



Revista Veja e política nacional

Uma análise de 15 capas ao longo de seus 40 anos¹

Diego FELIX²

Jéssica NASCIMENTO³

Milena BUARQUE⁴

Adolpho QUEIROZ⁵

Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP

RESUMO

Através da linguagem visual, podemos analisar o que um veículo pensa de tal fato. É possível ver o posicionamento do meio de comunicação perante algo só observando foto escolhida, manchete, legenda etc. Esse artigo apresenta uma análise de 15 capas sobre política nacional da publicação semanal Veja. Ao longo de seus 40 anos de história, 499 capas sobre o tema foram publicadas. Quinze edições foram escolhidas para uma análise semiótica de seus conteúdos.

PALAVRAS-CHAVE: Revista Veja; política brasileira; capas.

TEXTO DO TRABALHO

Introdução

O presente artigo traz uma análise de 15 capas da Veja, escolhidas pelos estudantes Diego Felix, Jéssica Amorim e Milena Buarque, ao longo dos 40 anos da publicação (1968 a 2008). As capas selecionadas têm como tema a política nacional. Ao longo do processo, foi constatado que, nesses quarenta anos, Veja tratou da situação política brasileira em 499 capas. Foram pré-selecionadas 32, antes de chegarmos as 15 finais.

As capas escolhidas, obviamente, têm motivos específicos. Ou porque marcaram a história da publicação – como, por exemplo, a primeira edição de Veja, “O grande

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da CCL-UPM, email: diego_felix_8@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da CCL-UPM, email: jessica.nascimendodeamorim@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo da CCL-UPM, email: milena_buarque@hotmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie, email: adolpho.queiroz@mackenzie.br



duelo no mundo comunista” -, ou porque evidenciaram o posicionamento da revista frente a uma eleição – edição 1.107, “Lula e o capitalismo”. Mas, acima de tudo, foram escolhidas capas que simbolicamente passam alguma mensagem. Através de fontes, desenhos, frases e, principalmente, fotos, estas capas dizem muito mais sobre a revista e seus pensamentos frente à situação política do momento em que foram publicadas.

Para entendermos mais sobre o critério de escolhas de imagem e de cores, resolvemos trabalhar com uma análise semiológica. As fotos no jornalismo não são escolhidas aleatoriamente. Na maioria das vezes, ela confirma o que o texto está propondo. Como afirmado por Luiz Costa Pereira Junior, em “Guia para a edição jornalística” (2009), ao fotografar, o profissional não só pensa no que é registrado. Ele pensa também em que mensagem esta imagem pode transmitir a quem a veja.

As 15 capas escolhidas, como tantas outras, expressam um posicionamento da revista.

Desenvolvimento

- **Metodologia**

Sobre a fotografia

A partir das aulas de Jornalismo Político, do 3º semestre de jornalismo, da Universidade Presbiteriana Mackenzie, houve um interesse em produzir um artigo que relacionasse o campo do jornalismo com o da política nacional.

A ideia principal era analisar imagens e capas de publicações durante certo período de tempo. Após uma breve pesquisa, constatou-se que, apesar de existirem muitos trabalhos relacionados à revista *Veja*, poucos abordam as temáticas “política” e “capas”.

Selecionamos 15 capas referentes à política nacional ao longo dos 40 anos da publicação. O critério de escolha deu de acordo com capas que pudessem ser analisadas semioticamente e que fossem relevantes para o tema.

Segundo Susan Sontag, em “Sobre Fotografia” (2004), as imagens fornecem a maior parte do conhecimento que se possui acerca do aspecto do passado e do alcance do presente.



“Toda fotografia tem sua origem a partir do desejo de um indivíduo que se viu motivado a congelar em imagem um aspecto dado do real, em determinado lugar e época”. (KOSSOY, 2001). Ainda citando Kossoy, em *Fotografia & História*, uma fotografia original é, assim, um *objeto-imagem*: um *artefato* (grifo do autor) no qual se pode detectar em sua estrutura as características técnicas típicas da época em que foi produzido. A fotografia como objeto de estudo ainda é um campo pouco estudado. No que se refere a publicações semanais, como a Revista Veja, existem poucos trabalhos que relacionam a análise de fotos com política nacional.

Sabe-se, no entanto, que toda fotografia vem acompanhada também de outros aspectos que não estão presentes na própria imagem, segundo Barthes. “À vista de uma análise apenas imanente, a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; ela se comunica pelo menos com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) de que vai acompanhada a foto impressa.” (Barthes, 1982: 326).

