – o ano se encerra com os preços em alta e o crescimento em baixa” (p. 53).	<u>Foto</u> Uma máquina fotográfica sobre uma mesa com um filme enrolado ao lado e papéis embaixo <u>Cores</u> Preto, cinza, amarelo, vermelho, branco <u>Chamada</u> O ANO DE 1987

 CAPA 13, Ed. 1060, 28 de dezembro 1988	O fim do ano de 1988. "O Estado brasileiro deu nos últimos dez anos todos os sinais possíveis de sua falência. A megalomania de um regime liberticida acumulou a maior dívida externa do mundo, que desembocou na recessão, no calote e na estagnação. A insensatez de um governo civil alimentou a tentativa de fazer funcionar dentro de um regime de liberdade uma máquina estatal montada no pressuposto de que ela não poderia existir. O que seria um programa de feijão-com-arroz arrisca a transformar-se numa feijoada de inflação a 1000%. Impondo-se a reforma do Estado, consegue-se abrir caminho para um período de bom governo, preservando aquilo que há hoje no Brasil de muito maior que a crise: a liberdade" (p. 43).	Desenho Um ciclone saindo das nuvens Cores Verde, amarelo, branco e azul Chamada EDIÇÃO ESPECIAL O ANO DE 1988
 CAPA 14, Ed. 1111, 31 de dezembro 1989	O final do ano de 1989 e da década de 1980. "Nos anos 80, as mudanças de mentalidade, organização política de países, com o débâcle do comunismo em destaque, e de estilo de vida foram radicais, espantosas. Analisando essas modificações, a revista pretendeu oferecer dados para a reflexão do leitor. Reflexão acerca do passado imediato que estará na raiz do futuro, da década em que entramos nesta semana – a última do século XX e do milênio" (p. 45).	Desenho Um globo verde sobre um céu escuro estrelado Cores Azul, branco, verde, dourado, amarelo, vermelho, preto Chamada EDIÇÃO ESPECIAL A DÉCADA DE 80
 CAPA 15, Ed. 1162, 26 de dezembro 1990	O final do ano de 1990. "Se 1989 foi o ano do fim, 1990 marcou o início de uma nova era. Depois de tantos casos terminais, os doze tormentosos meses de 1990 foram o ano do começo. O comunismo mal foi enterrado e teve início um processo de reconstrução misturado com crises e desagregação. O Brasil velho e cansado, encarnado pelos jaquetões de José Sarney, abriu caminho ao Brasil novo, de roupas bem talhadas e exibições atléticas de Fernando Collor" (p. 47).	Desenho Helmut Kohl, Gorbachev, Zélia Cardoso, Fernando e Rosane Collor, Madonna, Bush com uma arma, Saddan Hussein, Margaret Tatcher tricotando, Cristiana Oliveira nua deitada sobre um jacaré Cores Vermelho e cinza Chamada RETROSPECTIVA 1990 O ANO DA VIRADA

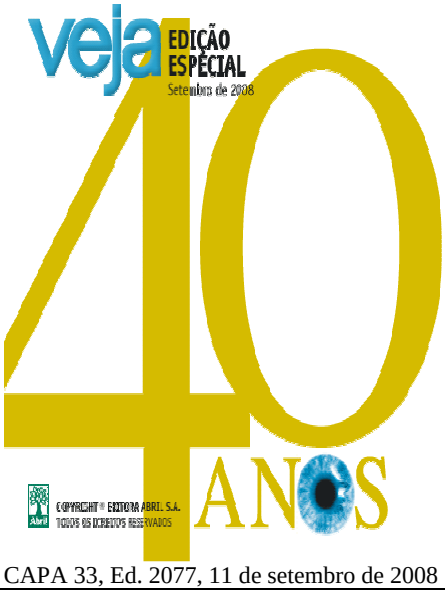
 CAPA 16, Ed. 1215, 01 de janeiro de 1992	O final do ano de 1991. “No mundo, 1991 foi agitado. Houve guerra no Golfo e uma das maiores reviravoltas do século, o fim da União Soviética. No Brasil também houve novidades, a começar pela mudança de um país que durante décadas recusou-se a falar a linguagem da economia internacional. Mas foi, sobretudo, o ano da recessão, da corrupção e da exibição – 365 dias de maior aperto na História, de uma torrente de travessuras sentimentais da ex-ministra Zélia (p. 05).	<u>Foto</u> Um cálice com o número 100 transparente em seu interior. Abaixo fitas e ao fundo pontos de luz em cores diferentes <u>Cores</u> Vermelho, amarelo, preto, rosa, verde, azul <u>Chamada</u> 100 pessoas, fatos, situações, gafes, escândalos e piadas que marcaram o ano de 1991
 CAPA 17, Ed. 1268, 30 de dezembro 1992	O fim do ano de 1992. “1992 é um desses anos que entraram para a História antes mesmo de terminar. Comprovou-se que o próprio presidente da República chefiava uma quadrilha que recebia propinas, fazia negociatas e empregava uma rede de contas fantasmas para receber dinheiro. Foi um ano trágico, mas também um ano histórico, no qual o povo tomou as ruas para, com alegria e bom humor, tirar do cargo um presidente que não deixou nada de bom” (p. 04).	<u>Desenho</u> Uma charge do presidente Collor com a faixa presidencial, preso em seu próprio fraque transformado em camisa de força <u>Cores</u> Verde, amarelo, branco, preto e azul <u>Chamada</u> 1992 O ANO GLORIOSO EM QUE NOS LIVRAMOS DELLE
 CAPA 18, Ed. 1372, 28 de dezembro 1994	O fim do ano de 1994. “O presidente eleito ganhou exatamente o que queria em 1994: um Brasil. E dos melhores: tetra no bolso, dinheiro na mão, 1,8% de inflação em dezembro, crescimento do PIB projetado em 4,5%, otimismo nacional generalizado” (p. 101)	<u>Foto modificada com patchwork</u> Rostos de diferentes pessoas cobertos por um filtro amarelo/dourado que é “manchado” formando metade de um *smile* (carinha amarela com sorriso) <u>Cores</u> Amarelo/dourado, azul e branco <u>Chamada</u> ÊTA ANO BOM

 CAPA 19, Ed. 1476, 25 de dezembro 1996	O final do ano de 1996. “Uma retrospectiva com as melhores frases e cartuns de 1996. É uma edição em tudo diferente das habituais de VEJA, que tem por objetivo oferecer um leque de leitura agradável e variada para o leitor aproveitar o tempo livre dos feriados” (p. 09).	<u>Desenho</u> Charge com o presidente Fernando Henrique Cardoso vestido de Papai Noel carregando um saco no formato do mapa do Brasil <u>Cores</u> Branco, vermelho, verde, dourado <u>Chamada</u> ESPECIAL EDIÇÃO DUPLA As melhores frases e charges de 1996 E mais...
 CAPA 20, Ed. 1527, 24 de dezembro 1997	O final do ano de 1997. “Marta, Carla, Débora, Madeleine, Vera, Marluce, Thereza, Diana, Diana, Diana. Como as mulheres falaram e foram faladas em 1997, um ano em que o mundo tremeu com os tombos do capitalismo especulativo e os leigos estremeceram com os saltos da ciência” (p. 98).	<u>Foto tratada</u> O rosto de Diana preto e branco em fundo branco <u>Cores</u> Branco, preto, vermelho e azul. Verde e amarelo na chamada superior esquerda <u>Chamada</u> AS MULHERES DO ANO
 CAPA 21, Ed. 1569/A, 21 de outubro 1998	Os 30 anos de Veja. “O que se está publicando é apenas o suficiente para contar o que as reportagens continham de mais significativo. Esse grau de concentração só pôde ser obtido a partir da colagem de diversos pequenos trechos do texto original. O resultado é um conjunto de leitura dinâmica e agradável, que não apenas narra histórias importantes. O material mostra também a interpretação e as conclusões que VEJA tirou a partir delas” (p. 07).	<u>Patchwork</u> Diferentes capas de Veja miniaturizadas e organizadas <u>Cores</u> Vermelho, preto, branco e dourado <u>Chamada</u> 30 anos Edição especial

 CAPA 22, Ed. 1578, 23 de dezembro 1998	O final do ano de 1998. “Sexo, sustos e segundo mandato: que ano! Bill Clinton fez e disse que não fez, os americanos discutiram o que é isso, o mundo pendurou-se na beira do abismo e o Brasil quase caiu lá” (p. 12).	<u>Patchwork</u> O número 1998 colocado sobre imagens escurecidas de diferentes rostos de personalidades <u>Cores</u> Preto, vermelho, branco, cinza, amarelo e verde <u>Chamada</u> 1998 Os brasileiros que fizeram o ano
 CAPA 23, Ed. 1578, 23 de dezembro 1998	O milênio que estava chegando ao fim. “O americano Gregory Heisler, que assina a surpreendente foto da capa, colocou lado a lado as figuras de Napoleão, Shakespeare, Gandhi, Colombo, Joana D’Arc, Einstein e um astronauta. Sua foto resume as virtudes da presente edição: entretenimento e erudição se fundem para contar a História do milênio que se encerra” (p. 11).	<u>Foto posada</u> Napoleão, Shakespeare, Gandhi, Colombo, Joana D’Arc, Einstein e um astronauta posam para um fotógrafo refletido em um espelho como no quadro As Meninas, de Velázquez. <u>Cores</u> Preto, branco, vermelho, dourado <u>Chamada</u> Milênio Os 100 fatos que mudaram o mundo de 1001 até hoje
 CAPA 24, Ed. 1629, 22 de dezembro 1999	O final do ano de 1999, da década de 1990 e do século XX. “Para preparar a retrospectiva do século 20, o editor executivo Eduardo Oinegue trabalhou por dois meses à frente de um grupo de 15 jornalistas. Essa equipe fez um levantamento gigantesco dos principais fatos que moldaram esse período fantástico e ao mesmo tempo terrível da História humana, seus grandes personagens, as conquistas científicas e as idéias que mais influência exerceram no mundo” (p. 09).	<u>Patchwork</u> Diferentes imagens em formato 3x 4 compõem a borda que emoldura a chamada <u>Cores</u> Dourado, bege, preto, vermelho, amarelo <u>Chamada</u> SÉCULO 20 Da baioneta à bomba atômica Da carroça ao ônibus espacial Do código Morse à internet Da guerra por fronteiras à globalização Do holocausto à liberdade

