

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

PALOMA VAZ PINTO REIS

**O RELAÇÕES PÚBLICAS NA ANÁLISE DA IMAGEM: A REPRESENTAÇÃO
DO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF NAS CAPAS DA REVISTA
VEJA**

CURITIBA

2017

PALOMA VAZ PINTO REIS

**O RELAÇÕES PÚBLICAS NA ANÁLISE DA IMAGEM: A REPRESENTAÇÃO
DO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF NAS CAPAS DA REVISTA
VEJA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná como requisito à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas.

Orientador: Prof. Dr. Luís Carlos dos Santos

CURITIBA

2017

RESUMO

Este trabalho tem como tema a análise das capas da Revista Veja, publicadas durante o período de *Impeachment* de Dilma Rousseff e a ótica estratégica do profissional de Relações Públicas, para compreender a forma como o período foi representado nas imagens das 09 capas selecionadas. O principal objetivo deste trabalho foi discutir de que forma foi tratado visualmente o período de *Impeachment* pelo veículo selecionado, a Revista Veja, e como a mesma representou sua opinião nessas imagens. Essa pesquisa se desenvolveu a partir de pesquisa bibliográfica, uma análise com abordagem semiótica e um grupo focal, realizado com estudantes de Comunicação Social. Como conclusão, chegou-se ao entendimento de que as imagens das capas foram produzidas de maneira a representar a opinião da Veja sobre o período do *Impeachment*.

PALAVRAS-CHAVE: Capas de Veja; Impeachment; Semiótica; Grupo Focal.

ABSTRACT

This research has as theme the analyzes of the covers of Veja magazine, published during the Impeachment of Dilma Rousseff, and the strategic vision of the Public Relations professional, to understand how the period was represented on those 09 selected covers. The main goal was discover how the period was treated visually by the magazine and how they represented their opinion in those images. This research was developed using a bibliographic search, a semiotic analyzes and a focus group, realized with college students of Social Communication. In conclusion, was understand that the images were produced for representing the opinion of Veja magazine about the Impeachment period.

KEY WORDS: Veja Covers; Impeachment; Semiotics; Focus Group.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	10
2 REPRESENTAÇÕES VISUAIS	21
2.1 A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM AO LONGO DA HISTÓRIA.....	21
2.2 PINTURA, FOTOGRAFIA, REVISTA E CINEMA.....	27
2.3 TV E INTERNET	36
3 SEMIÓTICA: UMA ABORDAGEM PARA ANALISAR A IMAGEM	40
4 A REPRESENTAÇÃO DO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF NAS CAPAS DE VEJA	54
5 GRUPO FOCAL	77
6 ANÁLISE DO FOCUS GROUP	82
6.1 POR QUE CAEM OS PRESIDENTES – Outubro / 2015.....	84
6.2 O PLANO TEMER – Novembro / 2015	85
6.3 IMPEACHMENT – Dezembro / 2015.....	86
6.4 SAIU MUITO MAIS CARO – Março / 2016.....	87
6.5 DILMA EM LIQUIDAÇÃO: SUPERQUEIMA DE CARGOS – Abril / 2016.....	88
6.6 FORA DO BARALHO – Abril / 2016	89
6.7 EDIÇÃO EXTRA IMPEACHMENT – Abril / 2016	90
6.8 A APOSTA TEMER – Maio / 2016.....	91
6.9 TCHAU, QUERIDA. TCHAU, QUERIDO. – Maio / 2016.....	92
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS	100
APÊNDICE	106
ROTEIRO DO GRUPO FOCAL	106

LISTA DE TABELA

TABELA 1 Fases do Processo de Impeachment	51
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Faixa etária de públicos da revista	14
GRÁFICO 2 Gênero de públicos da revista	14
GRÁFICO 3 Distribuição da revista nas capitais do país	15

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 Pintura rupestre: Arte da caverna	22
FIGURA 2 Escrita Cuneiforme	23
FIGURA 3 Hieróglifos em paredes de templo egípcio	24
FIGURA 4 Deuses Set e Rá-Atum	26
FIGURA 5 Deuses Hórus, Thoth e Bastet	27
FIGURA 6 Chegada de Cristo a Jerusalém de Pietro Lorenzetti	28
FIGURA 7 Entrega das Chaves a São Pedro de Perugino	29
FIGURA 8 Reprodução em papel, a partir do original em placa metálica, feita por Joseph Niepce, em 1826	31
FIGURA 9 Horse in Motion. Reprodução do registro do galope de um cavalo, por Edward Muybridge, 1878	32
FIGURA 10 Fotografia colorida em autocromo, de Alfred Stieglitz	33
FIGURA 11 Chegada do trem à estação, filme dos irmãos Lumière	35
FIGURA 12 Blog de moda e lifestyle	37
FIGURA 13 Perfil da Kim Kardashian	38
FIGURA 14 Capa da revista Veja, edição 2447, outubro de 2015	43
FIGURA 15 Capa da revista Veja, edição 2452, novembro de 2015	44
FIGURA 16 Capa da revista Veja, edição 2455, dezembro de 2015	45
FIGURA 17 Capa da revista Veja, edição 2467, março de 2016	46
FIGURA 18 Capa da revista Veja, edição 2473, abril de 2016	47
FIGURA 19 Capa da revista Veja, edição 2474, abril de 2016	48
FIGURA 20 Capa da revista Veja, edição Especial 2474, abril de 2016	49
FIGURA 21 Capa da revista Veja, edição 2476, maio de 2016	50
FIGURA 22 Capa da revista Veja, edição 2477, maio de 2016	51
FIGURA 23 Capa da revista Veja, edição 2447, outubro de 2015	55
FIGURA 24 Capa da revista Veja, edição 2452, novembro de 2015	58
FIGURA 25 Capa da revista Veja, edição 2455, dezembro de 2015	60
FIGURA 26 Capa da revista Veja, edição 2467, março de 2016	62
FIGURA 27 Capa da revista Veja, edição 2473, abril de 2016	65
FIGURA 28 Capa da revista Veja, edição 2474, abril de 2016	67

FIGURA 29 Capa da revista Veja, edição Especial 2474, abril de 2016	69
FIGURA 30 Capa da revista Veja, edição 2476, maio de 2016	72
FIGURA 31 Capa da revista Veja, edição 2477, maio de 2016	74
FIGURA 32 Capa da revista Veja, edição 2447, outubro de 2015	84
FIGURA 33 Capa da revista Veja, edição 2452, novembro de 2015	85
FIGURA 34 Capa da revista Veja, edição 2455, dezembro de 2015	86
FIGURA 35 Capa da revista Veja, edição 2467, março de 2016	87
FIGURA 36 Capa da revista Veja, edição 2473, abril de 2016	88
FIGURA 37 Capa da revista Veja, edição 2474, abril de 2016	89
FIGURA 38 Capa da revista Veja, edição Especial 2474, abril de 2016	90
FIGURA 39 Capa da revista Veja, edição 2476, maio de 2016	91
FIGURA 40 Capa da revista Veja, edição 2477, maio de 2016	92

1 INTRODUÇÃO

Essa pesquisa teve início a partir do interesse da pesquisadora em política e imagem, por isso, para trazer um tema mais atual, foi escolhido analisar capas de revista que se tratavam do período político no Brasil, durante o processo de *Impeachment* de Dilma Rousseff, mas para conseguirmos compreender as imagens, primeiro precisamos nos contextualizar do período.

No ano de 2013, a população brasileira se indignou contra os aumentos na tarifa do transporte público em várias cidades do país, e isso foi considerado o estopim para a revolta da população, que enfatizava estar cansada com os níveis de corrupção presentes na política do país. Esse ocorrido deu início a um longo período de manifestações, no qual o povo saía às ruas para protestar contra a classe política e o governo, em suas diversas instâncias, e defender sua causa.