Sobre a revista Veja e o Jornalismo Político

A revista Veja foi escolhida por ser a publicação de maior circulação no país, e uma das mais importantes do mundo. Segundo Scalzo (2003, 31), a Veja é a quarta revista de informação mais vendida do mundo, perdendo apenas para as revistas norte-americanas Newsweek, Time e Us News & World Report. Voltada para o público A e B, a Veja tem 1.200.000 exemplares vendidos, sendo 90% assinaturas. O restante são vendas em bancas de jornal, o que equivale a um público de 6,2 milhões de leitores semanais (IVC).

Outro motivo de escolha está na importância que a publicação reserva às fotos, especificamente nas suas capas. Segundo Cerqueira, citando Dorneles (2004), a Veja destina 60,35% de sua superfície gráfica à publicação de imagens fotográficas.

Por ser a revista mais importante no que se refere à informação no país, Veja, desde sua primeira edição (setembro de 1968), traz como um dos seus pontos principais o olhar para o cenário político nacional. Através de estudos de caso e abordagens em matérias, a publicação ficou conhecida por seu suposto



posicionamento político. Este trabalho busca analisar justamente as possíveis existências de mensagens através de suas escolhas de capas.

- **Dimensão teórica**

Semiótica e sua importância

A proliferação ininterrupta de signos vem criando cada vez mais a necessidade de que possamos lê-los, dialogar com eles em um nível um pouco mais profundo do que aquele que nasce da mera convivência e familiaridade. O aparecimento da ciência semiótica desde o final do século XIX coincidiu com o processo expansivo das tecnologias de linguagem (SANTAELLA, 2005).

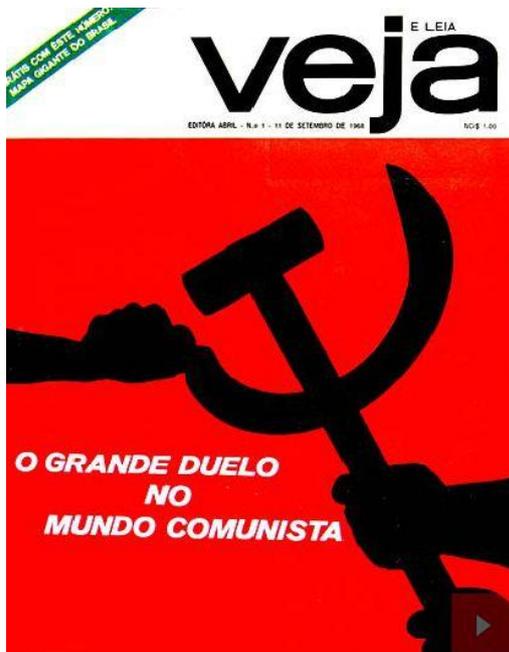
As mensagens, atualmente, não fazem uso de um só canal de expressão. É possível entender o que se pretende dizer com um jogo de palavras em uma música, uma comparação com uma pintura, uma charge, foto, montagem etc. Para tanto, é necessário fazer análises de signos, imagens e fotografias, só para citar alguns exemplos.

A semiótica se propõe a fazer exatamente isso. Com um estudo sobre os significados dos objetos, tornam-se mais simples a compreensão do que diz um texto. Para Volli (2007), o ato semiótico fundamental não é a produção de sinais, mas a compreensão de um sentido. O campo semiótico, segundo o autor, não é dado, mas foi construído gradativamente.

Descrição e análise das capas

o De 1968 a 1987

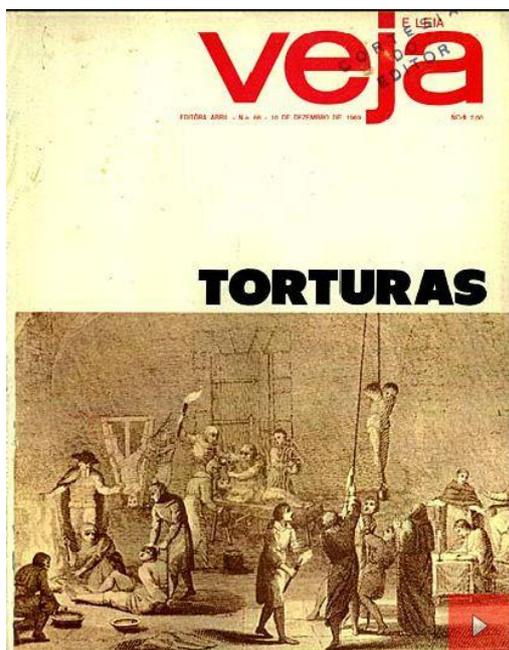
-Ed. 01 (1968) - *O Grande Duelo no Mundo Comunista*