 CAPA 25, Ed. 1646, 26 de abril de 2000	Os 500 anos do descobrimento do Brasil. “Para ler este especial é preciso entrar no túnel do tempo. Primeiro, imagine-se em Lisboa cinco séculos atrás. O dia é 1º de julho de 1501. A esquadra de Pedro Álvares Cabral acaba de retornar de sua viagem às Índias. E entre os relatos extraordinários que ele e seus navegantes trazem da expedição está uma descoberta feita mais de um ano antes. No dia 22 de abril de 1500 eles avistaram terras novas” (p. 09).	Desenho Papel com textura de pergaminho onde aparece trecho da carta de Pero Vaz Caminha e desenhos de navio, globo terrestre e retrato de Cabral Cores Bege, dourado, preto, marrom Chamada A AVENTURA DO DESCOBRIMENTO
 CAPA 26, Ed. 1681, 27 de dezembro 2000	O final do ano 2000. “A intenção de VEJA é voltar aos acontecimentos que estiveram em suas páginas durante o ano que passou, levando em conta, porém, que os movimentos mais significativos da vida humana não podem ser contidos nas barreiras convencionais que usamos para medir o tempo. Muitos atravessam décadas, outros furam séculos inteiros ou até milênios. Para a marcha da História, os limites do calendário nunca foram um constrangimento” (p. 09).	Desenho O planeta Terra diminuto em relação ao letreiro em um grande fundo preto Cores Preto, dourado, branco e azul Chamada 100 fatos que marcaram o ano 2000 SÉCULO XXI Reflexões de 16 autores sobre a chegada da modernidade, sexo, corrupção, os limites da genética, a sucessão do papa, a explosão das metrópoles, o futuro do capitalismo
 CAPA 27, Ed. 1834, 24 de dezembro 2003	O final do ano 2003. “2003 termina deixando, no entanto, uma sensação positiva: a de que, para a economia do país, o pior já passou – e, por conseqüência, 2004 poderá ser o ano do verdadeiro início do governo de Luiz Inácio Lula da Silva. No primeiro ano, Lula teve de lutar para reequilibrar a economia nacional e conquistar totalmente a confiança dos brasileiros em sua capacidade de cumprir as promessas do fim da campanha eleitoral” (p. 11).	Foto posada Rosto de modelo representando Jesus Cristo olhando para cima Cores Alaranjado, preto, amarelo, branco e azul Chamada RETROSPECTIVA 2003 FÉ Há 2003 anos Jesus a reinventou e com isso mudou a história da humanidade POR QUE E COMO ACREDITAMOS

 CAPA 28, Ed. 1821, setembro de 2003	Aniversário de 35 anos de Veja. "Para marcar seus 35 anos de existência, VEJA buscou em seus arquivos uma seleção de entrevistas altamente significativas. É com orgulho que, pela primeira vez, VEJA compartilha com seus leitores preciosidades de um acervo acumulado em mais de três décadas de jornalismo. De um universo de pouco mais de 1800 entrevistas, foram selecionadas 35" (p. 10).	<u>Patchwork com foto tratada</u> 1823 capas minúsculas de Veja (do primeiro número às mais recentes) formam um olho aberto, fazendo fundo para a idade da revista <u>Cores</u> Azul, branco, alaranjado, vermelho e preto <u>Chamada</u> 35 anos Três décadas e meia de história do Brasil e do mundo contada a Veja por quem a fez
 CAPA 29, Ed. 1885, 22 de dezembro 2004	O final do ano 2004. "O Brasil na rota. O mundo sob os EUA. A economia rugiu forte. A nobreza dos ginastas. Os frutos da ciência" (p. 77).	<u>Patch work</u> O número 2004 é vazado por imagens: Daiane dos Santos, Palocci, Yasser Arafat, Lula, a nave Spaceship, George W. Bush, Ronaldo, Daniela Cicareli e Saddan Hussein. <u>Cores</u> Azul, dourado, preto e branco <u>Chamada</u> RETROSPECTIVA 2004 FATOS E PERSONALIDADES QUE FIZERAM O ANO COMO SALVAR O PLANETA
 CAPA 30, Ed. 1937, 28 de dezembro 2005	O final do ano de 2005. "Ao longo deste ano VEJA – mais uma vez - liderou a cobertura da imprensa sobre a corrupção no governo. Isso resultou no descobrimento de um gigantesco esquema de desvio do dinheiro público na órbita do governo federal. Três CPIs foram instaladas para apurar as denúncias, e ainda estão em andamento inquéritos na Polícia Federal e na Procuradoria Geral da República" (p. 09).	<u>Patchwork com desenho</u> O número 2005 vazado com diversas imagens (Ronaldinho, Lula, Bush, Saddan, Marcos Valério, Dirceu, Chavez, dentre outros) caindo sobre a estrela do PT quebrada e uma pomba <u>Cores</u> Alaranjado, azul, branco e vermelho <u>Chamada</u> RETROSPECTIVA 2005 O ANO EM QUE A ESTRELA SE PARTIU

 CAPA 31, Ed. 1989, 30 de dezembro 2006	O final do ano 2006. "A edição especial de VEJA que chega às suas mãos é uma combinação de olhares sobre o ano que passou com uma reflexão sobre o futuro próximo. É ao mesmo tempo uma retrospectiva e uma perspectiva" (p. 13).	Foto tratada Despertador formado pela Terra. O presidente Lula vestido com um macacão alaranjado e uma tela de computador Cores Azul, branco, vermelho, preto Chamada RETROSPECTIVA 2006 O ANO DOS "APAGÕES" DEIXA LIÇÕES E NENHUMA SAUDADE PERSPECTIVA 2007 10 LIVROS, IDEIAS, INOVAÇÕES PARA ESTE ANO ALERTA GLOBAL 7 megasoluções para o megaproblema ambiental
 CAPA 32, Ed. 2041, 29 de dezembro 2007	O final do ano de 2007. "Acredito que poucos discordem que da avaliação de que 2007 foi um ano excepcionalmente bom para o Brasil, em especial na frente econômica, em que a manutenção da estabilidade monetária e o acelerado crescimento da prosperidade mundial contribuíram para um ano de recordes. Foram criados mais de 2 milhões de empregos formais e o crédito cresceu mais de 50% em um ano" (p. 07).	Patchwork Um globo translúcido formado por várias imagens (Renan Calheiros, Putin, Cristina Kirchner, incêndio, Dilma, Chavez, enforcamento, David e Victoria Beckham, Wagner Moura, Camila Pitanga, Kaká, entre outros) cai sobre o número 2007 Cores Azul, preto, amarelo Chamada 2007 RETROSPECTIVA TESTE 100 perguntas para avaliar se você entra em 2008 antenado
 CAPA 33, Ed. 2077, 11 de setembro de 2008	O aniversário de 40 anos de Veja. "Desde a sua primeira edição, em setembro de 1968, VEJA está empenhada em apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor" (p. 14)	Desenho O número 40 ocupa toda a capa em dourado e o "o" da palavra "anos" é formado por um olho azul Cores Azul, branco, dourado, preto Chamada EDIÇÃO ESPECIAL 40 ANOS

As capas aqui recortadas de *Veja* apresentam Retrospectivas do ano, da década, do século e do milênio. Além disso, há também as retrospectivas institucionais, que comemoram os aniversários da própria revista. Portanto, trata-se sempre de capas sobre acontecimentos passados, e as formas de representação do passado variam em cinco tipos. Onze capas apresentam desenhos. Onze capas são feitas a partir de patchwork. Oito capas fazem uso de fotografia em estúdio. Duas capas utilizam uma foto única de arquivo (11 e 20) e uma capa não utiliza imagem, mas apenas uma composição entre cor e texto (7). Esta divisão foi feita seguindo as características principais de cada capa, apesar de muitas apresentarem uma mistura de tipos, como a capa 6, que coloca patchwork sobre uma fotografia em estúdio.

As duas formas mais utilizadas de representação do passado são patchwork e desenho. Ambos fazem uso de imagens icônicas para personificar os acontecimentos. O patchwork é feito a partir de fotografias de arquivo (a maioria fotos jornalísticas, tiradas no momento do acontecimento), enquanto os desenhos tomam maiores liberdades de representação, normalmente abusando de efeitos humorísticos. No patchwork são observadas três formas distintas de apresentação das fotografias: organizadas para formar a capa, sem alguma outra superfície "por baixo", recortadas de maneira a formar o número referente ao ano ao qual pertencem aqueles acontecimentos, ou espalhadas sobre alguma superfície (caderno, cortiça, olho, globo).

No primeiro caso aparecem as capas 18, 21, 22 e 24. A capa 18 possui rostos sorridentes de várias pessoas anônimas, optando por uma representação do ano mais ligado a um estado de espírito (a alegria) do que a acontecimentos e personalidades específicos. Isso é reforçado pelo filtro amarelo que cobre a capa, como se fosse uma pintura que "falha" em determinados trechos, formando a metade do *smiley*, o rosto sorrindo que é símbolo de felicidade (figura 28).

Figura 28: smiley

A capa 22 utiliza uma representação parecida, com um efeito oposto. Desta vez não são rostos de anônimos, mas de pessoas conhecidas. Ao contrário de aparecerem em uma cor quente como o amarelo, estão na cor preta, o que contribui para dar um aspecto extremamente negativo para a capa. A capa 21 possui uma organização tradicional,

simplesmente colocando lado a lado as capas de Veja de forma geométrica. O mesmo acontece na capa 24, onde imagens de personalidades e acontecimentos marcantes do século XX são colocados um ao lado do outro de forma ordenada: descida do homem na lua, queda do muro de Berlim, explosão de uma bomba atômica um dos primeiros carros Ford, Margaret Thatcher, Winston Churchil, Charles Chaplin, Princesa Diana, John Lennon, Carmen Miranda, Pelé, Getúlio Vargas e Santos Dumont, Marilyn Monroe, Michael Jordan, Adolf Hitler, Albert Einstein, Fidel Castro e João Paulo II.

