

UM LUGAR DE AUTORIDADE E SABER: A CONSTRUÇÃO DE UM NÓS NAS CAPAS DA REVISTA VEJA

DOI: 10.5935/2177-6644.20200020

A PLACE OF AUTHORITY AND KNOW:
BUILDING A WE ON THE COVERS OF VEJA
MAGAZINE

UN LUGAR DE AUTORIDAD Y SABER:
CONSTRUYENDO UN NOSOTROS EN LAS
PORTADAS DE LA REVISTA VEJA

André Luís Andrade Silva *
Ariane Carla Pereira **

Resumo: O presente artigo visa tecer discussões sobre a prática jornalística da revista Veja entre os anos de 2011 e 2016. O objetivo é discutirmos como a revista busca legitimar este espaço como um lugar de autoridade, no qual, através de articulações entre textos e imagens, busca-se construir um grupo identitário responsável pela produção de uma polarização no âmbito político brasileiro.

Palavras-chave: Revista Veja. análise do discurso. cultura visual.

Abstract: This article aims to discuss the journalistic practice of Veja magazine between 2011 and 2016. The goal is to discuss how the magazine seeks to legitimize this space as a place of authority, in which, through articulations between texts and images, seeks to build an identity group responsible for producing a polarization in the Brazilian political sphere.

Key-words: Veja magazine. discourse analysis. visual culture.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo discutir la práctica periodística de la revista Veja entre 2011 y 2016. El objetivo es discutir cómo la revista busca legitimar este espacio como un lugar de autoridad, en el cual, a través de articulaciones entre textos e imágenes, buscamos construir un grupo de identidad responsable de producir una polarización en la esfera política brasileña.

Palabras-clave: Revista Veja. análisis del discurso. cultura visual.

* Doutorando em História pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE. Email: the.andreluis@hotmail.com

** Dourora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Professora da Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná - UNICENTRO, no Departamento de Comunicação Social (DECS) e no Programa de Pós-Graduação em História (PPGH). E-mail: ariane_carla@uol.com.br

Introdução

O interesse pela história e pelos periódicos tiveram como consequência a consolidação deste artigo, que visa tecer uma análise discursiva das capas da revista *Veja*, publicadas entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016, problematizando o periódico por meio de uma perspectiva desenvolvida sobre os eixos do saber e do poder, produzindo subjetividades. O recorte temporal destinado a investigação diz respeito ao contexto político, já que na época o Brasil passou por momentos conturbados entre a posse presidencial de Dilma Rousseff, em 2011, e seu *impeachment* no ano de 2016, como por exemplo, as manifestações populares de junho/julho de 2013, as manifestações realizadas por apoiadores e contrários ao processo de *impeachment* e, ao momento em que a operação Lava Jato tornava-se protagonista nas denúncias de corrupção ligadas à políticos e ministros do governo.

Desse modo, a partir das fontes selecionadas e da baliza temporal estabelecida, o principal objetivo deste trabalho é investigar de que maneira as capas de *Veja* influenciaram na percepção da realidade dos leitores. Ou seja, como, através do discurso jornalístico, este periódico buscou subjetivar seu público leitor, através de uma cultura visual que busca conduzir condutas, perpetuar estereótipos e conceitos pré-estabelecidos em nossa sociedade. O propósito deste trabalho é desconstruir tudo o que é visto como natural, romper com a imparcialidade e com a neutralidade, questionar os discursos de *Veja*. Visa-se igualmente discutir o periódico como um agente político, tendo em vista que seus enunciados produzem narrativas sobre a política brasileira.

Dos vários espaços de *Veja*, este diagnóstico será feito especificamente em suas capas. As análises são compostas pelo choque interior - interior (*Veja* com *Veja*) e interior - exterior (*Veja* com outros discursos em circulação). As capas selecionadas para análises traziam pautas políticas e jurídicas que, geralmente, estavam ligadas à denúncias de corrupção. A manchete e a chamada de capa buscavam causar impacto, tinham por finalidade reforçar e legitimar o conteúdo visual, ao mesmo tempo que convocavam o público à leitura. As capas de *Veja* tinham por objetivo principal chamar a atenção de seus leitores para determinado fato e/ou reportagem que, a própria revista classificava como mais importante e por isso merece maior destaque na análise que segue. Assim, o objetivo deste artigo é discutir o espaço da revista como um lugar de autoridade, no qual, através de articulações entre textos e imagens, busca-se construir um grupo identitário. As capas examinadas evidenciam a construção de um *Nós*, formado por *Veja* e pelos leitores que aderem as objetividades, mas, também por personagens forjados como heróis, aqueles que lutam por um Brasil com justiça, ordem e sem corrupção, logo, compartilham das mesmas condutas e por este motivo podem nos

servir de referência.