Esta é a primeira capa publicada na revista. Na década de 70, existiam menos recursos gráficos utilizados. Neste caso, a cor do fundo vermelha contextualiza a temática abordada. A manchete fala sobre comunismo, logo se tem a cor vermelha. “Vermelho é cor da revolução, o vermelho surgiu em 1871 com a Comuna de Paris. Tornou-se a cor dos comunistas e da esquerda.” (GUIMARÃES, 2004, p. 121). As imagens da foice e do martelo representam também o símbolo do comunismo. Guimaraes (2004) aponta também

a cor vermelha, representando partidos de esquerda e a cor branca, de direita.

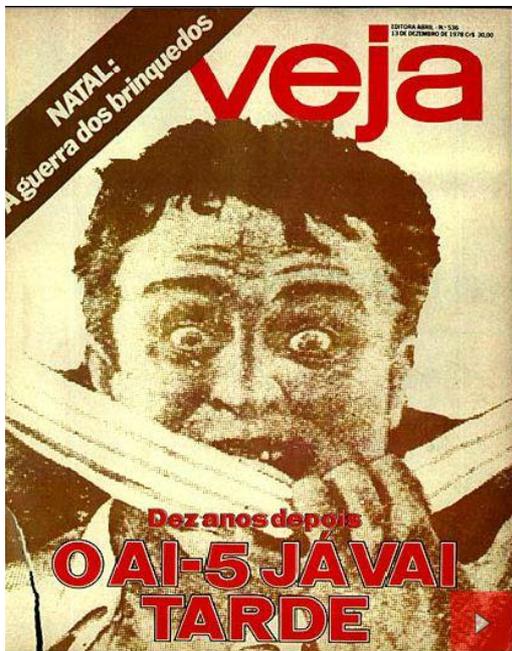
-Ed. 66 (1969) - *Torturas*



Em um momento delicado da história do país, de ditadura militar, uma série de acontecimentos marcantes, como a morte do estudante Chael Charles Schreier, a revista *Veja* (*Veja e Leia* ainda) publica uma capa de grande impacto sobre torturas; isso acabou por gerar problemas posteriores com a censura. A edição também foi apreendida nas bancas. (GAZZOTTI, 1998). Foram duas publicações do mesmo tema (Ed 65 e 66).

Na capa se apresenta uma foto que parece ser um desenho antigo, não colorido, de pessoas torturadas e torturadores. O desenho remete às ilustrações da época da escravidão, uma época em que a prática da tortura era corriqueira, dos senhores para com os escravos; o ambiente fechado, as vestimentas, os objetos antigos reforçam esta ideia. O título em preto vem na parte superior e se destaca no fundo branco. O logotipo do veículo se apresenta na cor vermelha, cor de sangue, o que aumenta o impacto da manchete e chama mais atenção.

-Ed. 536 (1978) - Dez anos depois – O A-5 já vai tarde



Guimarães (2004) o vermelho recebe a conotação de perigo. O AI-5, segundo a capa da revista *Veja*, foi o incômodo repressor; aquele que “não deixou gritar”. A censura na voz, que por sua vez, são as palavras da imprensa.

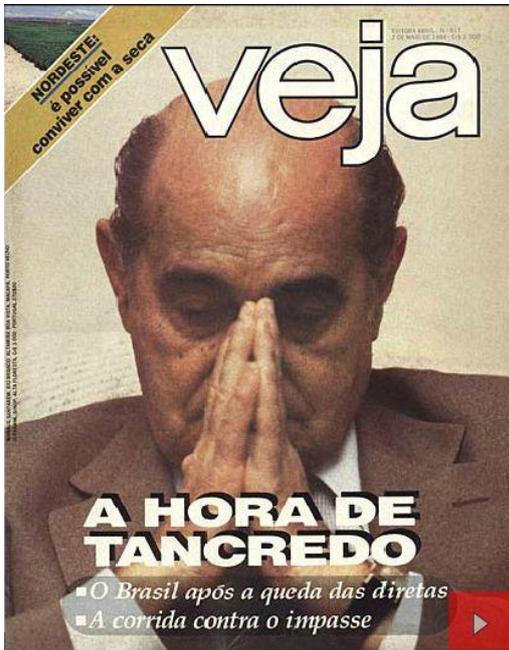
A revista *Veja* faz uma analogia apresentando nesta capa o mesmo personagem utilizado em uma antiga propaganda de xarope (imagem a baixo), para combate a tosse, rouquidão, garganta inflamada e outras manifestações relacionadas. No seu slogan tem-se: “*Larga-me, deixa-me gritar!*...”