No segundo caso estão as capas 2, 29 e 30. A capa 2 traz, dentro do número 78, o presidente Figueiredo, o ex-primeiro ministro italiano Aldo Moro (seqüestrado e assassinado por terroristas), a atriz Sônia Braga (que fez sucesso na televisão brasileira com a novela *Dancin' Days*), o papa João Paulo I (que faleceu naquele ano), o político Paulo Maluf (eleito governador de São Paulo), alguns corpos atirados no chão (dos 100 mil mortos na Guiana em um ritual de suicídio coletivo, o jornalista brasileiro Vladimir Herzog (a União foi responsabilizada pela sua morte judicialmente: ele havia sido morto em uma prisão política). A capa 29 possui a ginasta Daiane dos Santos, o Ministro da Fazenda Antônio Palocci, o líder palestino Yasser Arafat (que faleceu naquele ano), o presidente Lula, o presidente dos Estados Unidos Goerge W. Bush (reeleito) a Spaceship, nave que permite o vôo suborbital por qualquer passageiro, o jogador Ronaldo e a modelo Daniela Cicarelli (eles se casaram naquele ano) e o ex-presidente do Iraque Saddan Hussein (deposto e preso): todos eles dentro do número 2004. O número 2005 também é preenchido por imagens na capa 30: uma sobrevivente do tsunami asiático, uma iraquiana (que votou em eleições democráticas pela primeira vez no país) o funcionário dos Correios Maurício Marinho recebendo propina, o jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho (eleito o melhor do mundo), o árbitro Edilson Pereira (acusado de participar do esquema de resultados combinados em jogos de futebol, o deputado Roberto Jefferson (que denunciou o "mensalão"), o presidente Lula, uma vítima dos atentados de Londres com o rosto queimado protegido por uma bandagem, o presidente Bush, o presidente Chavez, o político Severino Cavalcanti (acusado de pedir propina a um empresário e que acabou renunciando ao cargo de secretário da Câmara dos Deputados), Delúbio Soares (tesoureiro do "mensalão"), Saddan Hussein (levado a julgamento) os papas João Paulo II (morto) e Bento XVI (eleito), a deputada Eloísa Helena (que abandonou o PT), o ministro José Dirceu e o publicitário Marcos Valério (responsável pelos pagamentos do "mensalão"). Os números em queda vão em direção à estrela caída do PT, o partido da presidência. As sucessivas denúncias de escândalos de

desvio de dinheiro público envolvendo o governo do PT feitas por *Veja* levaram à instalação de três CPIs (Comissões Parlamentares de Inquérito) e a revista busca relembrar isso em sua capa do ano. A pomba branca que voa é um sinal de esperança e também um símbolo para a paz: o acontecimento é a primeira retirada israelense de um território palestino ocupado desde 1967.

No terceiro caso temos as capas 5, 6, 28 e 32. A capa 5 apresenta um ônibus espacial, o vice-presidente Aureliano Chaves ao lado do presidente do Brasil João Figueiredo (que havia sofrido um enfarto) vestindo um roupão, o jogador de futebol Zico (que foi campeão do mundo pelo Flamengo naquele ano), o presidente dos Estados Unidos Ronald Reagan (que tomou posse e sofreu um atentado no mesmo ano), o militar presidente do Egito Anuar Sadat (assassinado), o papa João Paulo II deitado em uma cama, convalescente (também vitima de uma tentativa de assassinato), um tanque de guerra, e o líder rebelde polonês Lech Walesa, fundador do partido Solidariedade. A capa 6 traz alguns ministros brasileiros em Nova York (solicitando renegociação do empréstimo com o FMI), João Figueiredo com Reagan (o presidente brasileiro discursou na ONU), as urnas da eleição de governadores no Brasil, um navio cruzador argentino indo a pique durante a Guerra das Malvinas, alguns corpos do massacre israelense no Líbano, e o italiano jogador de futebol Tardelli, comemorando a conquista da Copa do Mundo pela sua seleção.

A capa 32 possui, no formato de um globo, fotografias de Renan Calheiros, Mônica Veloso, Vladimir Putin, Cristina Kirchner, o incêndio do acidente com avião da TAM no aeroporto de Congonhas, Dilma Rousseff (então ministra da Casa Civil encarregada de fiscalizar as obras do PAC), o presidente da Venezuela Hugo Chavez, o enforcamento de algumas pessoas no Irã, o jogador de futebol David Beckham e sua esposa Victoria, o ator Wagner Moura no papel de Capitão Nascimento em imagem do filme *Tropa de Elite* (José Padilha, 2007), a atriz Camila Pitanga e o jogador de futebol Kaká (eleito o melhor do mundo naquele ano).

A capa 28 apresenta quase duas mil capas de *Veja* formando um olho, tema recorrente nas retrospectivas institucionais da revista. O olho também está presente, na forma de desenho, nas capas 1 e 33. Destacado por uma lupa ou assumindo o lugar de uma letra, o olho pode ser considerado o ícone visual da revista, que simboliza o “veja” do título. É a revista que olha para o mundo e apresenta os acontecimentos para seus leitores. O nome *Veja* deixa, então, de ser apenas um título imperativo, para revelar também que se trata do olhar da revista, uma filtragem dos acontecimentos para que o

leitor, aí sim, os veja. E as representações do passado com desenhos são ótimos exemplos deste olhar diferenciado da revista. As capas 8 e 9 são emblemáticas. Ao escolher um quadro preto para representar o ano de 1983 e uma bandeira do Brasil sorridente para representar o ano de 1984, *Veja* coloca sua opinião de forma contundente. Ao evitar imagens diversas de acontecimentos (que poderiam permitir ao leitor tirar suas próprias conclusões se o ano foi alegre ou triste) e substituí-las por desenhos, a revista institui o ano como positivo ou negativo, definindo o passado a partir de seu olhar. A capa 13 também evita acontecimentos e personalidades, optando por um redemoinho verde para representar o ano. O desenho transmite a noção de confusão do ano e o verde pode ser simbolicamente associado ao dinheiro (o dólar) revelando um ano conturbado economicamente.

Na capa 14, o desenho é de um globo de cor verde que recebe o tratamento esquemático com divisões entre meridianos e paralelos, sem o tradicional contorno dos continentes para representar o planeta. Ao fundo há um céu estrelado. A cor escolhida para a chamada, dourado, esquenta um pouco a frieza cromática da imagem de fundo. A ilustração esquematizada do globo terrestre parece desumanizar o planeta em detrimento da celebração das altas tecnologias que fascinam a década. Desprovidos de acontecimentos e personalidades, os anos 80 aparecem como uma década de descobertas tecnológicas. Duas formas de representação mais direta por desenhos estão nas capas 24 e 25. Uma capa simulando a imagem da carta de Pero Vaz Caminha e o planeta Terra condensam grandes acontecimentos a símbolos que buscam uma representação literal dos objetos: a carta como primeiro relato feito sobre o Brasil e o planeta como foco do olhar da revista.

Já as capas 15, 17 e 19 apostam em desenhos de personalidades através de charges, revelando, pelo humor, o olhar da revista para os acontecimentos do ano. Na capa 15 temos o primeiro ministro da Alemanha, Helmut Kohl, com o braço no ombro de Mikhail Gorbachev. Logo abaixo, os ministros do governo Collor, Zélia Cardoso de Mello e Bernardo Cabral, ambos vestidos com roupas de palhaços (por terem sido protagonistas de um romance muito ironizado pela mídia). A seguir, Madonna ao lado de George Bush que, sem camisa e com uma faixa na cabeça a la Rambo, encosta sua cabeça na de Saddan Hussein, que segura um spray com veneno. Bush segura uma arma gigante, e em seu cano está sentada Margaret Tatcher costurando uma arma de tricô (ela deixou o governo da Inglaterra após 11 anos como Primeira Ministra). O presidente Fernando Collor e sua esposa Rosane aparecem abraçados, ele vestido em

traje esportivo. A atriz Cristiana Oliveira é desenhada nua deitada sobre um jacaré (em referência à novela *Pantanal*). Nas capas 17 e 19, os destaques são para dois presidentes, que as ocupam sozinhos: Fernando Collor retratado como um louco e Fernando Henrique Cardoso transformado em Papai Noel. As charges não apenas apresentam as figuras de maior destaque do ano como também revelam aspectos positivos ou negativos destas personalidades. Gorbatchev estar usando fraque e cartola levemente gasta o mostra como o "antigo rico", o dirigente que perdeu o próprio país que controlava (a União Soviética), enquanto o premier alemão aparece bem vestido em referência à reunificação de seu país. O mesmo acontece com o Bush Rambo (a Guerra do Golfo) e Tatcher fazendo tricô (uma mulher velha e aposentada). Fernando Collor em uma camisa de força é o rei louco deposto, o uso do verde e amarelo em destaque na capa estabelece bem o local de onde ele foi retirado: o Brasil. Em representação praticamente oposta, Fernando Henrique é aquele que presenteia, e o formato do mapa do Brasil em seu saco de Papai Noel também estabelece os locais em que as boas ações do presidente se deram. Nos desenhos, os três presidentes aparecem, respectivamente, como esportista/saudável, louco e benfeitor.

A capa 4 também traz representações de personalidades, mas ao invés de utilizar desenhos, opta por uma foto de estúdio com bonecos. Estabelecendo 1980 como o palco em que aquelas pessoas brilharam, *Veja* traz Delfim Netto com três balões na mão direita que, em conjunto, formam a palavra inflação (o então Ministro da Fazenda representa os problemas econômicos) e com a mão esquerda segura a faixa da presidência da República para João Figueiredo, deixando uma possível interpretação da economia como aquilo que pode dar – ou tirar – a presidência. Jimmy Carter (que perdeu a eleição nos Estados Unidos para Reagan) tem uma bengala no pescoço, sendo retirado de cena, enquanto Reagan sorri do outro lado do palco sobre um cavalo (o vencedor da "corrida" presidencial). Com um ursinho (símbolo da União Soviética) Leonid Brejnev está bem ao lado da cortina, e ao seu lado, o papa João Paulo II usa um chapéu estilo vaqueiro nordestino (em referência à sua vinda ao Brasil), o aiatolá Khomeini (a expressão fechada de Khomeini contrasta com o sorriso de João Paulo, assim como as vestimentas preta de um e a branca de outro) segura algo que lembra uma barata ou uma pulga (a pulga atrás da orelha de Reagan? Em 1980 ocorreu uma crise entre Estados Unidos e Irã envolvendo reféns na embaixada dos EUA no país do aiatolá). Escondido, Lech Walesa completa o grupo de personalidades representativas de 1980.

Esta capa, apesar de trazer representações cartunescas de personalidades, é feita a partir de uma fotografia de estúdio. O mesmo ocorre na capa 23. Aqui não são bonecos, mas modelos fazendo as vezes de personalidades históricas que irão representar todo o milênio: Napoleão, Shakespeare, Gandhi, Colombo, Joana D'Arc, Einstein e um astronauta posam para um fotógrafo refletido em um espelho como no quadro *As Meninas*, de Diego Velázquez (figura 29). A conquista/guerra (Napoleão), a arte (Shakespeare), a paz (Gandhi), a descoberta (Colombo), a fé (Joana D'Arc), a inteligência (Einstein) e a tecnologia (astronauta) são colocados como o resumo dos últimos mil anos. A capa escura busca dar uma noção de antiguidade, como documento histórico e buscando o efeito realista de que aquela fotografia poderia realmente ter acontecido.