A primeira delas ocorreu no mês de junho daquele ano, na capital de São Paulo, exatamente para reclamar o aumento da tarifa nos transportes coletivos de ônibus. Tais manifestações foram organizadas a partir de eventos no *Facebook*¹, uma ferramenta que passou a ser muito utilizada para este fim, e que foram coordenadas pelo Movimento Passe Livre. Após esse momento, as manifestações se tornaram mais comuns no país, assim como a demonstração pública de insatisfação com o governo vigente, na época presidido por Dilma Rousseff.

Como exemplo, em junho do mesmo ano, a então presidente, filiada ao partido dos trabalhadores (PT), foi vaiada ao discursar na abertura da Copa das Confederações, o que voltou a se repetir em vários discursos proferidos posteriormente.

As pautas começaram a se dividir e a população começou a se tornar cada vez mais ativa nas suas reivindicações. Na primeira metade de 2014, a maioria das manifestações tinha como intuito reclamar dos gastos, muito acima do programado, com a Copa do Mundo de Futebol, que o país sediaria naquele ano. No mesmo ano também ocorreram as eleições para Presidente da

¹ O *Facebook* é uma rede social lançada em 2004 que tem o intuito de conectar pessoas. Nesse ano de 2017, o aplicativo atingiu a marca de 2 bilhões de usuários ativos mensal, isso o torna a maior rede social digital do mundo, sendo que 40% da população mundial se encaixa na parcela de indivíduos ativos nas redes sociais digitais e 37% na parcela de indivíduos ativos nas redes sociais através dos smartphones.

República, na qual Dilma Rousseff, do PT, foi reeleita com 51,65% dos votos sobre Aécio Neves, candidato filiado ao PSDB.

A presidente que continuou em exercício prometera, a partir de então, combater a corrupção. Porém, vieram a tona notícias de escândalos e desvios de recursos públicos que estavam ocorrendo na Petrobras. Aécio Neves, que tem mandato de senador, e outros parlamentares da oposição ao partido dos trabalhadores convocaram a população, através de um vídeo postado na página do *Facebook*, para ir às ruas se manifestar contra o “Petrolão”, termo criado para retratar o escândalo na Petrobras. Em outro vídeo, postado na página da manifestação, Aloysio Nunes (2017), ministro das relações exteriores do país, demonstra sua insatisfação com o governo, convidando as pessoas para participar da manifestação e diz que protestariam “contra os abusos desse poder do PT”, “contra a corrupção” e “contra essa lei nefasta que a Dilma mandou pro Congresso, que acaba com a responsabilidade fiscal”, conforme sua fala no vídeo. Então, cerca de 2,5 mil pessoas, segundo dados da Polícia Militar de São Paulo, saíram às ruas da capital paulista, indignadas com o resultado das urnas e pedindo o *Impeachment*² da presidente. No mesmo mês, dezembro de 2014, o PSDB pede ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a cassação de Dilma Rousseff e de seu vice, Michel Temer.

Em 2015, as manifestações contra o governo Dilma só aumentaram. No mês de março, mais de 2 milhões de pessoas saíram em manifestação em ao menos 160 cidades do país, segundo a Polícia Militar. Essa mobilização, mais uma vez, foi feita através do *Facebook*, criando eventos e chamando cada vez mais gente para participar das passeatas, porém dessa vez as manifestações eram organizadas por outros movimentos. Em dezembro do mesmo ano, o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, aceita o pedido de *Impeachment* da presidente protocolado pelos advogados Hélio Bicudo, Miguel Reale Junior e Janaína Paschoal. Após pouco mais de um ano de processo, análise e votações, em agosto de 2016, Dilma Rousseff foi definitivamente afastada do cargo de Presidente da República, após votações na Câmara Federal e no Senado.

² De acordo com Gabriel Marques, professor de direito da UFBA, o impeachment trata-se de quando uma autoridade é afastada de seu cargo por cometer uma infração de crime comum, crime de responsabilidade ou desrespeito às leis constitucionais. Quando tal autoridade sofre um impeachment a mesma sofre algumas consequências, como não poder exercer uma função pública por um certo período de tempo, no caso de um presidente, oito anos.

De acordo com o artigo 86 da Constituição Federal (BRASIL, 1988), um pedido de *Impeachment* pode ser realizado por qualquer cidadão. Então o pedido é analisado e caso seja constatado algum crime, o Supremo Tribunal Federal fica responsável pelo julgamento da autoridade. Ainda segundo a Constituição (1988), em caso de crime de responsabilidade, a autoridade é afastada imediatamente do cargo e julgada pelo Senado.

Um crime de responsabilidade é na realidade uma infração político-administrativa, e de acordo com o site do Senado Federal (2017), são classificadas assim condutas que vão contra:

[...] a própria Constituição, a existência da União; o livre exercício dos Poderes Legislativo e Judiciário, do Ministério Público e dos estados; o exercício dos direitos políticos, individuais e sociais; a segurança interna do país; a probidade administrativa; a lei orçamentária; o cumprimento da lei e das decisões judiciais. (SENADO, 2017)

Quando um Presidente da República é afastado do cargo por *Impeachment*, como aconteceu com Dilma Rousseff, quem assume sua posição é seu vice, no caso, Michel Temer. Se o vice-presidente, por algum impedimento, não puder assumir, os presidentes da Câmara dos Deputados, do Senado Federal ou do Supremo Tribunal Federal, nesta ordem, devem assumir temporariamente, até que ocorram novas eleições.

Durante todo o processo de *Impeachment*, os meios de comunicação se dedicaram a cobrir todas as informações. Um dos meios que tratou do assunto foi a revista *Veja*, a qual vamos analisar nesse trabalho, mais especificamente, as imagens das suas capas, no período de outubro de 2015 a junho de 2016, totalizando nove edições. Foi definido esse recorte porque durante esse período a revista fez diversas capas sobre o processo de *Impeachment*, e foram selecionadas as que mais se relacionavam com o assunto. Além disso, todas as capas foram disponibilizadas pela própria Revista em um acervo digital. A decisão de analisar as capas também surgiu a partir do interesse da pesquisadora em entender o que aquelas imagens poderiam representar formal e conceitualmente.

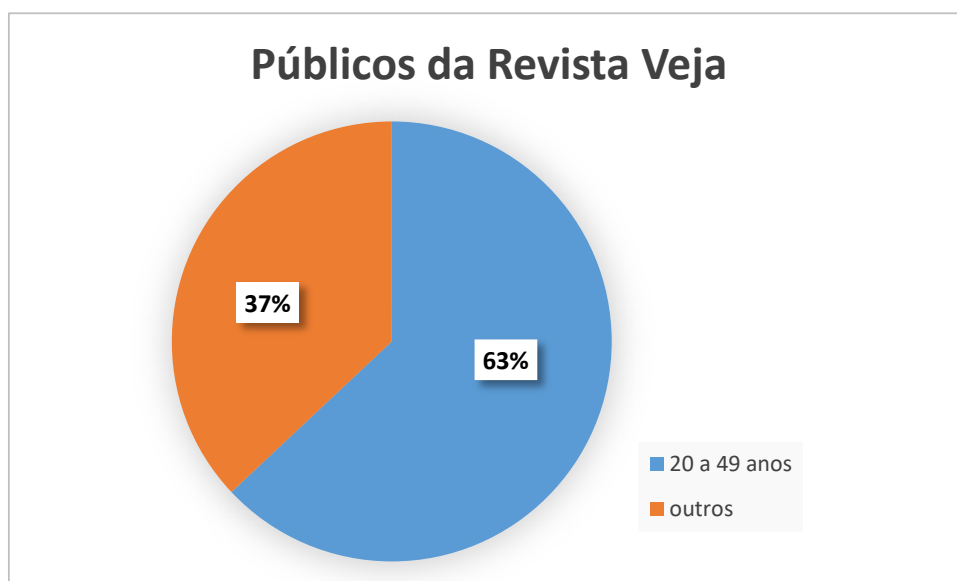
Falando da revista, a *Veja* foi criada em 1968 pelos jornalistas Roberto Civita e Mino Carta, e é propriedade da Editora Abril. A revista teve sua primeira edição em 11 de setembro do mesmo ano e foi batizada como *Veja e Leia*. Sua primeira capa trazia como manchete “O Grande Duelo no Mundo Comunista”, e sua tiragem de 700 mil exemplares se esgotou rapidamente. Porém, a quantidade de exemplares