A capa enfatiza o rosto do personagem da propaganda com o título “*Dez anos depois O AI-5 já vai tarde*”, em vermelho, uma cor que aumenta a atenção, segundo



(Publicidade: “*Xarope São João. É o melhor para tosse, bronquites e constipações.*”)

-Ed. 817 (1984) - *A hora de Tancredo*



Na transição de um regime político fechado para um aberto; em um momento em que a saúde do candidato à presidência não se apresentava muito bem, enquanto aconteciam as campanhas eleitorais, a revista *Veja* publica uma capa com grande apelo religioso; mais clara, com fundo bege, apresenta Tancredo de cabeça baixa, o que indica submissão; olhos fechados. Assim também, ele tem as mãos juntas na frente do rosto, mesma posição que indica uma postura de oração.

O título centralizado “*A hora de Tancredo*” remete o fim (morte); a *hora* também indica a sua posse, que esta por vir. Ele reza, pois sua hora irá chegar. As letras na cor branca, cor da paz, faz menção ao divino. A capa apresenta a imagem de um Tancredo humilde, paciente e sereno. Para Kuczynski a revista *Veja* representou em suas capas o político como um mito do Salvador. “Isto acentua umas das principais características da República brasileira, que tem nas figuras, nas imagens representativas de seus líderes, poder tão intenso, ou maior que o próprio discurso ou conteúdo ideológico de promoção.” (KUCZYNSKI, 2007, p.27).

○ **De 1988 a 1997**

- Ed. 1020 (1988) – *Collor de Mello. O caçador de Marajás*



Fernando Collor de Mello nessa edição ainda era governador de Alagoas. Visando angariar apoios na campanha presidencial que estava por vir, Collor combateu energicamente funcionários públicos que recebiam salários altíssimos e desproporcionais. Por isso ficou conhecido como “Caçador de Marajás”. A matéria aborda sua popularidade. É nesse início que a imagem de Collor começa a ser construída.

- Ed. 1107 (1989) – *Lula e o capitalismo. As mudanças que o PT promete dividem o Brasil*



Nas eleições de 1989, muitas capas da Veja foram dedicadas à disputa Collor x Lula. A edição 1107, com Lula na capa, foi seguida por uma de Collor. A diferença entre as duas imagens é notável.

O então candidato Lula posa praticamente da mesma forma que Collor. No entanto, a imagem desta edição está muito mais escurecida. Uma parte do rosto de Lula está quase apagada.

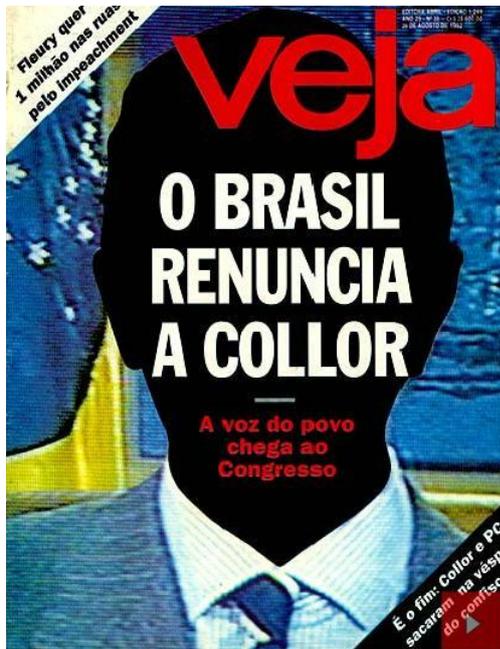


O tom verde dominante na capa pode ter vários significados. A cor é usada para criar um sentimento de conforto e até calmante para as emoções. No entanto, o verde escuro seria a negação da vida e da alegria.