Figura 29: pintura de Diego Velázquez, Museu do Prado, Madri

Outras fotografias em estúdio aparecem nas capas 3, 10, 12, 16, 27 e 31. A capa 3 é a fotografia de uma textura cinza escuro, metálica, parecida a uma placa de chumbo. Sobre a textura de fundo aparece em grandes caracteres a chamada Os anos 70, destacando-se do chão através de uma sombra sobre o texto. *Veja* reduz a década a três palavras e à econômica imagem plúmbea. Os anos 70, anos de chumbo. Época de repressão pela ditadura militar. Há um silêncio na capa, algo sobre o qual não se pode falar. As outras capas que dão destaque a uma fotografia em estúdio também propõem reduzir o ano a um objeto.

Uma ampulheta na capa 10, a máquina fotográfica na capa 12, um cálice na 16 e um relógio na 31 são objetos que simbolizam todo um ano. A ampulheta e o relógio são representações óbvias da passagem do tempo, entretanto, alguns detalhes nas imagens apresentam características a mais do que a temporalidade. O chão escuro rachado embaixo da ampulheta possui um sentido negativo, de algo ruim, enquanto o céu azul ao

fundo traz o equilíbrio de esperança de que dias melhores virão. Já o relógio possui no alto um efeito de imagem repetida que simula uma vibração: é um despertador que está chamando atenção para o planeta Terra em seu interior. O sentido de urgência dado pelo "despertar" tira o foco do relógio como passado e apresenta uma preocupação com o futuro, com aquilo que este planeta poderá a vir se tornar.

A máquina fotográfica na capa 12 possui um aspecto de usada, remetendo ao passado. É a máquina utilizada para tirar as fotos que estão no miolo da revista. A capa nesse caso não fala do ano, mas da forma como a revista olhou para o ano (através da lente de uma câmera fotográfica). O cálice em um ambiente festivo na capa 16 também mostra, mais do que o ano resumido a festas, um olhar para os acontecimentos que estão ligados aos bastidores, as fofocas, as personalidades. Uma espécie de coluna social de 1991. O ano é transformado em uma festa, o que torna tudo mais casual, o que é reforçado pela chamada que faz referência a gafes, piadas, pessoas e escândalos.

A capa 27 possui uma foto posada em estúdio do rosto de uma pessoa. A representação de Jesus Cristo segue o padrão estabelecido ao longo dos séculos, com pele branca, olhos claros e cabelos loiros. Ele olha em direção ao título VEJA, e a manchete Fé estabelece a capa com o foco não no passado, mas no futuro. A fé com relação aos acontecimentos que virão a seguir, a crença em um ano melhor do que o anterior.

As capas 11 e 20 trazem fotografias flagrantes que dominam toda a capa. A capa 11 utiliza fogos de artifício para representar o ano, resumindo-o a uma comemoração, (do ano que passou e pelo ano que está por vir) de réveillon, quando os fogos são mais populares no país. Na capa 20, Lady Diana é usada para personificar todo o ano que, segundo a revista, foi o "ano das mulheres". Morta em 1997, Diana se transforma no rosto do ano, estabelecendo sua morte como o mais marcante acontecimento daquele ano, capaz de eclipsar todos os outros. A fotografia estourada abusa do branco, dando um aspecto imaterial a ela, como um fantasma ou uma santa (o azul na chamada faz uma ligação direta ao céu, o paraíso).

E finalmente chegamos à capa 7. Sem nenhuma imagem e apenas com a chamada Quinze Anos, a capa faz uso simbólico das cores para construir sua mensagem. A cor prata está associada à responsabilidade, autocontrole e dignidade, além da tecnologia. É uma cor austera, que indica a estabilidade da revista, reforçando-a como instituição. O azul é uma cor que combina simbolicamente com o prata: ao lado do já estabelecido, é um cor que indica o futuro, as possibilidades infinitas que *Veja*

possui à sua frente. Interessante perceber como a revista troca o prata de seus quinze anos pelo dourado em seus quarenta, colocando-se como não mais apenas uma instituição duradoura, mas também como valiosa, o ouro que vale exatamente por durar. Ao mesmo tempo, o amarelo está ligado à luz, a instituição que ilumina com o seu olhar (o olho azul, caucasiano).

O dourado aparece em muitas capas de retrospectivas, marcando o caráter especial destas revistas (uma edição "de ouro", valiosa por conter todo o ano em suas páginas). O preto também é presença constante, servindo muitas vezes de fundo (o nada que é preenchido pelas imagens do ano, que flutuam neste espaço infinito, como nas capas 2 e 29) ou então para dar um caráter negativo aos acontecimentos representados (neste sentido, as capas 8 e 22 são exemplares).

O vermelho é a cor que mais aparece no logotipo VEJA: 11 vezes. Aqui a cor é mais um chamariz, um grito de atenção do que um simbolismo associado à violência, saúde, amor ou sexo. A cor é forte e passa um sentido maior de agitação, como se o ano tivesse sido mais movimentado do que aqueles que fazem uso de cores frias como azul e branco pintando o nome VEJA.

Todas as capas possuem uma óbvia oposição passado x presente que se estabelece no plano da expressão por um mostrar x não-mostrar. O passado em *Veja* é aquilo que é mostrado, o que o olho vê e permite que você veja. Todas as representações aparecem como um recorte de um todo maior, de acontecimentos mais amplos. Seja com patchwork, desenhos ou fotografias em estúdio, percebe-se sempre uma escolha do que é mostrado e por consequência daquilo que é escondido. O preto causa muito este efeito de que há algo nas sombras, por trás do que foi escolhido aparecer na capa. Mas mesmo o amarelo e o prata (que cobrem o rosto de várias pessoas e todos os quinze anos da revista, respectivamente) ou objetos como uma ampulheta e uma máquina fotográfica estão ali no lugar de uma outra coisa, dos acontecimentos que se deram em cada ano. Assim como as próprias imagens de acontecimentos ocupam o lugar de outras imagens de outros acontecimentos. Este jogo de esconde-revela é essencial para a produção de sentido nestas capas de retrospectiva, uma vez que o passado aqui é uma construção bem elaborada pela instituição, que busca controlá-lo segundo seus interesses. Olhando para a relação de capas aqui analisadas, percebe-se que a revista mais esconde do que mostra: há mais espaços vazios nas capas do que cobertos por imagens. A instituição se impõe, assumindo-se como força que controla os acontecimentos que coloca em sua capa. Na representação do passado em *Veja*, a revista

se coloca maior do que todos os acontecimentos, que surgem sempre diminuídos ou simplificados. As personalidades que personificam os acontecimentos são em sua maioria homens (principalmente os presidentes do Brasil que aparecem em quase todas as capas). As únicas mulheres que aparecem em destaque são Sônia Braga (2), Zélia Cardoso (15), Margareth Tatcher (15 e 24), Cristiana Oliveira (15), Diana (20 e 24), Joana D'Arc (23), Marylin Monroe (24), Daiane dos Santos e Daniela Cicarelli (29), Heloísa Elena (30), Cristina Kirchner, Dilma Rousseff, Camila Pitanga, Mônica Veloso, Victoria Beckham (32). Elas podem ser divididas em três grupos: política (Zélia, Tatcher, Diana, Joana D'Arc, Heloísa Elena, Kirchner e Dilma), símbolo sexual (Sônia Braga, Cristiana Oliveira, Marylin Monroe, Daniela Cicarelli, Camila Pitanga, Mônica Veloso, Victoria Beckham) e esportista (Daiane dos Santos). Existe um domínio da mulher que se destaca pela beleza, mais do que aquela que se destaque pela competência profissional.

Há uma interessante mistura de passado com o futuro nestas capas. O passado em *Veja* é visto em perspectiva, ao longe, um olhar distanciado (as imagens diminuídas) como algo ultrapassado e que deve ser superado rumo ao futuro. Não há nostalgia. Mesmo quando em capas positivas (como as capas 9 e 18), o passado não pretende ser mantido, mas superado. O olho de *Veja*, apesar de se deter também sobre o que se passou, está mais interessado no presente, e sempre olhando para o futuro. Não se apega muito aos acontecimentos depois que eles se fecham, fazendo da retrospectiva muito mais uma celebração do que uma reflexão. Não há, para *Veja*, muito que se pensar sobre o passado. Suas generalizações apresentam os anos ou como apanhados de pessoas e fatos diversos ou como sentimentos positivos ou negativos. O passado é moldável, mais maleável para ser representado do que os acontecimentos atuais com os quais a revista lida semanalmente. E em sua representação, o passado para Veja é algo – em sua maioria – negativo e que deve ser superado. O passado, em *Veja*, precisa ser esquecido.

7. A memória social de Veja

"A memória do coração elimina as más lembranças e enaltece as boas e graças a este artifício conseguimos suportar o passado".

Gabriel Garcia Marquez

Este trabalho buscou analisar as representações presentes nas capas de *Veja* para compreender os modelos de acontecimentos formados pela revista. Os modelos, segundo van Dijk (2005), não são simples representações dos acontecimentos, mas construções discursivas mais gerais que carregam opiniões, ideologias e finalidades da instituição. Para chegar a estes modelos, utilizamos a semiótica e a análise do discurso para compreender detalhes das capas da revista em busca de uma generalização dos significados presentes. Os modelos de cada tema precisam ser relacionados entre si levando em consideração o espaço discursivo (Maingueneau, 2007) da revista. É o espaço discursivo de *Veja* que molda cada acontecimento, e é pela sua repetição sistemática discursiva que estas representações são transformadas em modelos.

O espaço na memória dedicado aos acontecimentos objetivos é formado por aqueles que possuem um natural poder de afetação, os acontecimentos grandiosos conforme aponta Quéré (2005). Provocam uma ruptura no cotidiano e são poderosos o suficiente para atingir a experiência dos sujeitos independente do espaço discursivo no qual são publicizados. Nestes 40 anos de *Veja* temos alguns acontecimentos que se encaixam neste tipo, ocupando a memória social de forma particular: mortes inesperadas (Juscelino Kubistchek, Elis Regina, Tancredo Neves, Ayrton Senna, Diana, atentados terroristas de 11 de setembro) e grandes conquistas (chegada do homem à lua, Copa do Mundo de futebol, Olimpíadas). A maioria dos acontecimentos, entretanto, são prosaicos, "construídos": pregnâncias conforme conceituado por Charaudeau (2006). A revista faz uso de seu espaço discursivo para apresentar acontecimentos discursivamente estruturados para que seu leitor julgue que houve alguma modificação no cotidiano, mesmo que esta de fato não ocorra. É o caso de capas sobre novidades no campo da saúde, devastação do meio ambiente ou análises econômicas, por exemplo.