vendidas caiu em sua segunda edição, e continuou a cair a cada mês, já que era uma revista mensal. Entendia-se o fracasso da revista pelo seu formato de matérias longas, densas e pouco ilustradas, e a situação se manteve insatisfatória em questão da censura implantada no país em 1964, anterior ao lançamento da revista. A revista só alcançou um equilíbrio entre despesas e lucro em 1975, quando suas edições já eram semanais e com a criação do sistema de assinaturas.

A revista tem como intuito um conteúdo abrangente, abordando desde política e economia até cultura, artes e entretenimento, facilitados por uma linguagem clara que facilita o entendimento do público. A revista atualmente é dividida em 14 seções: entrevista - impressa em páginas de cor amarela, traz “bate-papos” com personalidades de diferentes áreas; ponto de vista – no qual são expressas as opiniões dos colunistas; Millôr - essa seção fica à disposição do crítico de costumes, Millôr Fernandes, que dá nome à seção; holofote - com notícias sobre os bastidores de pessoas públicas; Veja essa - uma seção de frases que fazem o resumo da semana; gente - notas sobre famosos; radar - com informações do mundo político e econômico; datas - com um resumo das notícias mais importantes da semana anterior; Veja recomenda - com indicações de entretenimento; Brasil - com cobertura de informações políticas e assuntos mais destacados na semana; internacional - com a política e os assuntos internacionais mais relevantes; geral - uma seção de comportamento com notícias que o leitor “precisa” saber; guia - notas sobre o dia-a-dia; e ensaio - seção na qual são comentada os temas da atualidade.

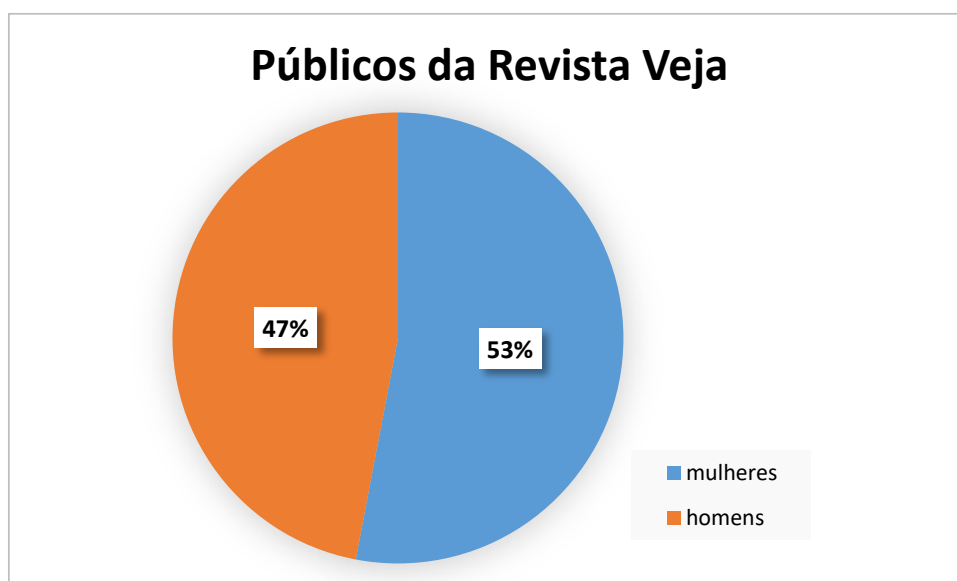
De acordo com um estudo do site Mundo das Marcas (2017), a Revista Veja pode ser considerada uma das revistas mais influentes do Brasil, e a terceira maior revista semanal do mundo, que em 2009 chegou a contar com mais de 920 mil assinantes, e que correspondiam a 86% das suas vendas. Hoje, de acordo com o site da editora Abril (2017), responsável pela distribuição da revista, o periódico conta com mais de um milhão de assinantes em suas versões impressas e digitais. Voltando ao estudo feito em 2009 pelo Mundo das Marcas (2017), com relação ao público, aproximadamente 63% dos leitores estão entre 20 e 49 anos, sendo 53% dele composto por mulheres, conforme indicado nos gráficos 1 e 2, a seguir, também, em relação à pesquisa de mídia, MARPLAN, de 2006, 41% dos leitores da Veja tem renda individual mensal acima de seis mil reais, já em renda familiar mensal, 45% dos leitores encontram-se acima de nove mil reais.

GRÁFICO1 Faixa etária de públicos da revista



FONTE: adaptação da pesquisa do Mundo das Marcas.

GRÁFICO 2 Gênero de públicos da revista

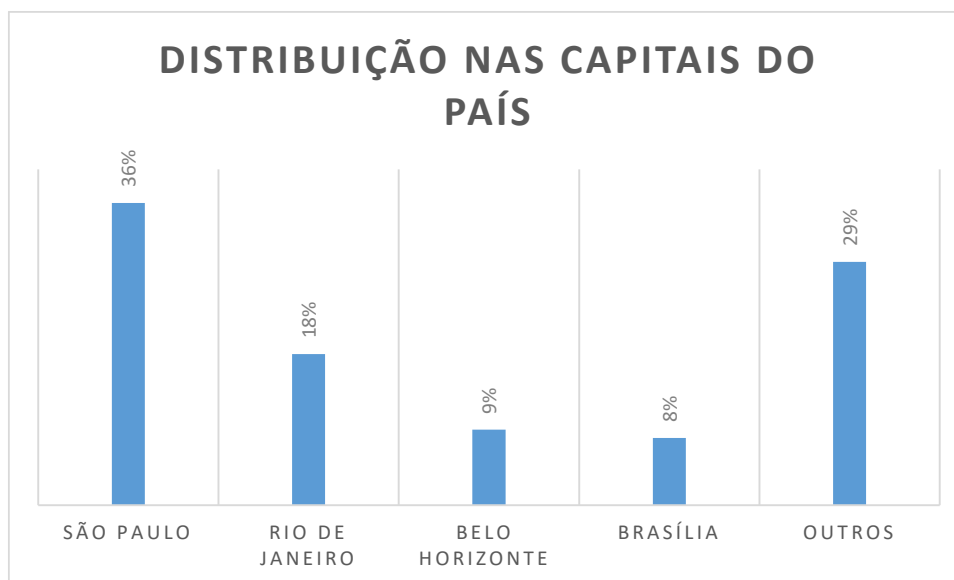


FONTE: adaptação da pesquisa do Mundo das Marcas.

Ainda se concentrando na última estimativa feita em 2009, a Revista também alcançava mais de 30 mil pontos de venda em todo o país, o que garante aos seus anunciantes uma grande exposição. São Paulo corresponde a 36% da distribuição, Rio de Janeiro a 18%, Belo Horizonte a 9% e Brasília a 8%. São publicadas, em média, 10,5 mil páginas de anúncio por ano, o que equivale a 2,8% do volume total estimado de investimentos em publicidade no Brasil e um anúncio de página inteira

na revista custa em média R\$ 216 mil. O estudo também revela que até 2009 a sua tiragem era de 1,086 milhão de exemplares por semana.