Na edição 1108, a capa de Collor é bem diferente. De paletó e gravata, o futuro presidente aparece posa “iluminado” e com cores menos contrastantes que o verde escuro. As mãos de Collor de Mello, apesar de estarem na mesma posição que as de Lula, não tapam os lábios. A própria chamada de capa é diferente.



- Ed. 1249 (1992) – O Brasil renuncia a Collor



A edição 1249, de 1992, relata exatamente a situação do Brasil naquele ano. No início, a revista Veja teve um posicionamento favorável a Fernando Collor. De abril a dezembro de 1992, no entanto, Veja apoiou exacerbadamente o processo que levou à queda do ex-presidente.

Nessa edição, a mensagem é forte. Não é Collor que renuncia ao Brasil, mas o Brasil que não quer mais o presidente. “A voz do povo chega ao Congresso”. Da foto, o rosto de Collor foi retirado e, no lugar, a cor preta o substituiu.

O ex-presidente já não significa nada para o Brasil; ele já não tem face; o povo não acredita nele. O texto é colocado sobre o rosto: Collor não tem mais nada para falar. O povo também não quer mais ouvir.

- Ed. 1250 (1992) – A Guerra do Impeachment



O ano de 1992 foi tomado por capas sobre Collor e sua situação política. A edição 1250 traz uma foto emblemática. Símbolo de uma época. Na matéria de capa, a manchete é “Collor sai do bunker”; o ex-presidente não consegue votos suficientes para impedir o impeachment e vai à TV dizer que não renuncia.

A imagem de capa é da passeata que reuniu 250.000 estudantes aos gritos de “ladrão, ladrão, ladrão”, na Av. Paulista. A foto é um símbolo, muito mais forte que a imagem de Collor ou da passeata em si. A mão pintada significa “Basta”; o povo não quer mais seu presidente. O fundo desfocado mostra que não é só uma pessoa que não quer Collor, mas sim uma multidão. As três frases da capa são pequenas ações do que está ocorrendo. Rápidas e concisas, elas relatam os passos dos combatentes. Literalmente, no Brasil, está havendo uma guerra.

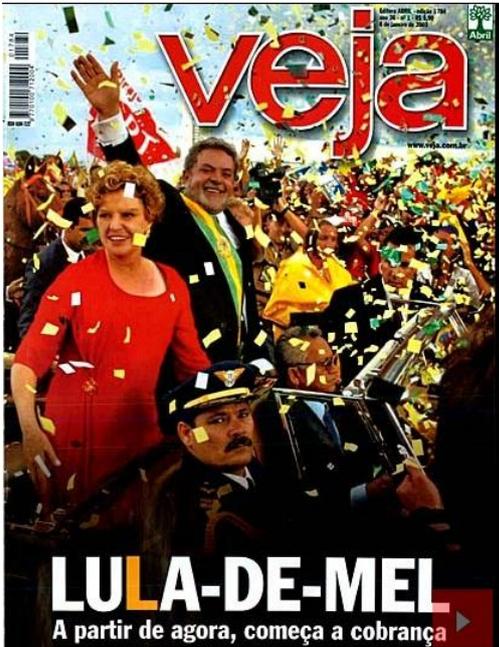
- Ed. 1333 – A louca dança dos três poderes



Itamar Franco, então Presidente da República, Octavio Gallotti, presidente do STF, e Humberto Lucena, presidente do Congresso, estão representados nessa capa sob a pintura de Sandro Botticelli (1445 – 1510), *Primavera*. As três Graças, na mitologia grega, são as deusas do amor e dos modos. Em grego, as Cárites representam a fertilidade e encantamento. Entretanto, a escolha da figura, acredita-se, está relacionada ao destaque da capa “A louca dança dos três poderes”.

o **De 1998 a 2008**

- Ed.1784 – *Lula-De-Mel*



A edição 1784 marcou a entrada de Lula no poder. A capa mostra o presidente e Dona Marisa, sua esposa, acenando para o povo, com muita chuva de papel picado e um clima de final de Copa do Mundo. O título dá a idéia de uma real “Lula-de-mel”, devido a festa que está se apresentando. A revista já marca seu posicionamento frente os quatro anos que seguiriam: “A partir de agora, começa a cobrança”

Outro ponto relevante talvez esteja ainda no título. *Lula-de-mel* pode se referir ao ex-radical Lula, dando a idéia de que para ganhar a eleição e poder comandar o Brasil, Lula teve de largar a sua raiz esquerdista e virar um governante “de mel”, maleável.