É fato que o estudo com periódicos acaba nos mostrando sujeitos e práticas sociais que atuam na formação do nosso modo de vida, da nossa perspectiva e consciência histórica. Portanto, a imprensa, segundo Capelato (1988), acaba impondo-se como uma força política, pois ela tem a função de despertar as consciências e, até mesmo, modelá-las dentro de uma estrutura que preserva seus valores e interesses, procurando, indicar uma direção para o comportamento social e político do público leitor. Muitas vezes, esses meios de comunicação têm como meta conseguir adeptos para uma causa política. Analisar periódicos não é simplesmente perceber seus traços, mas sim buscar compreender o contexto histórico em que ele está inserido, perceber relações indiretas que aparecem em segundo plano "e para isso é necessário ler os documentos nas entrelinhas" (BURKE, 2011, p. 26). O fato é que uma investigação histórica desenvolvida sobre a análise de uma imprensa escrita pode nos mostrar novas possibilidades de trabalho com periódicos e, também, consolidar os caminhos já abertos pela historiografia.

A construção de um *Nós* nas capas da revista *Veja*

Referência de jornalismo na contemporaneidade, a revista *Veja* é publicada desde setembro de 1968 e em todos esses anos agenda as principais pautas políticas/econômicas, assim como os debates sociais, seu exercício apresenta-se como um guia de referência para seus leitores, tematizando fatos e acontecimentos, atribuindo sentido a pautas e optando pela estratégia de convencer seu público alvo. Não são poucos os brasileiros que sentem-se bem informados e capazes de entender o Brasil e o mundo apenas depois de folhear e ler suas páginas.

As capas de *Veja*, assim como de qualquer outra revista, utilizam simultaneamente discursos verbais e imagéticos para construir narrativas, sejam elas políticas, econômicas, ligadas a fatos do cotidiano. É uma característica dessa unidade informativa, portanto, a utilização de um arsenal de recursos visando impactar e chamar a atenção do leitor, como por exemplo, o entrelaçamento de manchetes, chamadas e imagens, utilizadas para organizar inúmeras narrativas políticas do/sobre o cotidiano e introduzir valores e símbolos que influenciem no âmbito social. Ao mesmo tempo que as capas buscam proporcionar interações com os leitores, espera-se representá-los e convencê-los a mobilizar-se, tomar decisões. As capas de *Veja*, dessa forma, se apresentam como vontades de verdade relativas a assuntos diversos, manifestando-se como um dispositivo autorizado a falar, bem como, interditar vozes. Para auxiliar na compreensão de tais práticas, a tabela a seguir foi elaborada de modo a permitir uma melhor visualização sobre as temáticas abordadas nas capas de *Veja* no

período mencionado. Também, destaco através de um sombreamento na tabela, as temáticas que serão interpeladas para as investigações.

Tabela 01: Temáticas das *Capas*, revista *Veja* (2011 - 2016)