São estes acontecimentos que, exatamente por serem maioria e contarem com representações constantemente repetidas, possuem seus modelos como principal fonte de memória social. Os modelos de cada tema precisam ser generalizados para que consigamos perceber seus significados para além dos acontecimentos. A generalização

permite que cheguemos a uma conclusão sobre a memória específica da revista de acordo com cada uma de suas editorias.

7.1. Modelos de Veja

Modelo Meio Ambiente

O meio ambiente resume-se à Floresta Amazônica, que está em processo de destruição. É um espaço discursivo recente, com destaque a partir do final dos anos 90. A natureza está fortemente conectada ao Brasil, apesar de vista como algo distante.

Modelo Turismo

O espaço discursivo do turismo é muito econômico, ligado a uma classe social que possui condições de viajar durante o verão (época de alta estação, passagens e hospedagem mais caras). O turismo não se liga a locais específicos, sendo apenas uma forma de lazer, de consumo.

Modelo Violência

A violência na revista é causada pela alteridade. É o espaço discursivo próprio da classe média, em que o outro economicamente desfavorável representa o perigo. A vítima é sempre o leitor da revista, atacado por aqueles que não têm acesso a ela. Das drogas nos anos 70, o medo evolui para a pobreza dos anos 90.

Modelo Religião

A religião de *Veja* é a Católica: Deus existe e é representado na Terra por homens. O espaço discursivo reafirma, a partir dos anos 90 (quando as Igrejas evangélicas começam a tomar espaço da Igreja Católica), os valores católicos conservadores compartilhados pela maioria da população brasileira. Há uma definição objetiva do bem e do mal, sendo o bom ligado à divindade espiritual.

Modelo Entretenimento/Fama

O entretenimento vai da novidade tecnológica nos anos 70 para uma função educativa nos anos 80 (aprender com os exemplos) e por fim ganha uma objetividade econômica nos anos 2000. Tecnologia, drogas, doença, violência e dinheiro são

personificados por celebridades. Neste espaço discursivo, a fama tem função exemplar e o entretenimento pouco tem de diversão.

Modelo Economia

A economia é masculina, branca e vista de forma positiva até chegar aos anos 90. A partir dos anos 90, o espaço discursivo da revista torna-se mais crítico e menos personalizado, olhando a economia por um viés coletivo que fortalece seu elitismo: as classes economicamente desfavorecidas são responsabilizadas pelos problemas econômicos.

Modelo Saúde

A saúde é o espaço discursivo em que a mulher (jovem) aparece como protagonista, figura frágil que necessita das descobertas tecnológicas da ciência. De problema nos anos 80 (alcoolismo), a saúde passa por algo ligado à esperança nos anos 90. Esperança essa que se concretiza a partir dos anos 2000, quando a saúde aparece ligada à novidade - que depende de recursos financeiros – que dá resultados concretos. É a mulher branca, bem informada e com condições de pagar por um tratamento quem representa o saudável em Veja.

Modelo Internacional

Os acontecimentos internacionais são violentos e surpreendentes. Nos anos 1960 são destacados acontecimentos que chamam a atenção pelo exotismo, passando pela violência política nos anos 70, e finalmente o domínio dos Estados Unidos no espaço discursivo da revista a partir dos anos 2000.

Modelo Sociedade

O espaço discursivo é de uma sociedade urbana habitada pelo homem branco e com dinheiro. Homens que possuem informação e se interessam por tecnologia. Nos anos 70, a tecnologia possuía uma abordagem mais alarmista, indo aos poucos tornando-se algo extremamente positivo. As mulheres aparecem na sociedade a partir dos anos 90, e o discurso vai ficando cada vez mais positivo: uma sociedade feliz em que o negro e o pobre encontram-se à margem.

Modelo Esporte

O esporte ganha destaque a partir dos anos 90, sendo pautado pelos grandes acontecimentos que envolvem brasileiros: acidente fatal, Copa do Mundo, Olimpíada, escândalo. É personificado pelos ídolos (que são masculinos) e valoriza a vitória. Único espaço discursivo de *Veja* em que o negro tem direito ao protagonismo.

Modelo Política

O espaço discursivo da revista para a política é de algo escondido e que deve ser revelado. O caráter oculto e negativo dos anos 60 e 70 vai aos poucos ficando mais alegre, como se a política fosse, com o passar dos anos, sendo mais iluminada. Mas o sentido de que algo não está certo e os acontecimentos se escondem permanece durante todos os anos. Assim como o poder ligado ao masculino.

Modelo Retrospectiva

Em seu espaço discursivo sobre o passado *Veja* simplifica os acontecimentos, retirando seu poder natural de afetação e diminuindo-os para enquadrá-los de acordo com seu discurso. Desta forma, eles têm sua força diminuída e são preparados para serem esquecidos.

7.2. Conceitos-bases da memória

O objetivo do trabalho é encontrar uma memória social geral, e para isso é preciso tornar estes modelos menos rígidos para serem relacionados uns com os outros e formarem conceitos. São estes conceitos - articulação simplificada de representações que significam acontecimentos passados – que, segundo Fentress e Wickham (1992), são a base da memória. É por ser formada por conceitos que a memória, mais do que acontecimentos objetivos, é formada principalmente por ideias, sentimentos e sensações. Para que os modelos sejam percebidos como conceitos é preciso que sua organização temática se transforme em organização temporal. Isso porque a memória social se forma a partir de conceitos em uma relação que é temporal. Os conceitos são como miniaturas do real que mudam de acordo com o paradigma em que são formados: no caso da memória, são dependentes da época, do contexto. Por isso os modelos precisam ser transformados em conceitos que se relacionam através das épocas.

Relembrando Fentress e Wickham, o acontecimento só se fixa na memória pela sua conceitualização, e esta só ocorre dentro de um contexto interno. Logo, é a partir do contexto de *Veja* que os modelos temáticos devem ser transformados em conceitos.

Aquilo que aqui chamamos de temas, Charaudeau apresenta como rubricas (economia, política, esporte, etc) que são construídas pelo universo discursivo do jornalismo. Dentro deste universo discursivo, encontra-se, como já dito anteriormente, o campo discursivo das revistas de informação, dentro do qual *Veja* possui seu espaço discursivo específico (ou contexto interno). Os modelos de cada tema serão colocados em um espaço discursivo único (o espaço discursivo da revista), que é o responsável por dar forma a cada modelo. Pensando em um espaço discursivo geral e não mais em modelos temáticos separados, conseguimos ter acesso a um modelo único geral que, simplificado, dá origem aos conceitos que formam a memória social da revista. Desta forma, conseguimos chegar a uma organização temporal em que o espaço discursivo da revista seja dividido em décadas para conseguirmos criar um roteiro mnemônico próprio de *Veja*. As quatro décadas passam a ser, desta maneira, percebidas conceitualmente. Transformados em conceitos, os anos da revista se tornam memória social.

Anos 60

Negativismo com o Brasil, enquanto o fora do país é local do extraordinário.

Anos 70

Esperança na economia, mas é uma década negativa no geral, ligada à repressão e violência.

Anos 80

Alegria política e econômica convivendo com o medo da cocaína e da AIDS. Década de contrastes, de “pé atrás”: incerteza com esperanças e alegrias.

Anos 90

Década positiva: vitórias no esporte com celebração da democracia, da tecnologia, e com a entrada da mulher na sociedade. Preocupação com o meio ambiente e com a alteridade antes ignorada (na economia e na religião).

Anos 2000

Esperança na saúde, economia e política. Época positiva, mas manchada por manobras políticas ocultas (no Brasil) e pelo terrorismo (nos outros países). Brasil como um país rico e vitorioso e os Estados Unidos como potência do mundo.

7.3. Memória social e memória oficial

Agora que temos as décadas conceitualizadas, podemos definir a memória social construída por Veja ao longo de 40 anos. Por se tratar das capas de uma mesma revista, esta memória apresenta um caráter de certa forma estável, graças à sua força institucional: apesar de mudanças de jornalistas, editores, chefes de redação, *Veja* possuiu sempre o mesmo dono, pertencente à mesma empresa (a Editora Abril), carregando um espaço discursivo que, embora aberto às mudanças sociais, é muito estável.

A memória social da revista remete a um início conturbado, marcado ao mesmo tempo pelo assombro tecnológico e pela insegurança, em uma noção de que o exterior é melhor do que o Brasil. O governo ditatorial e sua repressão injetam um negativismo ao passado que só é diminuído com a abertura política e o retorno da democracia. Tem início uma época de transição, em que o medo da repressão é substituído por outros (drogas, violência), enquanto há uma confiança em melhoras econômicas. A instituição vai se fortalecendo, não mais apenas representando os acontecimentos, mas provocando-os (sendo uma das responsáveis pela renúncia de um presidente). Há a partir daí um grande otimismo, com o Brasil crescendo e se tornando um lugar melhor sob a vigília constante de *Veja*, ao mesmo tempo em que o restante do mundo vai ficando cada vez mais perigoso.

A sua memória social é essencialmente liberal, masculina e econômica. Há uma postura crítica em relação aos governos que pode variar de intensidade, mas que sempre existiu. A postura "esquerdista" durante a ditadura é anti-repressão, mas pró-capitalista. Pelas capas analisadas não se percebe nenhum viés socialista em seu discurso, mas sim uma defesa da democracia. O apreço pelo capitalismo revela-se no olhar econômico para a maioria dos acontecimentos, com o capital colocado como motor das transformações.