GRÁFICO 3 Distribuição da revista nas capitais do país



FONTE: adaptação da pesquisa do Mundo das Marcas.

Como já citado anteriormente, a partir de um interesse em discutir os significados dos discursos presentes nos elementos visuais das imagens das capas da Revista Veja, no período do processo de *Impeachment*, optou-se na sequência por analisar essas imagens das capas da revista a partir de uma abordagem semiótica, por entender que essa abordagem permite a discussão das imagens de maneira a sistematizar algumas categorias de análise que interessam ao trabalho. Além disso, e pensando através da ótica estratégica do profissional de Relações Públicas (RP), além da análise visual autoral das capas, optou-se por expandir a discussão com a aplicação de um grupo focal como instrumento de coleta de dados do campo de Relações Públicas.

Para isso, foi feito um recorte das capas da revista Veja que representaram o período do *Impeachment*. Foram analisadas um total de 9 capas, do período de outubro de 2015 a junho de 2016. Inicialmente será utilizada como base a teoria Semiótica, que compreenderemos melhor no próximo capítulo. Para discutir essas imagens, nelas serão pesquisados tanto os aspectos formais de construção, como as formas, a cor e a luz, quanto os aspectos conceituais, como os gestos, as montagens, entre outros.

O grupo focal será realizado com universitários de até 25 anos, por se tratar de um público do qual a pesquisadora faz parte e tem interesse de estudo, para assim conseguirmos entender como indivíduos que estão envolvidos com a esfera acadêmica conseguem analisar e entender tais imagens. Este grupo vai ter à disposição todas as capas que serão analisadas e com um mediador, que irá desenvolver o assunto de forma a deixar os participantes confortáveis para compartilhar a sua opinião sobre as mesmas. Após a aplicação desse grupo, as capas serão analisadas tomando por base o referencial teórico da Semiótica, considerando todos os detalhes, em seus aspectos formais e conceituais.

Dessa maneira, o principal objetivo deste trabalho é discutir como o processo de *Impeachment* de Dilma Rousseff foi representado nas capas da Revista Veja naquele período, discutindo a construção da imagem a partir de elementos objetivos, presentes nas imagens, e subjetivos, desencadeados por elas.

Como objetivos específicos, podemos elencar:

- Fazer uma análise semiótica das capas da revista Veja entre o período de outubro de 2015 a junho de 2016, totalizando 9 edições;
- Realizar um grupo focal com universitários de comunicação social de 18 a 25 anos, mostrando a eles as capas das revistas, para compreender como os mesmos entenderam as capas e perceberam a cobertura da revista Veja com relação ao processo de *Impeachment*;
- Comparar, através da análise semiótica das capas e dos resultados do grupo focal, como a revista Veja representou o período de *Impeachment* e como o grupo de participantes entendeu aquele período.

Um dos motivadores deste trabalho é o entendimento de que o profissional de Relações Públicas tem como uma de suas principais práticas a transmissão de informações ao público. Nos primórdios das atividades do que veio a ser denominado Relações Públicas, as atividades desse profissional buscavam, acima de tudo, convencer o público, ou os públicos, muito mais do que dialogar com eles, não raro usando de informações falsas, com o único intuito de encobrir falhas políticas. Porém a profissão foi se consagrando e atualmente o dever do profissional de Relações Públicas está baseado em fazer

uma ponte de informações transparentes entre a instituição que representa e seus diversos públicos.

Nesse sentido, é inegável a importância dos meios de comunicação para o trabalho contemporâneo de Relações Públicas e entender como operam, quais os públicos que atingem e como esses públicos pensam esses meios deve estar sempre no horizonte das atividades desse profissional. Por consequência, saber também qual o real papel de cada um deles na sociedade em geral, e qual o seu universo de público, é fundamental.

Apesar do que pode parecer, com a grande expansão no uso da internet na última década, pouco mais da metade dos brasileiros têm acesso à Web. De acordo com Barbara Santos (2017), em sua matéria para a revista Exame, o IBGE, no senso de 2015, relatou que 57,8% dos domicílios tem acesso à internet. Mesmo sendo mais da metade da população ainda é considerado um número baixo em relação aos outros países. Em contraponto a essa informação, o portal do Governo do Brasil (2017), relatou que a PBM (Pesquisa Brasileira de Mídia) de 2015 mostra que 95% dos brasileiros assistem TV regularmente e 74% veem todos os dias. Assim podemos inferir que a mídia de mais acessos, atualmente, ainda é a massiva, que representa os veículos mais tradicionais como o rádio, o jornal, a revista e a televisão, citada nos dados do PBM 2015.

De forma geral os veículos são comandados por interesses privados, muitas vezes conectados a interesses governamentais. Isso faz com que as informações distribuídas tomem como posição seu interesse privado, assim controlando as matérias que serão divulgadas para o público. O problema do controle no fluxo de informações é o fato de que os espectadores, ouvintes ou leitores podem passar a receber somente conteúdos pré-escolhidos e entretenimentos das mídias de massa, e não informações que estimulem a postura e o pensamento críticos.

A grande contribuição que o profissional de Relações Públicas pode oferecer à sociedade é a transmissão de informações úteis, não pré-escolhidas e, como destacado pelo código de ética do profissional dessa área, de forma transparente, para que a comunicação seja utilizada como um estímulo para o pensamento crítico do ser humano para as questões políticas. É importante ressaltar que apesar do profissional de RP teoricamente não limitar as

informações, nem sempre elas serão consumidas. Isso porque quem consome, pré-seleciona o tipo de informação que quer e vai receber.

Nesse sentido, a escolha por analisar as capas da revista *Veja*, do Grupo Abril, do período de *Impeachment* se faz significativa porque o trabalho tem como um de seus objetivos analisar a relação entre a opinião de um público específico, universitários de 18 a 25 anos, os participantes do grupo focal, com a forma como foi representado o período do Impeachment por esse meio de comunicação.

Selecionar a revista *Veja* para ser analisada também demonstra uma significância para a pesquisa, levando em consideração que a revista é uma das maiores do país e do mundo, podemos justificar seu uso a partir de seu alcance. Por se tratar de um meio de comunicação de massa, ainda é um dos veículos que mais tem acesso a população brasileira, por esse motivo se faz de grande importância para o profissional de Relações Públicas, pois compreender a revista pode levar a compreensão do público que ela atinge.

O profissional de Relações Públicas pode identificar a opinião do público a partir de alguns métodos de pesquisa, como o grupo focal, que será pautado em um próximo capítulo, e a partir desta análise encontrar formas estratégicas para estimular o pensamento crítico do público. Este trabalho também se faz significativo por demonstrar que o profissional de Relações Públicas pode estimular o pensamento crítico da opinião pública, desde que faça planos estratégicos para fomentar a discussão de maneira a respeitar as diferentes opiniões acerca dos temas representados nesses meios. Nesse sentido, devemos ressaltar aqui que o objetivo do trabalho não tem relação com a identificação ou a indicação de uma ou outra ideologia política por parte da Revista, e sim discutir apenas os aspectos presentes na fotografia e na construção final de algumas de suas imagens.