- Ed. 1819 – *Brasilha Da Fantasia*

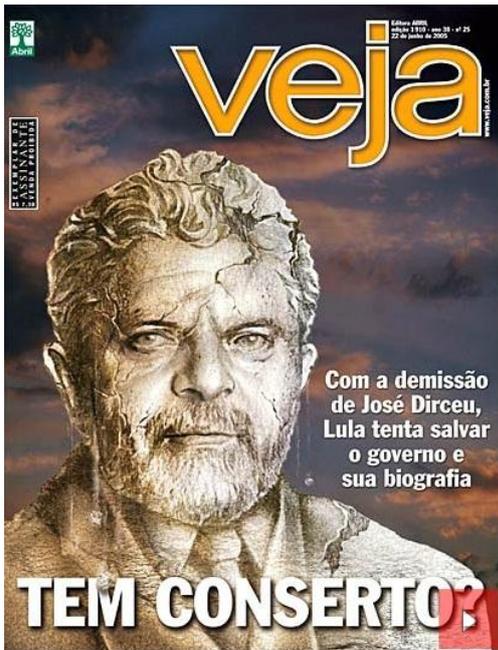


A edição 1819 apresenta uma das mais bem feitas capas, e com mais mensagem a ser passada, de todas as analisadas nos últimos anos. No desenho vemos a Praça dos Três Poderes suspensa no ar, dando a ideia de que o PT faz de Brasília um lugar fora da realidade, de fantasia.

As cores da capa apresentam o vermelho no alto e o azul embaixo. Inverte o papel do “céu e do inferno” apontando que o

governo, pensando que estava “subindo na vida política”, estava indo em direção ao inferno. A capa é de 2003, o escândalo do mensalão ainda não tinha abalado as estruturas do governo, e Veja já apontava para os possíveis tropeços dos capítulos que seguiriam.

- Ed. 1910 – *Tem concerto?*



A capa mostra a escultura de Lula se quebrando. No fundo o tempo é nebuloso e escuro, porém com um leve brilho do sol, a “luz no fim do túnel”. A própria escrita ao lado da imagem já explica o porquê da escultura em pedaços. Pode-se considerar também que a imagem de Lula, pelo seu passado conflituoso, pela popularidade entre os populares e a idéia de que ele iria mudar o Brasil (para bem ou para mal) criou uma imagem irretocável, um homem inabalável.

- Ed 1914 – *Mensalão: Quando e como Lula foi alertado*



A edição 1914 é dedicada ao estouro das denúncias do mensalão. Na capa com fundo vermelho e branco (cores do PT), Lula está de perfil, envolto por uma luz branca que esconde a sua face enegrecida. No centro da página, o título garrafal diz que Lula sabia do esquema, foi avisado e diz ter detalhes de como isso foi feito. É possível também dizer que a “aura” em volta de Lula significa que existe uma “luz no fim do túnel”, ou que a própria luz é Lula, que por enquanto está manchado, mas que pode

dentro em breve salvar a sua imagem e a de seu partido.

- Ed. 1952 – O bando dos 40

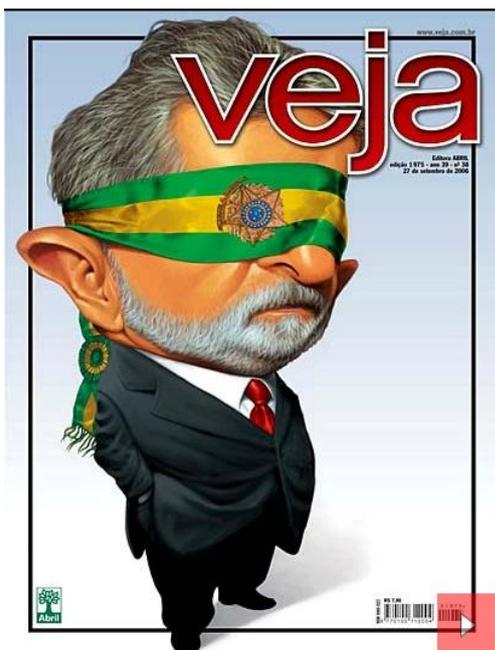


A edição 1952 mostra um quebra-cabeças das pessoas que caíram com as denúncias do mensalão e, no final, a imagem resultante desse quebra-cabeças montado, é a de Lula, aparentemente triste, e preocupado.