O olho azul que *Veja* usa para se auto-representar é de um homem com boas condições financeiras, e que se lembra de uma época em que teve sua liberdade de

expressão limitada, mas que pacientemente assistiu à chegada da liberdade política e às melhorias do país. A memória está ligada a este homem católico de olhos claros e aos seus próprios problemas: como nunca lhe faltou dinheiro, a grande questão dos anos 60 e 70 não passa pela falta de empregos ou a miséria da população, mas a impossibilidade de poder votar ou dizer aquilo que pensa. Com o fim da ditadura, suas preocupações não terminaram, mas foram substituídas pelo medo de entorpecentes que chegaram à classe média e o crescimento de roubos e assassinatos nas grandes cidades. Da mesma forma, os anos 80 e 90 são mais lembrados por pacotes econômicos em que ele acreditava que poderiam melhorar ainda mais sua estabilidade financeira, permitindo viagens para o litoral do país ou até para o exterior. Este homem, que nem ligava para a natureza, lembra de ouvir falar que a Amazônia está em perigo e da entrada cada vez maior da mulher na sociedade nos anos 90. Ele tem na memória os avanços da medicina que permitem com que sua família esteja saudável, e nunca confiou inteiramente nos políticos. Aos 40 anos de idade, não tem nostalgia do passado difícil, que prefere esquecer se concentrando no presente para que o futuro seja ainda melhor.

Esta memória social pode ser, agora, comparada à memória oficial de 40 anos apresentada no início deste trabalho. Quando foi feita a análise da edição de aniversário de *Veja*, a hipótese foi de que a memória social da revista seria diferente da memória institucional: a instituição teria reorganizado seu passado e construído uma memória própria de acordo com seus valores atuais, que variaram com o passar dos anos. Mas o que se percebe agora é que as duas memórias são bem mais próximas do que o imaginado anteriormente.

Os exemplos apresentados na análise daquela edição são masculinos, e prevalecem os acontecimentos políticos e econômicos como definidores de quatro décadas. A diferença é que na edição dos 40 anos *Veja* se coloca desde o início como parte das transformações do país, postura que em suas capas ela só passa a ter a partir dos anos 90. Os governos militares, apesar de citados, têm seus presidentes praticamente ignorados na edição. Os presidentes eleitos democraticamente, por outro lado, possuem amplo destaque. A edição de 40 anos é crítica ao movimento de luta armada contra o governo militar, algo que não transparece em suas capas da época.

Entretanto, a memória oficial criada pela revista - que coloca o passado como algo a ser superado e evita nostalgias com relação às décadas anteriores -, reproduz com muita proximidade sua memória social. É uma noção de crescimento positivo do país

visto pelos olhos da classe média brasileira, uma melhoria em comparação ao duro passado de repressão, atraso tecnológico e moeda fraca.

É preciso ter em mente que a memória é o tempo todo atualizada, sendo transformada a cada rearticulação pela qual passa. Assim, mesmo que a memória oficial da revista não tome totalmente o lugar de sua memória social, esta é modificada por aquela. A edição de 40 anos insere novos elementos na memória social, reforçando o negativismo com relação ao passado e, principalmente, valorizando ainda mais a presença de *Veja* como instituição importante para a sociedade. Esta memória formada diz de uma instituição poderosa que esteve o tempo inteiro presente acompanhando e auxiliando nas transformações do país e do mundo. Nesta memória social atualizada, o olho de *Veja* deixa de ser um mero observador dos acontecimentos para se estabelecer como parte deles. Não é mais um homem que lembra daquilo que viu acontecer. É um homem que se lembra daquilo do qual participou.

A memória da revista é a memória da classe média brasileira, e suas transformações acompanham as mudanças sociais pelas quais está classe tem passado nas últimas décadas. Na lembrança de *Veja*, o Brasil dos últimos 40 anos melhorou muito graças ao trabalho dos homens brancos capacitados que, juntamente com a própria revista, lutaram pela democracia e por uma economia estável que, como conseqüência, trouxe grandes conquistas para o restante da população, que apesar de enfrentar ainda alguns problemas como a violência, é hoje mais feliz do que era antes.

8. Conclusão

> "Blimunda quieta, de olhos fechados, alargando o tempo do jejum para se lhe aguçarem as lancetas dos olhos, estiletes finíssimos quando enfim saírem para a luz do sol, porque este é o dia de ver não o de olhar, que esse pouco é o que fazem os que, olhos tendo, são outra qualidade de cegos".
>
> José Saramago. *Memorial do Convento*.

Ver é diferente de olhar. A obra de José Saramago está repleta de exemplos de como nosso olhar pode ser enganado, muitas vezes por nós mesmos. *Ensaio Sobre a Cegueira* é uma fantasia que critica o fato das pessoas não enxergarem o que realmente existe no mundo, mas apenas aquilo que querem ver. O trecho acima de *Memorial do Convento* trata desta nossa cegueira voluntária. Quando olhamos, mas não vemos.

Uma revista que tem por nome uma ação imperativa que manda ver e não olhar diz muito de si mesma. Veja, não apenas olhe. Mas no trabalho aqui desenvolvido compreendemos que somos convidados – ou melhor, instados – a ver através dos olhos azuis da revista. "Veja o mundo com os nossos olhos". Mas ver o mundo através dos olhos de outro não será apenas olhar? Olhar e não ver. Olhar para o mundo representado pela mídia, sem ver o que se encontra para além da representação. E a partir daí, lembrar daquilo que olhou, e se esquecer de tudo que não viu.

Memorial do Convento resgata à memória os esquecidos, em uma narrativa em que Saramago insiste em dar voz àqueles marginalizados, ignorados pela memória oficial de Portugal. Ele quer que vejamos aqueles que o passado olhou só de relance. Não é possível falar de memória sem abordar o esquecimento. Ao lembrar selecionamos, e muito é esquecido.

Após um longo processo de seleção e análise, chegamos à memória social de *Veja*. Partindo de sua edição especial de aniversário de 40 anos, buscamos compreender qual a sua proposta de memória oficial para, então, seguir para uma tentativa de construção de sua memória a partir da relação entre as capas da revista ao longo dos anos. Para isso, saímos da forma como os acontecimentos são representados pela revista em direção aos modelos temáticos formados para chegar aos conceitos tirados dali para formar a memória.

A memória da revista se construiu a partir de acontecimentos grandiosos que rompem a expectativa e quebram a continuidade, misturados a acontecimentos prosaicos, sem poder natural de afetação, mas que pela representação repetitiva ganham

força e formam conceitos mais gerais. O resultado a que chegamos foi que *Veja* instituiu uma memória masculina, elitista e conservadora, que celebra um otimismo cada vez maior à medida que caminha em direção ao presente. Esta memória está diretamente ligada ao olhar de *Veja*, mas mais do que aquilo que se viu, ela revela também tudo para o qual o olho da revista se fechou. Lembrar é também esquecer. Ao descobrir a memória de *Veja*, descobrimos seu esquecimento.

Neste trabalho estabelecemos as representações como ponto de partida para a memória social. Fazendo o caminho inverso, temos que aquilo que não faz parte da memória é aquilo que não foi representado. Ou pelo menos não foi representado em quantidade suficiente para ganhar força como conceito. Logo, ao falar de esquecimento falamos também de não-representação. A memória de *Veja* revela a alteridade máxima: não se trata mais da representação do outro, mas do outro que sequer é representado, ignorado pela revista.

E quem são estes esquecidos durante os 40 anos? Na memória de *Veja* não há muito espaço para o pobre, o negro, o índio, as outras religiões que não a católica, o ateu, o homossexual, lugares diferentes de São Paulo, Rio de Janeiro e a Floresta Amazônica. Só a partir dos anos 1990, a mulher só passa a fazer parte desta memória como parte da sociedade, e não apenas símbolo sexual ou exemplo de fragilidade. Estes são os excluídos, os marginalizados pelas representações de *Veja*.

Ao se colocar sempre ao lado dos empresários, e mandar seu leitor "ver" o mundo a partir daí, a revista exclui o trabalhador, aquele que, submisso às grandes empresas, encontra-se invisível. Da mesma maneira, o negro não é representado como parte da nossa realidade. A capa 4 de Sociedade, por exemplo, traz a chamada A VIDA SEM PATRÃO. O homem montado em uma carteira de dinheiro é um branco com cabelo e olhos claros, e não um afro-descendente. O espaço discursivo de *Veja* fez uma opção pelo homem branco: o negro não pode também ter uma "vida sem patrão"? O mesmo acontece com o bebê do GUIA PARA FAZER O BEM (capa 8) ou com os brancos em destaque na capa que resume o bom ano de 1994 (capa 18 de Retrospectivas). Como já dito, as mulheres conseguem maior destaque a partir da última década do século XX, mas não são negras as que aparecem em capas como JOVENS (capa 7 de Sociedade), e EMOÇÕES E SAÚDE (capa 6 de Saúde).

As diversas regiões do Brasil fora do eixo Rio-São Paulo são ignoradas. Não são utilizadas fotografias de paisagens de algum lugar específico, mas apenas desenhos fantasiosos ou o mapa do Brasil que mostre uma generalização do território. Ignora-se

assim todo brasileiro que se encontra fora de São Paulo e do Rio de Janeiro, os dois estados mais populosos e economicamente fortes. As capas de Política são exemplares disso.

Jesus Cristo e o papa aparecem repetidas vezes, mas a despeito da grande diversidade religiosa encontradas no Brasil, onde estão as representações das outras religiões? E os outros esportes além do futebol e do automobilismo? Em resumo, onde está aquele que *Veja* não parece considerar como seu leitor?

Estas pessoas, contudo, não estão totalmente fora da representação da revista. Há negros, mulheres, pobres e evangélicos nas capas de *Veja*. Mas em um número tão pequeno que se torna insignificante nas mais de duas mil capas que compõem seus 40 anos de existência. A pouca quantidade de capas destinadas a estas representações é revelador das escolhas da revista em ignorá-los e esquecê-los. Mas se esta é a opção de *Veja*, porque ainda assim existem estas – poucas – representações?

É aí que entra o poder do grande acontecimento. Há um abalo na continuidade grande demais para ser ignorado pelo jornalismo e, principalmente, por uma revista de informação desta importância). A comemoração dos cem anos do fim da escravidão no Brasil ou o sucesso mundial de um jogador como Ronaldinho Gaúcho forçam a entrada do negro naquele espaço, obrigando o olhar para os ignorados e sua consequente representação. Da mesma forma, a polêmica envolvendo o bispo Edir Macedo faz com que o evangélico invada a revista, o outro ignorado tendo a chance (mesmo que negativa) de significar algo, produzir sentido. Já a morte de Diana causou um impacto tamanho que chamou a atenção para as outras "mulheres do ano", mais uma vez obrigando uma representação que permanecia ignorada.

Também o pobre que procura emprego ou que precisa pedir dinheiro ou roubar para sobreviver finalmente consegue ser notado e ganha a representação na forma da violência ou da crise econômica. O acontecimento, além de quebrar a continuidade, revela ter este poder de obrigar a representação da alteridade. Pelo grande acontecimento (o inesperado, a tragédia, a vitória ou o evento comemorativo) o outro ignorado consegue seu espaço. O acontecimento força as barreiras da instituição e invade o espaço discursivo, conseguindo que mesmo aqueles à margem sejam representados.