Metodologicamente, o trabalho seguirá o paradigma qualitativo de investigação e será desenvolvido em quatro momentos:

1. Realização de uma revisão bibliográfica sobre imagem, discutindo alguns aspectos dessas representações visuais e sobre a Semiótica Peirceana;
2. Análise das capas da Revista *Veja*, a partir de categorias da Semiótica Peirceana, em dois aspectos: formal e conceitual.
3. Realização de uma pesquisa no formato de grupo focal com universitários de até 25 anos;

4. Discussão dos resultados obtidos pelo grupo focal em comparação à análise semiótica das capas.

Em relação às capas, como dito, optou-se por uma análise de imagem baseada na teoria Semiótica Peirceana, disseminada por Lucia Santaella, uma das maiores autoras disseminadoras da teoria semiótica de Pierce no Brasil. A partir dessa proposta, torna-se mais objetiva a identificação dos aspectos sógnicos dessas representações. Podemos reafirmar isso pela autora Martine Joly (2007), que cita em seu livro *Introdução à Análise da Imagem* que os signos encontrados estão sempre atrelados a um significado.

O grupo focal é um método de análise qualitativa da opinião pública, pois tem o intuito de entender o que um público pensa sobre determinado assunto, para compreender melhor sobre essa técnica, utilizamos como base as autoras Maria Eugênia Costa e Ana Lucia Novelli.

A partir de um entendimento prévio sobre essa técnica compreendemos que a parte mais importante do grupo focal são os participantes. A escolha dos participantes da análise deve ser feita minuciosamente, a partir da definição dos critérios que se vai levar em consideração. Por exemplo, caso se pretendesse realizar um grupo focal sobre maquiagem para peles maduras, alguns critérios do grupo deveriam ser: mulheres, maiores de 40 anos, que gostem de se maquiar, entre outros fatores. No caso desta pesquisa, a seleção foi feita a partir de um grupo de universitários de 18 a 25 anos, em diferentes momentos de sua formação, com os quais a pesquisadora tem maior interação e facilidade de contato.

Outro momento de grande importância, é a definição das perguntas que serão feitas. O grupo focal deve ser intermediado por alguém que tenha boa comunicação e que consiga deixar os participantes confortáveis para falar, uma vez que o objetivo do grupo é conseguir colher opiniões, as mais reais possíveis, sobre certos assuntos. No grupo que será aplicado, o mediador em questão será a própria pesquisadora. O ambiente no qual será mediado o grupo deve ser agradável e descontraído, neutro, fora do ambiente de trabalho e com uma mesa que una os participantes, deixando-os confortáveis. Quanto ao tempo de duração, sugere-se que esteja entre 1 e 2 horas, para que não fique muito cansativo e influencie nas respostas dos participantes.

Depois, será apresentada a análise qualitativa dos resultados do grupo focal para, na conclusão, poder se discutir consonâncias e dissonâncias entre a análise semiótica das capas e a opinião do público do grupo focal sobre as mesmas.

2 REPRESENTAÇÕES VISUAIS

Neste capítulo pretende-se discutir como as representações visuais eram e continuam sendo muito importantes como forma de Comunicação e de desenvolvimento de uma sociedade. Além disso, com o auxílio de alguns autores, também se tentará evidenciar e compreender aspectos inerentes à complexidade do que denominamos imagem visual. Na segunda parte, o capítulo apresenta a abordagem Semiótica como método de análise escolhido para pensar as 9 capas selecionadas da Revista Veja que tratam do tema deste trabalho.

2.1 A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM AO LONGO DA HISTÓRIA

Como caráter ilustrativo, indicamos a definição de imagem que qualquer pessoa encontraria facilmente, caso decidisse verificar em um dicionário a que se refere esse termo: “imagem é a representação gráfica, plástica ou fotográfica de pessoa ou de objeto; representação mental de um objeto, impressão, etc; lembrança, recordação.” (Dicionário Aurélio, 2001). Nota-se que, nestas poucas palavras que definem imagem, se por um lado elas podem resumir o termo, por outro, podem ampliar a discussão e abrir portas para diversas formas de debate sobre o termo: pode-se discuti-la a partir do seu método e técnica de produção (gráfica, plástica, fotográfica, impressão, etc); pode-se também pensá-la a partir de seu tema (objeto, pessoa); por seu caráter sógnico (representação); ou ainda por seu processo fenomenológico (representação gráfica, representação mental); se quisermos ainda, por seus aspectos filosóficos (lembrança e recordação, referindo-se ao “isto foi” e indicando a inexorabilidade do tempo que a imagem tenta conter). Esta pequena introdução dá uma noção da complexidade do termo, e, na mesma medida, de sua importância como fator de interação entre os seres produtores de linguagens.

A primeira demonstração de uso da representação imagética se deu na pré-história, quando o homem começava a dominar a natureza, fabricar utensílios, utilizar o fogo, usar trajes para se proteger do frio e também já não havia mais a necessidade de se mudar de local constantemente. Nessa época ainda não se tinha desenvolvido uma linguagem escrita, porém, os homens buscavam outras formas de se comunicar. De acordo com Claudia Inês Parellada (2009), com mais tempo livre, os homens passaram a utilizar imagens,

desenhavam em cavernas ou pedras, representando seu cotidiano (FIG. 01). Esses desenhos ficaram conhecidos, posteriormente, como pinturas rupestres e são consideradas uma das primeiras formas de comunicação humana, como comenta Martine Joly:

“Por toda parte no mundo o homem deixou vestígios de suas faculdades imaginativas sob a forma de desenhos, nas pedras, dos tempos mais remotos do paleolítico à época moderna”. Esses desenhos destinavam-se a comunicar mensagens [...] essas figuras representam os primeiros meios de comunicação humana. (JOLY, Martine, 2007, p. 17)

FIGURA 1 Pintura rupestre: Arte da caverna



FONTE: Pixabay, 2012. Acesso em: 23/05/2017.

Martine Joly, em seu livro “Introdução à Análise da Imagem” (2007), se refere à imagem como algo que se remete ao visual e que depende da produção de um indivíduo. Para ser dada como imagem deve passar por alguém, que a produz ou a reconhece, e causar algum tipo de reflexão filosófica.

Joly (2007) também concorda com Jacques Aumont (2013), quando o mesmo explica que a imagem “tem inúmeras atualizações potenciais, algumas se dirigem aos sentidos, outras unicamente ao intelecto” (2013, p. 07). Por isso conceituar o termo imagem é tão complexo, pois existem várias maneiras de

interpretação de uma imagem e cada indivíduo a entende de um jeito diferente, por se relacionar com a fruição, a sensação que a imagem causa e o que desperta em cada um.

De acordo com o site Fóton (2017), no período neolítico os homens começaram a viver em grupos maiores e, assim, não só sua forma de convivência, mas a de comunicação também se alterou. Passaram a ser utilizadas técnicas de gravar seu cotidiano em ossos, pedras e madeiras. Após esse período, inicia-se a idade dos metais, quando o homem começa a utilizar o cobre, o ferro e o bronze, além de descobrir a importância de se estabelecer perto de rios. Porém sua forma de comunicação permanece a mesma. A mudança da pré-história para a história ocorre ao fim desse período. Nesse momento entende-se a mudança da forma de comunicação, pois ocorre o surgimento da escrita na Mesopotâmia. Sua primeira representação é denominada escrita cuneiforme e é feita a partir de símbolos, como desenhos, que traziam um significado (FIG. 02).

FIGURA 1 Escrita Cuneiforme



FONTE: Editoras.com. Acesso em: 23/05/2017.

De acordo com Natália Petrin (2017), essa escrita faz uso de um sistema de cunha que consiste na:

[...]gravação de caracteres com a utilização de uma haste de ponta quadrada em tabletes de argila úmida. Estas, posteriormente, eram cozidas ao forno e resultavam em incisões em forma de cunha[...]. (2017)

Nessa mesma época, no Egito, surge outra forma de escrita pictográfica, conhecida como hieróglifo (FIG. 03). Tal escrita também era feita através de símbolos e formas que detinham diversos significados. De acordo com Fernando Sirugi, no site InfoEscola (2017), além de ser considerada sagrada, somente quem detinha poder sobre a população conseguia entender a escrita pictográfica, que comumente era usada em túmulos e templos.