TEMÁTICA DA CAPA	QUANTIDADE DE CAPAS
Temática central: Política brasileira Sub-temas: Diplomacia; Corrupção; Eleições; Democracia; Reforma política; Congresso; <i>Impeachment</i> ; Instituições públicas.	70
Temática central: Poder Judiciário Sub-temas: Constituição; Investigações; Delações; STF; Corrupção; Burocracia; Lei; Ministério Público.	50
Temática central: Sociedade brasileira Sub-temas: Consumo; Estatísticas; Desenvolvimento; Manifestações; Cultura; Relacionamento social.	43
Temática central: Ciência Sub-temas: Pesquisa científica; Educação; Astronomia; Medicina; Saúde.	29
Temática central: Carreira pessoal/profissional Sub-temas: Celebidades; Famosos; Personalidades; Homenagens póstumas; Biografias.	28
Temática central: Política/Economia externa Sub-temas: Desenvolvimento; ONU; Terrorismo; Conflitos armados; Direitos Humanos; Imigração; Eleições; Sustentabilidade.	20
Temática central: Economia brasileira Sub-temas: Inflação; Taxa de juros; Plano Real; Bolsa de valores; Impostos; Custo de vida; PIB; Empreendimento; Investimentos.	19
Temática central: Segurança pública Sub-temas: Crimes; Sistema penitenciário; Investigações; Desastres ambientais; Tragédias.	17
Temática central: Cultura Sub-temas: TV; Novelas; Filmes; Teatro; Músicas; Séries; Internet; Games.	13
Temática central: Esportes Sub-temas: Copa do Mundo 2014; Olimpíada 2012 e 2016; UFC.	11
Temática central: Religião Sub-temas: Catolicismo; Islamismo; Judaísmo; Espiritismo; Fé.	8
Temática central: Estética Sub-temas: Beleza; Corpo; Moda.	5
TOTAL:	313

Fonte: Tabela organizada pelo autor a partir da análise das publicações da Revista *Veja*.

A tabela evidencia que as temáticas mais abordadas por *Veja* em suas capas tem relação com a política brasileira, sendo que em muitas edições esse tema tem relação com denúncias e escândalos de corrupção. Já do ponto de vista estrutural, as 313 capas do período examinado podem ser classificadas em três grandes grupos. O primeiro deles engloba as capas que trazem fotomontagens – isto é, uma imagem criada pelos editores de *Veja* a partir de outras imagens como possibilidade para conectar e/ou romper com diferentes objetos, sentidos e temporalidades – soma 112 capas. A opção por este recurso, está presente em 35,8% das capas publicadas no período. O segundo formato mais utilizado são a publicação de fotografia sem nenhum tipo de edição. Estas imagens estão presentes em 104 capas de *Veja*, ou seja, corresponde a 33,2% das publicações do período analisado. O terceiro grupo é formado por infográficos, que são elementos visuais criados pelos profissionais da revista, que estão presentes em 93 capas, referente a 29,8% das publicações. Os infográficos podem ser mapas, tabelas, gráficos que avaliam ou comparam ideias diferentes, linhas do tempo que destacam acontecimentos e fatos de relevância, e fluxogramas que transmitem as informações e dados aos leitores de forma simples e ágil. Ainda, neste período, 4 capas utilizaram-se apenas de um fundo sólido como base para os letrados das manchetes, totalizando 1,2% das publicações.

Todos os tipos de capas, nesta análise, são tomados como narrativas imagéticas que estabelecem disputas pela construção da história e memória do Brasil, bem como a condução das condutas dos leitores. Assim, o objetivo deste trabalho é discutir este espaço da revista como um lugar de autoridade no qual, através de articulações entre textos e imagens, busca-se construir um grupo identitário responsável pela produção de uma polarização no âmbito político brasileiro, ou seja, a construção de um *Nós*. Com efeito, a investigação encarrega-se de examinar como *Veja* busca selecionar um conjunto de características que irão definir um grupo de pertencimento, o *Nós*, que é formado por *Veja* e pelos leitores que compartilham dos mesmos pensamentos e ideias, e de personagens de referência, ídolos e heróis de uma mesma bandeira - a da reestruturação da ordem e do desenvolvimento do país, a da libertação da corrupção. Assim, o primeiro personagem de referência para *Veja* no período é o então ministro membro do Supremo Tribunal Federal (STF) Joaquim Barbosa.

Figura 01: Capa da revista *Veja*, 2290



Fonte: *Veja*, edição 2290, 10/outubro/2012, capa.

Figura 02: Capa da revista *Veja*, 2349



Fonte: *Veja*, edição 2349, 27/novembro/2013, capa.

Figura 03: Capa da revista *Veja*, 2376



Fonte: *Veja*, edição 2376, 04/junho/2014, capa.

A construção do herói Joaquim teve início em 2012, concomitantemente ao julgamento do mensalão quando o jurista ocupava a cadeira de presidente do STF. Nas capas da revista, ele é alçado a posição de protetor da nação brasileira. Para isso, a revista, de início, enaltece sua trajetória profissional. Afinal, Joaquim (Figura 01) – que é negro e de origem pobre – cumpriu com perfeição a jornada do herói, chegando ao cargo mais alto e cobiçado do meio jurídico. Barbosa é empreendedor de si, vitorioso por méritos próprios, como defende o neoliberalismo. Assim, ele não deve nada a ninguém e, portanto, pode julgar e condenar os inimigos do Brasil, aqueles que colocam em risco a política e as instituições democráticas brasileiras.