O acontecimento traz então estas representações e a memória entra em disputa. Dá-se um embate entre aquilo tudo que deveria ser lembrado graças à repetição constante e todo o resto ignorado que o acontecimento força para entrar na memória. No

meio de toda uma sociedade branca e rica, somos lembrados que existe o negro, e que o pobre está aí nas ruas, pedindo dinheiro aos motoristas em sinais de trânsito. A morte de uma figura importante como Diana nos lembra que existem outras mulheres influentes, e que elas não se resumem à beleza ou seres propícios a doenças. A agonizante morte de Cazuza obriga nossa lembrança da existência dos gays e a eleição de um presidente de origem humilde revela os operários que sempre viveram à sombra dos patrões empresários.

O acontecimento é democratizante, no sentido de que rompe com o próprio discurso pré-estabelecido e permite que vejamos aquilo que o olho azul não quis mirar. Coloca na frente tanto dos nossos olhos quanto diante do olho da revista os sentidos que existem e estão aí para serem percebidos, experenciados, compreendidos. Faz com que tomemos conhecimento de que o mundo é maior do que aquele enquadrado e formatado pelas capas. Ameaça o discurso, insere-se na narrativa, obriga a representação porque possui uma força que não pode ser ignorada, e seu poder revelador traz à tona tudo que foi escondido, enterrado. Abre o olho para aquilo que não foi visto.

A discussão sobre a representação é importante porque esta representação é definidora de identidade. Como é que aquele que é ignorado, que não tem direito sequer à representação, pode esperar ter direitos iguais em uma sociedade que se alimenta destas imagens e textos midiáticos? Como alguém que não consegue espaço na memória pode ser lembrado como parte importante - e fundante - de um país? A discriminação simbólica, a ausência de um significante para que possam ser construídos significados constrói um indivíduo sem referências identitárias, que vaga sem rumo, muitas vezes de estereótipo em estereótipo, alimentado pelo senso comum que tipifica os sentidos que, sem representação, permanecem reduzidos aos preconceituosos e atrasados significados à espera de uma transformação.

Marcuse (1999) apresenta uma abordagem da memória muito próxima da luta política. Ele compreende o domínio sobre o passado como uma forma de repressão, e somente através do resgate do conteúdo “esquecido” pelas memórias oficiais que podemos lutar contra a dominação simbólica que se perpetua através do esquecimento, o que permite que injustiças continuem se reproduzindo sem questionamento.

> “Esquecer é também esquecer o que não podia ser esquecido para que a justiça e a liberdade triunfem. Esta faculdade reproduz as condições que reproduzem a ordem e a escravidão: esquecer os sofrimentos passados é esquecer as forças que os causaram, e esquecer sem vencê-las. As feridas

> que se curam com o tempo são também aquelas que contêm o veneno" (Marcuse, 1999, p. 201).

Ao mesmo tempo em que entende o esquecimento como fundamental para a higiene física e mental sem a qual a vida seria insuportável, o autor compreende também que esquecer é perdoar a injustiça e é o que sustenta a submissão e alienação. Para ele a interpretação da memória permite a percepção e compreensão da natureza daquele que a possui. Logo, a memória de *Veja* nos permite compreender a própria instituição. Mais do que isso, nos apresenta algumas dicas de entendimento do próprio fazer jornalístico.

O jornalismo não parece interessado na produção de uma memória. Atento à atualidade, constrói representações que são por natureza efêmeras em sua constante substituição pelas representações mais recentes: a notícia já é dada como ultrapassada 24 horas após sua produção. O trabalho do jornalista é o de simplificar ao máximo o acontecimento, de forma a reduzi-lo para que "caiba" ao lado de tantas outras notícias apresentadas. Disso resultam representações que buscam não complexificar os acontecimentos, muitas vezes apenas reproduzindo o senso comum.

Estas representações simplificadas, destinadas ao esquecimento, são, entretanto, constantemente repetidas em uma troca comunicativa com a sociedade de forma a construir, com o passar do tempo, uma realidade simbólica. Como revista de informação, *Veja* trabalha a partir destas representações criadas em seu espaço discursivo e pensadas para durarem uma semana. Mas a repetição acaba por originar modelos discursivos que são próprios da instituição. Daí surge a memória da revista. Retornando a Marcuse, recordar é lançar um olhar crítico, e foi isto que este trabalho buscou fazer. Ao chegar à memória de *Veja*, lançamos este olhar para os esquecidos pela revista e pelo seu jornalismo.

O artigo XIV do código de ética do jornalista informa que é dever do jornalista "combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza". A memória construída por *Veja* mostra o quanto o jornalismo está longe de suas próprias obrigações, revelando em suas representações toda a discriminação e preconceitos velados que se escondem por trás de um aparentemente inofensivo olhar da revista.

Pode-se tentar argumentar que a revista apenas reflete a realidade brasileira. Mas não é verdade. O Brasil é também composto por negros, mulheres, obesos, pobres, budistas, judeus, evangélicos, mulçumanos, ateus, nordestinos, gays, portadores de deficiência física ou mental. Só de existir acontecimentos protagonizados por estes excluídos é uma prova de que eles fazem parte da nossa realidade. Mas eles fazem parte da realidade do leitor de *Veja*?

Ignorar as classes sociais mais baixas pode fazer sentido se levarmos em consideração que, segundo a própria *Veja* afirma[22], 49% de seus leitores pertence à classe B e 23% à classe A. Mesmo assim, 24% são classe C. Entretanto, apenas 3% pertence à D e 0% à E. Não fizemos nenhum tipo de pesquisa de recepção para levantar os dados com relação ao público da revista, mas é difícil de imaginar que *Veja* seja ignorada por negros, mulheres, obesos, gays e portadores de deficiência, por exemplo. Se eles não compõem majoritariamente o grupo de compradores de *Veja*, seguramente compõem hordas de espectadores da revista em bancas e de leitores de segunda-mão, que esporadicamente têm acesso à publicação. Dentre as exclusões de representações nas capas de *Veja*, lembremos o que diz a própria revista: 54% de seus leitores são mulheres. O que esta não-representação pode então refletir? A realidade da instituição.

No site da revista[23], na parte destinada à apresentação para os anunciantes, Roberto Civita afirma: "Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista. Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos". Que mundo é este onde vive *Veja*? Já foi demonstrado aqui que não se trata do mesmo mundo habitado pela maioria dos brasileiros. É o mundo que a instituição construiu para si mesma. Uma realidade formatada pela revista segundo seus próprios valores e interesses e não um reflexo exato de seus leitores ou da sociedade brasileira como um todo.

A revista não quer se identificar, deliberadamente, com uma grande parcela de seus leitores formados por cearenses e gaúchos, negros/mestiços/afro-descendentes, obesos, umbandistas, espíritas, muçulmanos, judeus e zenbudistas, nadadores,

---

[22] http://www.publiabril.com.br/marcas/veja/revista/informacoes-gerais Acessado em 09/06/2011. A revista também informa que 58% dos leitores provêm da região sudeste do país.

[23] idem

maratonistas, portadores de deficiência, gays, lésbicas e simpatizantes. Há, evidentemente, uma grande abertura para os valores e ideias presentes na sociedade. Afinal, a revista vive de acontecimentos e depende de seus leitores, mas não podemos nunca menosprezar sua força enquanto instituição para formatar estes valores e ideias.

O acontecimento consegue forçar a representação jornalística. Mas não consegue entrar na memória por força própria. Pois a memória depende da repetição destas representações. O acontecimento que quebra a descontinuidade é por definição própria único, ou seja, que não se repete. Se não se repete, não tem como forçar uma repetição da representação. Esta representação só se repetirá se a revista assim o quiser. O que concluímos disso é que o acontecimento pode dar visibilidade aos ignorados pela mídia. Mas para eles serem lembrados, dependem da instituição.

Veja pode não ter controle sobre os acontecimentos que precisa representar, mas tem controle sobre a intensidade com que eles são publicizados. Assim, muito daquilo que é representado, não permanece. É esquecido com o passar do tempo, ignorado pela memória como se nunca tivesse existido. E na sua memória, aqueles que segundo a instituição não pertencem ao mundo em que *Veja* vive, são esquecidos. Sua amnésia pode não ser programada, mas é voluntária no sentido de que é resultado de suas escolhas discursivas.

Quando *Veja* pede para que vejamos o seu mundo, acabamos por apenas olhar de relance para a realidade. Pois "vemos" através de um olho que é cego para a maioria da nossa população. E se não olhamos, não nos lembramos. Retomando Paul Ricoeur (2007), a memória é sempre associada a uma imagem. Pode não ser um ícone, pode ser algo confuso e sem formas, mas há sempre uma imagem na representação do passado. Ao negar a representação, a revista nega uma imagem para a memória. O tempo passa, e não há do que se lembrar.

Na biblioteca do Mosteiro de Wiblingen, em Ulm, Alemanha, existe uma escultura barroca, representando um homem e uma mulher. O homem sentado à frente é Cronos. O deus do tempo é uma figura séria, assustadora: ele é aquele que devora os seus, consumindo o que existe, destruindo o infinito e transformando tudo em passageiro. Na mão esquerda ele segura um imenso livro dourado, de onde tenta arrancar uma das folhas com a mão direita. Uma outra mão que não a dele segura o livro, tentando impedir Cronos de destruí-lo. É a História, a mulher que se encontra em pé atrás do deus, segurando um livreto e um tinteiro. O tempo passa e não é possível

derrotá-lo, é um deus poderoso e imortal. Mas a História tenta segurar o tempo e impedi-lo de destruir a tudo. Ela quer registrar, fixar aquilo que Cronos quer rasgar.

Entre a história e o tempo se encontra a memória. Ela luta para permanecer, tentando não ser destruída pelo tempo. Na escultura seria a memória o livro que Cronos carrega na mão? O tempo carrega a memória e também a destrói. A História busca fixá-la, roubar do tempo um pouco do passado para que possa registrá-lo. No livro da memória de *Veja*, muito não foi escrito. Na luta de Cronos contra a História algumas páginas rasgadas estão em branco. Para muitos não foi dada sequer a chance de serem esquecidos. Já outros abundam tantas páginas que dificilmente não serão registrados pela História: mesmo que algumas se percam devoradas pelo tempo, outras quase idênticas permanecerão.