FIGURA 2 Hieróglifos em paredes de templo egípcio



FONTE: Infoescola. Acesso em: 23/03/2017.

De acordo com Jean Vercoutter (1980), um estudioso sobre o Egito, cerca de 3000 anos a.C. a história religiosa desse país começava a ser escrita. Desde o período pré-dinástico até o surgimento do Cristianismo, o Egito antigo se identificava como politeísta, uma religião que cultuava vários deuses.

Tais deuses eram figuras onipresentes e metamórficas, que influenciavam os elementos e controlavam a natureza. Eles podiam nascer, envelhecer e morrer, além de possuírem nome, sentimento e corpo. Essas características que se assemelham aos homens provavelmente faziam com que os indivíduos se sentissem mais próximos a essas entidades, conseqüentemente, na mesma medida aumentava o culto a essas divindades.

Para compreendermos a importância que os deuses detinham sobre a sociedade egípcia, podemos utilizar como base de pensamento crítico o mito da

criação. O mito conta que os primeiros filhos do deus Rá, Shu (deus do ar) e Tefnut (deusa da umidade), unidos como um casal, tiveram dois filhos, Geb (deus da terra) e Nut (deusa do céu), que decidiram também unir-se como um casal. Rá, não gostando da ideia, ordenou a Shu que separasse os filhos e assim foi feito. Nut foi empurrada para cima, enquanto Geb foi pressionado para baixo e assim criou-se a terra como conhecemos, ou seja, Nut se tornou o céu que cobre o mundo e Geb se tornou a terra em que vivemos (MUNDO ESTRANHO, 2017).

É possível fazer um paralelo deste mito com a criação do mundo a partir da visão do Cristianismo, que acredita em uma história não cientificamente provada, mas que tem imensa importância e significado para essa comunidade cristã.

Agora que compreendemos a importância dos deuses para a sociedade do Egito antigo, podemos pensar a representação que os mesmos tinham naquela comunidade. Cada deus era representado de uma forma diferente e, como um signo, carregava um significado potencial. Nesse sentido, para Lucia Santaella, “o significado é algo que o próprio signo transmite, tratando-se, portanto, de uma propriedade objetiva interna ao signo, enquanto que a ideia que ele provoca se constitui no interpretante” (2012, p. 28).

Para maior compreensão de como cada deus possuía um significado, exemplificaremos com os principais deuses do Egito.

Rá-Atum (FIG. 04) é responsável pela criação do mundo e representa o Sol, ele não tem uma forma específica, pois é descrito tanto com a face de uma ave rapina quanto um escaravelho. Set (FIG. 04) é o deus do caos, sua forma de porco-formigueiro representa a guerra e a escuridão.

FIGURA 3 Deuses Set e Rá-Atum



FONTE: Mundo Estranho, 2008. Acesso em: 27/05/2017.

Hórus (FIG. 05), com sua forma de cabeça de falcão, representa proteção aos faraós e as famílias. Thoth (FIG. 05), patrono da lua, tem cabeça de ave e traz consigo o significado da sabedoria e da cura. Já Bastet (FIG. 05), deusa da sexualidade e do parto, tem forma de gato e representa a fertilidade.

FIGURA 4 Deuses Hórus, Thoth e Bastet



FONTE: Mundo Estranho, 2008. Acesso em: 27/05/2017.

Uma característica que os assemelha, mesmo que tenham significados diferentes, o que pode os definir como deuses nas representações são suas formas geralmente representadas com o corpo humano e a face animal. Essa representação os diferenciariam dos demais indivíduos e os elevariam ao patamar dos deuses. Claramente essa não é a única característica que os definiriam como deuses, assim como não somos definidos por uma única característica.

2.2 PINTURA, FOTOGRAFIA, REVISTA E CINEMA

A partir do quinto século da Era Cristã, de acordo com Marcia Cappellari (2011), teve início a Idade Média e o que caracterizou esse momento foi a queda do Império Romano por invasões bárbaras.

Cappellari (2011) também fala, em sua publicação para a revista *Mirabilia*, sobre a relação dos bárbaros com a Arte e explica que a partir desse momento entende-se historicamente que os mesmos não se preocupavam com a representação do indivíduo, a arte tinha caráter somente decorativo. Ao mesmo tempo, o Cristianismo compreendia a importância da representação visual para a consolidação de uma religião. Assim, aproveitando a queda do Império e o

pouco interesse artístico dos bárbaros, o cristianismo passa a ser o maior investidor de produções artísticas e, conseqüentemente, a controlar o seu conteúdo.

A arte da Idade Média passa então, predominantemente, a ser marcada como a representação de figuras e histórias bíblicas (FIG.06). No entanto, nessa época os artistas ainda não detinham a técnica da representação visual da profundidade, portanto ao olhar o quadro, na figura 06, o espaço representado não nos parece muito realista. Isso porque o conceito atual de representação visual da realidade na imagem que conhecemos é diferente da representação que era possível imprimir na imagem na época. As formas nos parecem pintadas em poucos planos, dando a impressão de que estavam sobrepostas. Na verdade, com dito, o que as imagens daquela época não conseguem expressar, é a perspectiva, criada através de um ponto de fuga na imagem, um centro organizador para onde converge a profundidade e dá a noção dos tamanhos relativos dos objetos no espaço.

FIGURA 5 Chegada de Cristo a Jerusalém de Pietro Lorenzetti



FONTE: Moderna Ciência, 2008. Acesso em: 27/05/2017.

A partir do final do século XIV, iniciou-se um período na história da Europa caracterizado por grandes transformações na economia, política, religião e nas artes de um modo geral, denominado Renascimento. Esse período trouxe de volta à tona as características das artes clássicas, grega e romana. No campo

das representações imagéticas, foi neste período também que se desenvolveu no Ocidente uma nova técnica de representação da tridimensionalidade do mundo nas imagens: o uso da perspectiva a partir de pontos de fuga. De acordo com o site História das Artes (2017), as principais características do Renascimento são sua racionalidade, a representação do homem como centro de tudo, o seu rigor científico, o seu ideal humanista e a reutilização dos padrões das artes greco-romanas.

As imagens passam a utilizar o claro-escuro para dar contraste às formas, deixando algumas áreas iluminadas e outras na sombra e enfatizar a profundidade. Além disso, o homem era o centro desse movimento, e era, em muitos casos, representado de forma maior do que o próprio Deus. E como já citado antes, uma característica da representação artística renascentista é a utilização da perspectiva, que dá dimensão de espaço e realismo para as obras, como na pintura da Figura 07.

FIGURA 6 Entrega das Chaves a São Pedro de Perugino



FONTE: Situarate, 2013. Acesso em: 27/05/2017.

Jacques Aumont (2013) em seu livro “A Imagem”, explica que a compreensão do espaço não depende somente da visão: “é, pois, tanto de origem tátil e cinésica quanto visual” (2013, p. 33), isso porque “o sistema visual não possui órgão especializado na percepção de distâncias” (2013, p. 33). Pensando nesse sentido, a representação do espaço em uma imagem é

complexa, mas a noção de profundidade, proporcionada pela perspectiva, começa a possibilitar a noção de espaço real. Para entender a perspectiva Aumont explica que:

[...] as linhas paralelas ao eixo de visão (perpendiculares ao plano de projeção) oferecem, na imagem, uma família de linhas que convergem num ponto (intersecção do eixo óptico e da retina); a largura de segmentos de retas paralelas ao plano da imagem decresce, sobre a imagem, com seu distanciamento na realidade; os elementos mais distantes do olho oferecem uma imagem mais próxima do eixo de visão etc. (2013, p. 37)

Se por um lado, diversas concepções de trabalhos artísticos procuram se distanciar da realidade e da representação mimética do mundo, buscando a abstração, entendemos também que algumas obras de arte vão no sentido oposto, de demonstrar a necessidade de se tentar representar a realidade figurativa, o mundo como ele é. Aumont (2013) cita e concorda com Ernst Gombrich quando o mesmo explica que a história da arte desde sempre sofre de um “conflito entre a necessidade de ilusão [...] sobrevivência da mentalidade mágica, e a necessidade de expressão”. Nesse sentido amplo de expressividades, a obra de arte transita entre diversas propostas estéticas para discutir a realidade, como, por exemplo, a dualidade que se apresenta desde o surgimento de uma nova forma de representação imagética do mundo a partir da metade do século XIX: a fotografia. Como ela deveria ser entendida: uma forma de reproduzir o mundo de maneira objetiva, representando a realidade? Ou uma nova possibilidade de questionamento e provocação do mundo, expondo seus códigos e ressignificando-os?