O herói Joaquim Barbosa é um guerreiro que pode transformar, com serenidade, o jogo pesado e sujo da política brasileira. Ele é competente para preservar/estabelecer a ordem através da força jurídica que, sem armas, não deixa a impunidade tomar conta do país (Figura 03). Também é uma liderança que está a serviço do povo brasileiro – em especial, as elites socioeconômicas, a classe média urbana, os políticos e empresários honestos com quem *Veja* forma o *Nós* –, que tem como inimigo comum o *Eles* – os corruptos, os "fora da lei" (*Veja*, edição 2349, 27/novembro/2013, capa).

A finalidade das capas de *Veja*, assim, não é simplesmente noticiar, mas também mostrar para o leitor como ler o mundo e se posicionar nele a partir dos fatos e acontecimentos. Como destaca Marlene de Fáveri (2016), as mídias contemporâneas formam imaginários sociais ao publicar textos e imagens que carregam em si sentidos.

Essa mesma luta contra a corrupção leva a revista a apoiar os protestos populares de junho de 2013. *Veja* também coloca-se nas ruas na mesma medida em que os manifestantes também fazem parte do *Nós*.

Figura 04: Capa da revista *Veja*, 2327



Fonte: *Veja*, edição 2327, 26/junho/2013, capa.

Auto-intitulada histórica, a edição publicada em 26 de junho daquele ano estampa em sua capa uma manifestante que encaram o perigo – representado pelo fogo (que também pode ser ligado ao país que arde nas chamas da corrupção) – para defender sua pátria, representada pela bandeira brasileira usada como uma capa – a mesma dos super-heróis (o que a coloca também na posição de paladina), mas também uma espécie de escudo de proteção, ou seja, quem está com o Brasil não tem o que temer porque terá a proteção do *Nós*, que está unido na defesa da nação brasileira. Ao

designar-se como histórica, a edição também defende estar presenciando, escrevendo e registrando um novo capítulo de história do Brasil, um episódio que é o nascedouro de um novo futuro, diferente deste presente. Assim, como analisa Sônia Meneses, “em 2013 a revista realiza um claro processo de apropriação das ocorrências a fim de direcionar seus sentidos aos seus próprios interesses” (MENESES, 2016, p. 231).

Ao enaltecer a tomada das ruas por parte da população, *Veja* encoraja quem ainda não saiu em defesa do país a se posicionar. Afinal, “se não há participação popular nos momentos políticos, dificilmente haverá identificação nacional” (PERIN, 2016, p. 293). Por ter potencial para comover, as manifestações também têm potencial para gerar adesão popular. Afinal, a cobertura dos protestos atrelou estes “ao discurso de que, finalmente, o povo havia despertado” (MENESES, 2016, p. 215). E uma vez consciente, o gigante não mais toleraria a corrupção e deixaria de lutar pela construção de um novo Brasil, como é enunciado na capa da semana seguinte.

Figura 05: Capa da revista *Veja*, 2328



Fonte: *Veja*, edição 2328, 03/julho/2013, capa.

O grito dos brasileiros que foram as ruas é enaltecido na fotomontagem. Ao quebrar o silêncio, os cidadãos do país mostraram, segundo a revista, sua força e, assim, encurralaram o congresso e o planalto, que ficaram por um fio de escorregar ladeira abaixo. *Veja* reafirma seu papel de guia, a de quem conduz condutas, mais do que isso, busca-se notificar os leitores de que suas reportagens/denúncias foram bem sucedidas, pois mostraram resultados. É um diálogo de cunho político, estabelecido entre *Veja* e seu público leitor, mas ao mesmo tempo, é um discurso estendido a todos aqueles que queiram aderir a nosso grupo, aqueles que compactuam conosco, sendo contra a corrupção, o Estado inchado e assistencialista, a medidas protecionista na economia que regulagem os preços, aderir ao *Nós* é lutar por uma nova política no Brasil.