Veja afirma que Lula sabia de todo o esquema bandido que seu partido, e aliados, estava montando. A revista mais uma vez acusou sem ter provas reais, baseou-se no depoimento de um procurador-geral e lançou a denúncia contra Lula.

Capa bem elaborada. Apenas com a imagem já leva a mensagem que se pretende lançar.

- Ed. 1975



A edição 1975 não apresenta título, porém a imagem já fala por conta própria. A charge mostra Lula com as mãos nos bolsos, a orelha baixa e a faixa de presidente cobrindo os olhos.

O que podemos analisar dessa charge é que Lula preferiu se esconder atrás da figura de presidente, esconder suas mãos e abaixar a orelha para não mostrar opinião frente aos acontecimentos que estampavam as manchetes dos grandes jornais e revistas do país, e que abalavam a imagem e as estruturas do seu partido e do governo. A orelha baixa nos

remete àquele ditado que diz: “Quando um burro fala, o outro abaixa a orelha”. A



cabeça de Lula aparenta estar inchada, ora por seu ego, ora pelas críticas da imprensa contra ele. Não podemos esquecer a gravata vermelha, símbolo que remete ao PT.

Considerações Finais

Para Jorge Pedro Sousa, no seu livro “Uma história crítica do fotojornalismo ocidental” (2000), o fotojornalismo, no sentido restrito, visa informar, contextualizar e também marcar pontos de vista.

Nesse sentido, através dessa análise, conseguimos corroborar com a ideia de que a imagem passa efetivamente uma mensagem ao seu interlocutor. A imagem do fotojornalismo possui em si uma história, que também inclui avanços de recursos gráficos. O fotojornalismo, segundo Sousa (2000), foi concebido na ideia de dar a credibilidade nas reportagens, como prova, potenciando o *efeito-verdade* (grifo do autor).

Uma foto de capa, assim como as outras presentes ao longo de uma publicação, nunca é escolhida aleatoriamente. A parte estética é um fator importante, mas as imagens sempre vêm impregnadas de outras informações. Estas somadas à linha do veículo evidenciam a posição, estilo e características da publicação. Na história de uma publicação importante, como a *Veja*, ao fotojornalismo atribui-se grande destaque.

A revista *Veja* é conhecida por suas capas bem elaboradas, mas também polêmicas. Polêmicas exatamente por transmitirem seus pontos de vista, sejam eles implícitos ou não.

Além do aspecto de difusoras de opinião e informação, nas análises das 15 capas sobre política nacional ficou clara a relevância da imagem como documento de um processo histórico.

Durante a pesquisa, percebemos o quanto o tema política foi e ainda é muito abordado na imprensa. Na coleta dos materiais impressos, este tema se destacava demasiadamente - não só política nacional, mas mundial também.

Diante deste quadro, a fotografia e a política mostram-se importantes para o jornalismo e a sociedade. É considerável a discussão sobre seus impactos no meio social: a fotografia emblemática, registro da história; e política nacional, os rumos dos país, colocados em discussão nas capas dos veículos impressos. Grande responsabilidade se debruça sobre esta questão, e envolve produtor e receptor.



REFERÊNCIAS

- BARTHES, R. – **A Mensagem Fotográfica. Teoria de Cultura de Massas**, Adordo et al. Luis Costa Lima, org. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- CERQUEIRA, Antonio Ailton Ferreira de,
<<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/2010/1328> em 18/12/2007>
- GAZZOTTI, Juliana. **Imprensa e ditadura: a revista Veja e os governos militares** (1968-1985). Sao Carlos: UFSCar, 1998. 215 p. Mestrado (Sociologia Política)-UFSCAR. CECH. CSo.
- GUIMARÃES, Luciano. **A Cor Como Informação**, 3ª Ed. São Paulo: Annablume, 2004.
- JUNIOR, Luiz Costa Pereira. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes (2009).
- KUCZYNSKI, U.. “**Na saúde e na doença**”: o mito do Salvador na figura do presidente **Tancredo Neves**. Revista Vernáculo, América do Norte, 1, jan. 2011. Disponível em: p://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/vernaculo/article/view/20543/13726. Acesso em: 27 Out. 2011.
- SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.
- SOUZA, Jorge Pedro. Uma história crítica do fotojornalismo ocidental. Florianópolis, SC: Letras Contemporâneas, 2000. 256 p.
- VOLLI, Ugo. **Manual de Semiótica**, São Paulo: Edições Loyola, 2007.