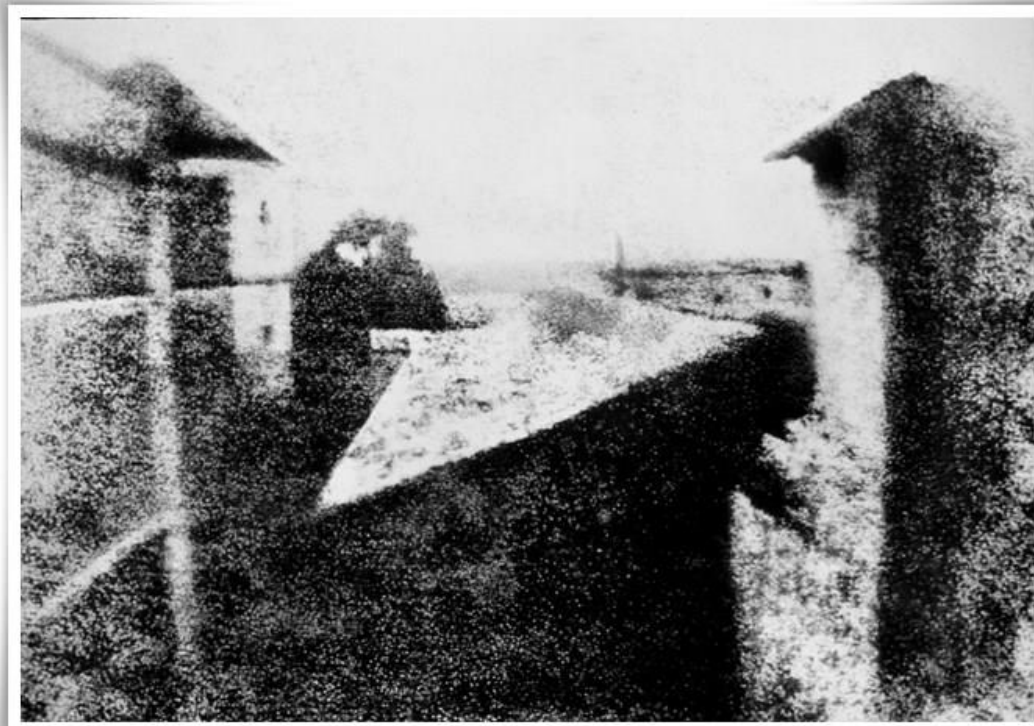
Quanto ao seu aspecto objetivo, Aumont (2013) comenta essa nova tecnologia como capaz de representar as cenas sem usar qualquer tipo de tinta e com a forma mais fiel do que os quadros dos pintores:

A fotografia fez com que a pintura se libertasse da semelhança, na medida em que satisfaz mecanicamente o desejo de ilusão: a foto é essencialmente, ontologicamente, objetiva – logo, mais crível do que a pintura. A foto possui poder irracional que arrebatou nossa crença. (AUMONT, 2013, p.209)

Joseph Niepce foi uma das primeiras pessoas a fazer uso dessa tecnologia ao conseguir uma impressão rudimentar de uma imagem feita a partir da janela do seu quarto. Usando uma câmera escura, a exposição de Niepce demorou cerca de oito horas e conseguiu uma tênue imagem sobre uma placa

metálica, que também foi reproduzida em papel, no século XX, pois ele gravou a imagem em uma chapa metálica análoga a uma gravura (FIG. 08).

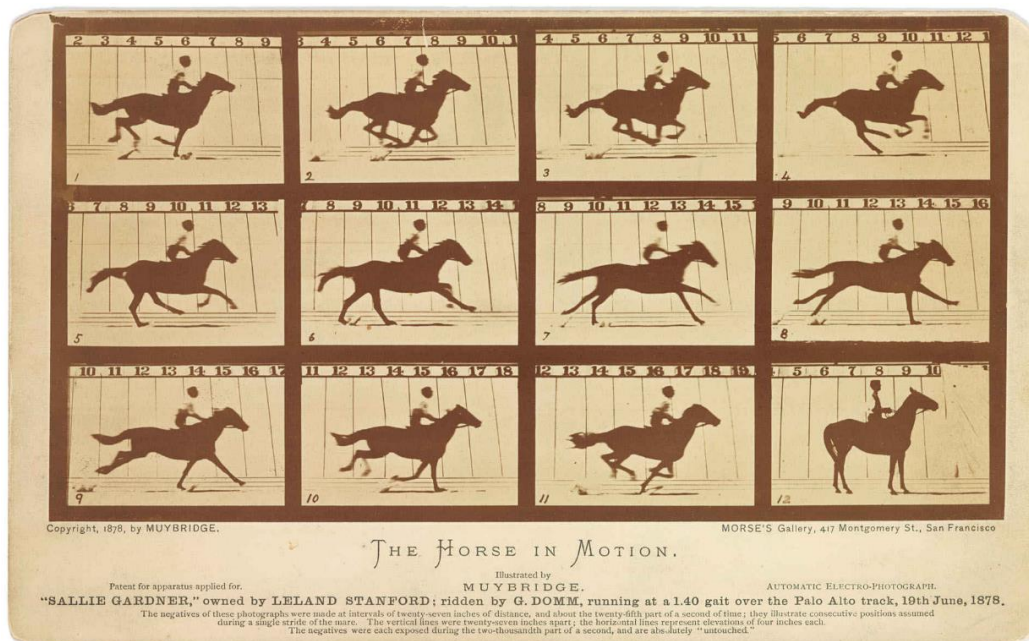
FIGURA 7 Reprodução em papel, a partir do original em placa metálica, feita por Joseph Niepce, em 1826



FONTE: TecMundo, 2014. Acesso em: 27/05/2017.

Em seu início precário, para alguém ser fotografado era necessário permanecer imóvel na frente da câmera por diversos minutos. Do contrário, a imagem não seria visível ou ficaria borrada. Mas, com o aumento de interesse nessa nova forma expressiva e de arte, surgiram mais estudos e investimentos sobre a área, desenvolvendo, assim, materiais mais avançados, como câmeras e lentes que capturavam cenas com movimento, como no exemplo de Esweward Muybridge, que em 1888 conseguiu registrar todas as etapas de desenvolvimento da corrida de um cavalo (FIG. 09).

FIGURA 8 Horse in Motion. Reprodução do registro do galope de um cavalo, por Edweard Muybridge, 1878



FONTE: TIME 100 photos, 2017. Acesso em: 06/06/2017.