Veja assume a prática jornalística de conduzir, agendar e organizar toda uma narrativa sobre os acontecimentos por meio de constantes discursos que produzem efeitos de uma determinada realidade. De fato, a articulação realizada nas capas entre a imagem, manchete e chamada, instaura a forma com que o leitor deve interpretá-la. A relação que *Veja* busca estabelecer com seu leitor é de revista/ativo e leitores/passivos, pois, a revista elabora sínteses sobre os fatos e acontecimentos, organizados em narrativas próprias que buscam atribuir sentido à realidade. Como nos lembra Reinaldo Lindolfo Lohn (2014), os meios de comunicação atuam também na esfera das representações políticas, capazes de formar preocupações públicas, assim como narrativas que permitem o leitor a interpretar os acontecimentos.

No ano seguinte, os debates entre os presidencializáveis acaloraram o espectro político brasileiro. Neste mesmo período, temos um novo personagem forjado por *Veja* como o libertador de um povo. Durante o processo eleitoral, o candidato Aécio Neves (PSDB - MG) emerge como um "fator surpresa" (*Veja*, edição 2395, 15/outubro/2014, capa).

Figura 06: Capa da revista *Veja*, 2395



Fonte: *Veja*, edição 2395, 15/outubro/2014, capa.

Aécio é o candidato que tem como missão romper com a hegemonia de governos do PT – dois mandatos de Lula e um de Dilma Rousseff. Ele é colocado na posição de único capaz de colocar o Brasil em novos trilhos que levarão o país na direção do *Nós*. *Veja*, dessa maneira, busca representar Aécio como o oposto de Dilma Rousseff, candidata à reeleição. Se ela é velha e representa o velho, ele é o jovem que representa o novo. Se ela é carrancuda e incapaz de lidar com o diverso, ele não se deixa abater e sorri diante das adversidades.

A escolha da foto de Aécio, que foi estampada na capa de 15 de outubro de 2014, é uma evidência do posicionamento de *Veja*. Afinal, as fotografias trazem consigo expressões faciais que

remetem-se à significados culturalmente codificados, dos quais teatralizam um acontecimento ou uma personalidade. Quando *Veja* publica a imagem de um Aécio Neves sorridente e confiante quer disseminar essa percepção entre seus leitores, a de que ele faz parte do *Nós*. Afinal, como salienta Ulpiano Meneses (2003), a produção de sentidos é dialógica, socialmente construída e mutável, baseada na interação entre enunciador e enunciatário e numa relação de empatia e sentimentalismo. O mesmo jogo de sentidos está presente em outra capa de *Veja* datada de 20 de outubro de 2010, quando nas eleições daquele ano a revista já tentou guinar a candidatura de Aécio Neves em sua disputa pelo governo do Estado de Minas Gerais.

O candidato do PSDB é definido como o “político das viradas impossíveis” (*Veja*, edição 2187, 20/outubro/2010, capa), numa tentativa de convencimento dos eleitores de que a eleição não está perdida e que, se todos acreditarem e trabalharem para isso, é possível virar o jogo político. Ou seja, um exemplo de condução de condutas da publicação que, atuando com as variáveis busca conquistar a confiança do leitor para o cenário que defende. Assim, como "o enunciador é um sentenciador" (PRADO; RAMALDES, 2008, p. 178), nesse momento é publicada uma fotomontagem em que Aécio, sorridente, está tirando a camisa e o paletó - num ato análogo ao do jornalista Clark Kent quando transformava-se no herói Super Homem. Também uma forma de dizer que o candidato está de peito aberto para enfrentar as adversidades e resolver os problemas do Brasil. Para isso, basta que o e(lector) (de *Veja*) confirme seu voto no herói verde-amarelo, cor do seu uniforme de paladino escondido por baixo das vestes de político. Leitura das imagens corroborada pela manchete que reforça o poder de Aécio.

Figura 07: Capa da revista *Veja*, 2187



Fonte: *Veja*, edição 2187, 20/outubro/2010, capa.

Com a derrota de Aécio Neves para Dilma Rousseff, um novo herói precisa ser forjado por *Veja* na batalha para livrar o Brasil e os brasileiros do Partido dos Trabalhadores. Assim surge Michel Temer. O vice de Dilma tem a imagem, pouco a pouco, afastada da presidenta e, assim, é alçado à condição de salvador da pátria.