A escultura representa este embate que se dá pela memória. Um livro de imagens que se perdem no tempo. Por isso a memória é fugidia, confusa, complexa, ambígua, em constante transformação. Pois é fruto de uma disputa. Para alguns, entretanto, é negado até mesmo o direito de competir. É negada a chance de ser lembrado.

Assim como a memória, esta tese termina com uma imagem.

Figura 30: escultura na biblioteca do Mosteiro de Wiblingen, Ulm

9. Bibliografia

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. “Mídia: um aro, um halo e um elo”. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.

ARASSE, Daniel. “Dalla memória alla retórica”. In: MIGLIORE, Tiziana (org). *Argomentare il visible: esercizi di retorica dell’immagine*. Bologna: Progetto Leonardo, 2008.

ARRUDA, Angela. “Teoria das representações sociais e teorias de gênero”. *Cadernos de pesquisa n. 117*. Brasília: Soc. Estado, Novembro/2002. P. 127-147.

BAITELLO JÚNIOR, Norval. “A Semiótica da Cultura e Ivan Bystrina”. In: *Projekt, revista de Cultura Brasileira e Alemã*. nº 4. São Paulo: Abrapa, 1992.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAKHTIN, Mikhail. “A interação verbal”. In: *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARTHES, Roland. *Mitologias.* Rio de Janeiro: DIFEL, 1978.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

BENNETI, Márcia. “A ironia como estratégia discursiva da revista Veja”. In: *Anais do XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Curitiba: Compôs, 2007. v. 1.

BENNETI, Márcia. *Jornalismo e perpectivas de enunciação: uma abordagem metodológica*. Porto Alegre, n.14, 2006. Disponível em www.intexto.ufgrs.br

BERGER, P.; LUCKMANN, T. *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes, 1985.

BERGSON, Henri. *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito.* São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BROOKES, Bertram. “The foundations of information science – part 1: philosophical aspects”. In: *Journal of Information Science, n.2*, p. 125-133, 1980.

CABECINHAS, Rosa. “Identidades e Memória Social: estudos comparativos entre Portugal e Timor-Leste”. In: Martins, M.; Sousa, H. & Cabecinhas, R. (Eds.) *Comunicação e Lusofonia: Para uma abordagem crítica da cultura e dos media*. Porto: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade e Campo das Letras, 2006.

CARTA, Mino. “Calúnias, má memória e escola ruim”. *Revista Carta Capital* ed. 612. São Paulo: 03/09/2010.

CARTA, Mino. *A mídia implorava pela intervenção militar*. Entrevista. Fonte: http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/990.html.Acessado em 17/05/11 AOL. São Paulo: abril 2004.

CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARAUDEAU, Patrick. *El discurso de la informacion*. Barcelona: Gedisa, 2003.

CONTI, Mario Sergio. *Notícias do Planalto*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHAUÍ, Marilena. "Janela da alma, espelho do mundo". In: NOVAES, Adauto et al. *O Olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

CHEVALIER, Jean; CHEERBRANT, Alain. *Dicionario de simbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. Lisboa: Teorema, 1982.

COSTA, I.T.M *Memória institucional: a construção conceitual numa abordagem teóricometodológica.* Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1997. Tese defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa*. São Paulo: Edições Paulinas, 1989.

DURKHEIM, Émile. *Sociologia e filosofia*. São Paulo: Ed. Forense, 1970.

ECO, Umberto. *A Vertigem das Listas*. Lisboa: DIFEL, 2009.

EMEDIATO, Wander. "Os lugares sociais do discurso e o problema da influência, da regulação e do poder nas práticas discursivas". In: MAINGUENEAU, Dominique; LARA, Glaucia Muniz Proença; MACHADO, Ida Lúcia; EMEDIATO, Wander. *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

FLOCH, Jean-Marie. *Petites Mythologies de l'oeil et de l'espirit*. Paris/Amsterdam: Hadès-Benjamins, 1985.

FLOCH, Jean-Marie. *Visual Identities*. London/New York: Continuum, 2010.

FRANÇA, Vera. "Sujeitos da Comunicação, sujeitos em Comunicação". In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.

FONTCUBERTA, Mar de; BORRAT, Hector. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

GREIMAS, Algirdas Julien. Semântica Estrutural. São Paulo: Cultrix, 1973.

GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*. São Paulo: Annablume, 2000.

GUIMARÃES, Luciano. *As cores na mídia*. São Paulo: Annablume, 2003.

HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1990.

HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London; Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997.

HERNANDES, Nilton. *A revista Veja e o discurso do emprego na globalização: uma análise semiótica.* Salvador: EDUFBA; Maceió: EDUFAL, 2004.

HUYSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória.* Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

JAUSS, Hans Robert. *Experiencia estetica y hermeneutica literaria: ensayos en el campo de la experiencia estetica*. Madrid: Taurus Humanidades, 1992.

JOHN, Valquíria; EBERLE, Taiana. "Veja Só o Brasil – a construção social da realidade em duas mil capas da Revista Veja". In: *Revista Estudos de Comunicação nº 07*. Covilhã: UBI, 2010. P. 55-80.

JOLY, Martine. *Introdução à analise da imagem*. Campinas: Papirus, 1996.

LE GOFF, Jaques. *História e Memória*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MAAR, Wolfgang. Marcuse: as bases materiais da dominação ideológica. In: *Olhar*. vol 2, ano I, 1999.

MAFFESOLI, Michel. *Espaces et imaginaire*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1979.

MAINGUENEAU, Dominique; POSSENTI, Sírio. *Gênese dos discursos.* Curitiba: Criar Edições, 2007.

MARCUSE, Herbert. *Eros e Civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud*. Rio de Janeiro: LTC - livros técnicos e científicos editora S.A, 1999.

MARTINS, Ronaldo. "Informação e conhecimento: uma abordagem dos sistemas de recuperação de informações a partir das interações sociais". In: *Perspectivas em Ciência da Informação*, v.13, n.2, p.77-87, 2008.

MEAD, George Herbert. *Mind, self and society.* Chicago: The University of Chicago Press, 1934.

MOSCOVICI, Serge. Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire. JODELET, D. (org.). *Les Représentations sociales*. Paris: PUF, 1989, p.62-86.

MOUILLAUD, Maurice. *O Jornal da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

MUNTEAL, Oswaldo; GRANDI, Larissa. *A Imprensa na história do Brasil*. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio, 2005.

NASSIF, Luís. *O Caso de Veja*. Blog do Nassif. São Paulo: 2008.

Fonte: http://sites.google.com/site/luisnassif02/ Acessado em 09/02/11

PIETROFONTE, Antonio Vicente. *Semiótica Visual: os percursos do olhar*. São Paulo: Contexto, 2004.

PLATÃO. “Sofista”. In: *Diálogos*. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

POLLAK, Michel. “Memória, esquecimento, silêncio”. In: *Revista Estudos Históricos* vol. 2, nº 3. Rio de Janeiro: Vértice, 1989. P. 3-16.

QUÉRÉ, Louis. *Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento*. 2005.

RIBEIRO, Juliana. *Capas de livros: entre a arte e o artifício*. Dissertação de mestrado em Comunicação Social. UFMG, 2002.

RICOEUR, Paul. *A memória, a história e o esquecimento*. Campinas: Unicamp, 2007.

ROMANO, Vicente. *La formación de la mentalidad sumisa*. Madrid: Ensayo, 1998.

SANTAELLA, Lúcia; NOTH, Winfried. *Imagem: cognicao, semiotica, midia*. Sao Paulo: Iluminuras, 1998.

SARAMAGO, José. *Memorial do Convento*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1998.

SAUSSURE, Ferdinand de. *Curso de Linguística Geral.* São Paulo: Cultrix, 1997.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2004.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da notícia e do jornalismo*. Chapecó: Argos, 2002.

TAVARES, Frederico. Temas que acontecem: operações entre jornalismo de revista e qualidade de vida. In: *ECO-Pós, v.12, n.1*, janeiro-junho 2009, p. 87-101.

TODOROV, Tzvetan. *Memórias do mal, tentação do bem – indagações sobre o século XX*. São Paulo: Arx, 2002.

VAN DIJK, Teun. *Discurso, Notícia e Ideologia*. Porto: Campo das Letras, 2005.

VÉRON, Eliseo. *A análise do contrato de leitura: um novo método para os estudos de posicionamento de suportes impressos*. Vitória: UFES, 1999.

WERTSCH, James. Voices of collective remembering. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

YATES, Frances. *The Art of Memory*. Chicago: University of Chicago, 2001.

Jornal do Brasil. *Jornal do Século*. Rio de Janeiro, Dezembro de 2000.

Revista Veja. Acervo Digital. Disponível em: http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx Acessado de maio de 2009 a abril de 2011.

Índice de ilustrações

Figura 1: Pintura de Salvador Dalí, Acervo do MOMA, N.Y. 10
Figura 2: capa edição 2077, 09/2008 14
Figura 3: Daniel Cohn, p. 18-19 16
Figura 4: The Beatles, p. 26-27 17
Figura 5: Lula, p. 34-35 18
Figura 6: palanque, p. 40-41 20
Figura 7: muro de Berlim, p. 58-59 21
Figura 8: Gorbachev, p. 70-71 22
Figura 9: Dirceu, p. 103 24
Figura 10: capa ed. 12, 27/11/68 30
Figura 11: capa ed. 94 , 24/06/70 31
Figura 12: capa ed. 904, 05/02/86 35
Figura 13: capa ed. 1249, 26/08/92 37
Figura 14: ed. 1917, 10/08/05 40
Figura 15: ed. 15, 18/12/68 47
Figura 16: eds. 10 e 03, 13/11/68 e 25/09/68 49
Figura 17: ed. 14, 11/12/68 50
Figura 18: ed. 75, 11/02/70 52
Figura 19: ed. 11, 20/11/68 52
Figura 20: ed. 1981, 08/11/06 54
Figura 21: ed. 1387, 12/04/95 56
Figura 22: ed. 1784, 08/01/03 57
Figura 23: ed. 2004, 18/04/07 57
Figura 24: ed. 1011, 20/01/88 59
Figura 25: eds. 1563 e 1836, 09/09/98 e 14/01/04 60
Figura 26: capa ed. 1421 retocada pelo autor ao lado de frame do filme Laranja Mecânica. 141
Figura 27: cédula de um cruzeiro 155
Figura 28: smiley 222
Figura 29: pintura de Diego Velázquez, Museu do Prado, Madri 227
Figura 30: escultura na biblioteca do Mosteiro de Wiblingen, Ulm 246