Figura 08: Capa da revista *Veja*, 2452



Fonte: *Veja*, edição 2452, 18/novembro/2015, capa.

Figura 09: Capa da revista *Veja*, 2476



Fonte: *Veja*, edição 2476, 04/maio/2016, capa.

Na tentativa de convencimento do leitor de que Michel Temer é capaz de ocupar a cadeira de presidente, a revista busca conferir a ele uma tez de competência técnica. Não mais a jovialidade e a simpatia de Aécio. Para tirar o país do buraco econômico que Dilma e o PT teriam colocado, Temer é um senhor sereno, que acumula experiência, conhecimento e sabedoria.

Veja é um veículo capaz de orientar seus leitores à uma tomada de decisão. O ato de conduzir condutas, é o ato do exercer poder sobre a vida, feito por *Veja* através do exercício do saber jornalístico, atuando ao mesmo tempo na construção social, política e na formação de identidades. Afinal, como salienta Foucault (2018), quando o alvo do poder é a população, a forma para se governar é através dos saberes. *Veja* publica capas com imagens, muitas vezes, já consumidas pelos leitores em outros veículos de comunicação, a estratégia então é dar um novo sentido a elas.

Para que Temer pudesse chegar ao poder foi necessária a abertura do processo de *impeachment*, sua aprovação e, conseqüente, afastamento da presidenta eleita Dilma Rousseff. Nesse sentido, o maior de todos os heróis de *Veja* é o juiz responsável pelo julgamento dos processos da operação Lava Jato, o paranaense Sérgio Moro. Seu trabalho desempenhado foi responsável, em grande parte, por impulsionar as vozes favoráveis ao afastamento da presidenta.

Figura 10: Capa da revista *Veja*, 2398



Fonte: *Veja*, edição 2398, 05/novembro/2014, capa.

Figura11: Capa da revista *Veja*, 2424



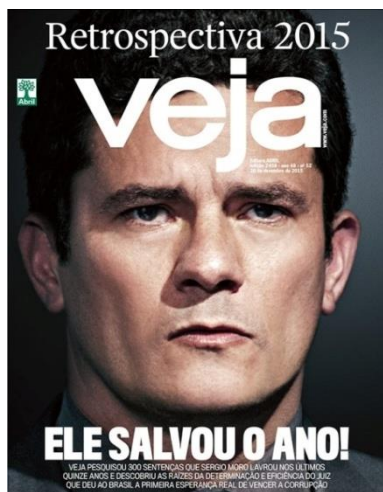
Fonte: *Veja*, edição 2424, 06/mayo/2015, capa.

Em 2014, quando Sérgio Moro estampou pela primeira vez uma capa de *Veja*, ele ainda era um personagem novo, pouco conhecido nacionalmente. Por isso, a necessidade de apresentá-lo ao leitor. Assim, sua fotografia é acompanhada – para além da manchete e da chamada, de uma legenda no canto esquerdo da capa: "juiz federal Sergio Moro" (*Veja*, edição 2398, 05/novembro/2014, capa). Moro é discursivizado por *Veja* como um homem frio e calculista, um estrategista capaz de analisar com serenidade os passos de seus adversários (lembrando que heróis têm adversários, juízes não). O *Nós*, a partir desse momento tem um novo fator aglutinador: o juiz e a Lava Jato. Moro assim como Barbosa concluiu a jornada do herói. Vindo do interior conquistou a aprovação em concurso público para uma vaga extremamente concorrida, a de juiz federal. Atuando numa vara de primeira instância – a mais baixa hierarquicamente no sistema judiciário brasileiro – mostrou-se firme o suficiente para não se dobrar diante dos poderosos. Sua força coloca-o na posição de quem tem coragem suficiente para combater a desordem política brasileira.

Assim, o juiz Sérgio Moro e a Lava Jato funcionam como uma propaganda no intuito de controlar o pensamento dos leitores e construir um consenso entre *Nós*. Moro é quem combate a desordem política no Brasil, é por este motivo que *Eles*, os corruptos, querem o calar.

Figura 12: Capa da revista *Veja*, 2458

Figura 13: Capa da revista *Veja*, 2480



Fonte: *Veja*, edição 2458, 30/dezembro/2015, capa.



Fonte: *Veja*, edição 2480, 01/junho/2016, capa.

As capas de *Veja* buscam estabelecer uma ruptura com o passado, marcando um antes e um depois da operação Lava Jato. Antes tínhamos *Eles* no comando de um Brasil politicamente sujo, governado por um partido tomado pela corrupção e por políticos despreparados. Com a Lava Jato emerge um Brasil passado a limpo, com a ordem estabelecida, justiça e respeito às instituições democráticas, um Brasil que o *Nós* desejava (Figura 12). *Veja* transforma o juiz Sérgio Moro em um *popstar* ao expor sua imagem e publicar suas sentenças proferidas fora dos autos dos processos. Nesse contexto, como lembra Jessé Souza (2019), o judiciário no Brasil possui uma áurea de arrogância, é extremamente elitizado e os juízes comportam-se como se estivessem em uma monarquia, passando o cargo, geralmente, para sua geração seguinte. Porém, a estratégia de *Veja* é romper com este paradigma brasileiro, mostrando que Moro é um homem comum, gente como a gente, que não se deixa corromper pela posição de poder. Um ser acima de todas as suspeitas.

De fato, o trabalho com as capas de *Veja* nos obriga a percorrer o ciclo completo de suas produções durante o período analisado. Cada capa traz consigo um discernimento singular, mas sua interação social é intensificada no longo prazo, com a publicação de outras capas que alinhadas produzem sentido, mobilizam os leitores, os personagens representados, os valores, o tempo e espaço. As imagens estampadas nas capas, independente da forma, são mais do que complementos da manchete e chamada. Os editores de *Veja* ao produzirem a capa semanal, buscam produzir sintonia, articulando diferentes tipos de linguagens, discursiva e imagética, buscando construir um grupo identitário. Como frisa Chartier, a construção das identidades sociais é resultado sempre de uma "relação de força entre as representações impostas por aqueles que detém o poder de classificar e de nomear e a definição, de aceitação ou de resistência, que cada comunidade produz de si mesma" (CHARTIER, 1991, p. 183). As representações feitas por *Veja*, possuem uma função

mediadora, visto que, informam as diferentes modalidades de apreensão do real, através dos meios linguísticos e/ou imagéticos que, tornam-se instrumentos para fazer ver um objeto ausente. Assim, são através dessas categorias que constroem-se os diálogos entre a revista e o leitor.

Segundo Stuart Hall (2015), a definição de identidade ainda é demasiadamente complexa, pois, em nossa atualidade, o sujeito está conceitualizado como não possuidor de uma identidade fixa, essencial ou permanente. Assim, a identidade torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. O *Nós* apresentado por *Veja*, compõem a sociedade e constrói sua realidade de mundo através de representações conflitantes com *Eles*. Esta prática busca fazer e reconhecer os sujeitos a uma identidade social, a exibir uma maneira própria de ver e ser no mundo, de significar simbolicamente um estatuto e uma posição, mas, também, eleger seus representantes, líderes singulares que sejam visíveis para reconhecimento de seu respectivo grupo, comunidade ou classe.

Em meio ao *Nós*, grupo identitário de pertencimento da revista *Veja*, o que está em jogo é tornar os sujeitos-leitores seres governáveis, de maneira mais rentável e dócil possível, possibilitando poucos espaços para sua emancipação, pois, a constituição de si mesmo é feita permeada com o outro, remodelado a partir de uma malha fluida de relações de saber e poder. Desta maneira, quando os leitores de *Veja* aderem as características do *Nós*, estão, neste momento, inseridos em um processo de subjetivação que os constituem como sujeitos. Também, entendido por Prado como uma "visão contratualista, entre o enunciador mediático e enunciatário" (PRADO, 2013, p. 161), com o qual o destinatário (neste caso o leitor) acaba identificando-se com a revista, passando a consumir modos de ser, pensar e agir.

O modo de subjetivação está ligado com o saber/poder, atrelados ao fator social, político e cultural, também, possuem tempo e espaço específicos, pois surgem de condições de possibilidades próprias, como por exemplo, o momento de crise política e econômica no Brasil, que fez emergir discursos que estavam silenciados, como o discurso do *impeachment*. Assim, *Veja* como pertencente do *Nós*, é responsável por estabelecer os temas que devem ser apresentados e discutidos por seus leitores, também, fica a seu caráter difundir explicações, propor soluções e construir sentido aos fatos e acontecimentos públicos.

Considerações finais

O exame realizado nas capas de *Veja* nos mostraram como este espaço é um lugar de

autoridade, no qual articula-se textos e imagens. Através de suas capas, *Veja* buscou construir um grupo identitário, *Nós*, composto pelo periódico e pelos leitores que assumiram compartilhar dos mesmos ideais, em oposição aos corruptos, responsáveis pela decadência no país. Assim, as capas de *Veja* neste período, foram responsáveis por contribuir para uma polarização do âmbito político brasileiro. Deste modo, *Veja* assumiu a prática jornalística de conduzir, agendar e organizar toda uma narrativa sobre os acontecimentos e personagens por meio de suas capas que produziam efeitos de verdade, instaurando a forma com que seus leitores deveriam interpretá-las. Os discursos de *Veja* consolidaram-se como construtores de práticas identitárias e, portanto, de subjetividades.

Embora não possamos atribuir somente a *Veja* a construção de um imaginário coletivo referente ao Brasil, é possível destacarmos sua importante função na veiculação de signos que contribuem nesta perspectiva, seja através de suas capas ou de outras seções. *Veja* se caracteriza não só como um jornalismo interpretativo, mas também como uma voz de verdade, que distingue o que é normal, científico, racional, apresentando-se como um manual de instrução, descrevendo receituários para a vida de seus leitores, tendo como finalidade apontar, alertar e resolver problemas como a da corrupção, educação, segurança, meio ambiente, economia, que estão relacionados com o dia a dia, com a vida particular e pública dos leitores. A função de guia desempenhada por *Veja* tem como levar seus leitores a seguirem um caminho, o que a revista defende como correto, a aderirem à comportamentos conformes, conduzindo-os à uma maneira de pensar, ser e estar no mundo. Tal prática caracteriza-se por processos de objetivação e subjetivação.

Entre 2011 e 2016, o jornalismo da revista *Veja* participou dos debates públicos, contribuindo semanalmente com interpretações dos fatos e destacando personagens e acontecimentos. Torna-se necessário para qualquer sociedade democrática ter os veículos de comunicação livres e assegurar sua liberdade de expressão. Por outro lado, é primordial a atenção para possíveis construções de narrativas que subjetivam os indivíduos, consistindo em olhares naturais para os acontecimentos e a construção de personagens essenciais para nossa história política. Nesse sentido, a ênfase deste trabalho ficou por conta dos interesses transversais nas narrativas construídas pelas capas de *Veja*, as quais pretendem buscar uma nova ordem social, política e econômica através da condução de seus leitores.

Referências

BURKE, Peter. Abertura: a nova história, seu passado e seu futuro. In: _____ (Org.). **A escrita da História: novas perspectivas**. São Paulo: Unesp, 2011. p. 07 - 38.

CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto, 1988.

CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Estudos avançados**, v. 5, 1991, p. 172 - 191.

FÁVERI, Marlene de. O divórcio em *Manchete*. In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016, p. 129 - 158.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica: curso dado no Collège de France (1978 - 1979)**. Trad. Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70, 2018.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guaraci Lopes Louro. 12ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015, p. 11 - 12.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. O teatro político e seus intérpretes: o início da redemocratização nas páginas de *Isto É*. In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980)**. Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 97 - 122.

MENESES, Sônia. Fora Collor e marchas de junho: imprensa e construção de sentidos sobre as mobilizações populares de 1992 e 2013. In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016. p. 213 - 238.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. **Revista Brasileira de História**, v. 23, n. 45, 2003, p. 11 - 36.

PERIN, Iara Steiner. E ficou a pátria livre? nacionalismo e ditadura na revista *Veja* (1969 - 1986). In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016, p. 293.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ, 2013.

_____; RAMALDES, Dalva. O corpo do poder: estudo semiótico da figura de Lula na campanha presidencial de 1989 nas revistas semanais *Veja* e *Istoé*. **Brazilian Journalism Research**. v. 1, n. 1, 2008, p. 178.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso: da escravidão a Bolsonaro**. Rio de Janeiro: GMT editores, 2019.

Recebido em: 30 de setembro de 2019.

Aprovado em: 02 de março de 2021.