Outro avanço importante na fotografia aconteceu no início do século XX, quando os irmãos Louis e Auguste Lumière patentearam, em 1903, um processo chamado autocromo, que possibilitava a fotografia colorida (FIG. 10). De acordo com Yago Moreira (QUEIMANDO FILME, 2017), o processo de coloração da imagem era inusitado, pois era produzido um composto com fécula de batata, que depois era dividido em 3 partes. Um lote era tingido de um tom vermelho-alaranjado, outro tingido de verde e o outro de azul-violeta. Esses grãos microscópicos eram misturados e colocados em uma placa de vidro coberta com verniz. Essa placa então era prensada e depois recebia a emulsão sensível preta e branca.

FIGURA 9 Fotografia colorida em autocromo, de Alfred Stieglitz



FONTE: La Vida En Fotografia, 2012. Acesso em: 27/05/2017.

Todas essas novas possibilidades técnicas da fotografia possibilitaram que a representação do mundo ganhasse mais realismo, embora continue a ser apenas um registro bidimensional da realidade tridimensional.

Nesse sentido, Aumont também explica que “toda representação é convencional, mesmo a mais analógica” (2013, p. 207) e, a partir desse pensamento podemos traçar um paralelo com a fotografia, pois ela é convencional, representa o real, mesmo que permita mudanças em alguns aspectos ópticos, com a alteração de filtros, lentes, iluminação, etc. Isso porque para o autor nenhuma representação da realidade será tão fiel quanto o próprio real.

[...] apenas os espelhos naturais são puros espelhos. Ao contrário, a imitação deliberada, humana, da natureza, implica sempre desejo de criação concomitante ao desejo de reprodução (e que frequentemente o precede), e essa imitação passa sempre por um vocabulário da pintura (mais tarde da foto e do cinema) que é relativamente autônomo. (AUMONT, 2013, p. 208)

Paralelamente, no início do século XIX, de acordo com Íria Baptista e Karen Abreu (2017), chegaram ao Brasil, juntamente com a corte portuguesa, as revistas. Porém o primeiro registro que se tem de revista no país surgiu em Salvador, no ano de 1812 e chamava-se As Variedades ou Ensaios de Literatura,

mas os modelos editoriais da época assemelhavam-se a um livro, bem diferente dos modelos de revistas que conhecemos hoje. O primeiro periódico segmentado por tema surge somente em 1827 com o lançamento da revista O Propagador das Ciências Médicas, que tinha como público-alvo a comunidade médica. No mesmo ano também surge a revista Espelho do Diamantino, essa por sua vez era destinada exclusivamente ao público feminino e tinha como objetivo mostrar as mulheres como se portava a civilização brasileira, utilizando como temas literatura, moda, artes, crônicas e entre outros. Como citam Baptista e Abreu (2017), nessa época as revistas não resistiam por muito tempo, suas tiragens eram muito baixas, o que as levava a falência.

Os periódicos só assumiram uma posição editorial semelhante a que conhecemos hoje no ano de 1837, quando a revista Museu Universal caracterizou sua publicação “pelo fato de veicular, além de uma linguagem muito acessível a um público “recém alfabetizado, a quem se queria oferecer cultura e entretenimento” [...], mostrando, também, ilustrações” (BAPTISTA, I.; ABREU, K., 2017).

Conforme podemos compreender através da história, simultaneamente a todas essas evoluções, ainda no século XIX, outra forma de representação imagética, que buscava registrar a vida em tempo real, ganha corpo: as experimentações com o cinema e a imagem em movimento. Mas, de acordo com o site Mundo Educação (2017), foi só a partir de 1889 com a criação do cinetoscópio, de William Dickson, que a experiência cinematográfica realmente tomou forma. Porém esse invento não possibilitava ainda a projeção cinematográfica como conhecemos hoje. De acordo com Claudia Fernandes, “o espectador do cinetoscópio tinha de observar (durante um tempo-limite de 15 minutos) as imagens no interior de uma câmara escura por meio de um orifício em que colocava um dos olhos”.

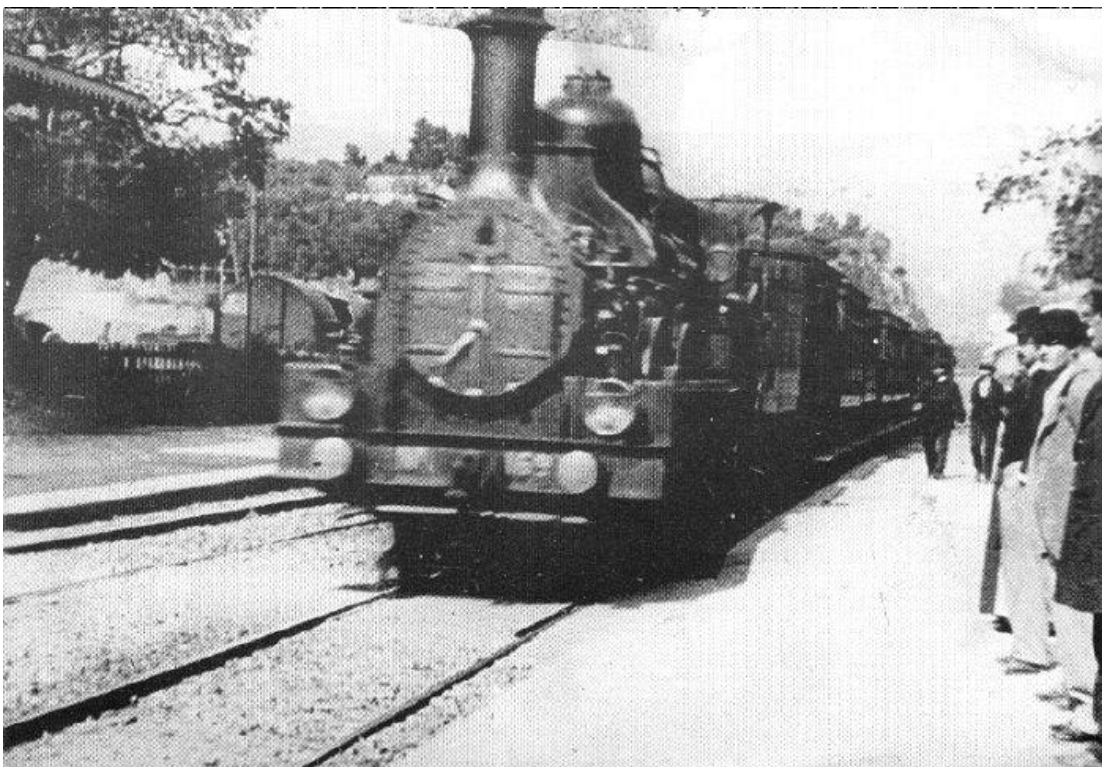
O início da experiência cinematográfica como conhecemos se deu de fato com a invenção do cinematógrafo, criado no fim do século XIX, na França, e patenteado pelos mesmos irmãos Lumière, que já trabalhavam no processo de colorização de fotografias, o autocromo, e que será patenteado anos depois.

O primeiro filme a ser exibido pelos irmãos Lumière foi o intitulado *La Sortie de L'usine Lumière à Lyon* (A saída da Fábrica Lumière em Lyon), produzido em 1895, e que registrava a saída dos funcionários do interior da

empresa Lumière. Porém a cena que consagrou o início da projeção da imagem em movimento foi a chegada do trem na estação (FIG. 11). A possibilidade de capturar um movimento como aquele era revolucionário e não é de se estranhar o espanto dos espectadores com a experiência sensorial do evento. Sobre essa ilusão causada pela experiência sensorial do Cinema, Aumont comenta:

[...] o movimento aparente no cinema não pode ser, fisiologicamente falando, diferenciado de um movimento real. Trata-se de uma perfeita ilusão, que repousa sobre uma das características inatas de nosso sistema visual [...] (AUMONT, 2013, p. 48).

FIGURA 10 Chegada do trem à estação, filme dos irmãos Lumière



FONTE: Kinodinâmico, 2012. Acesso em: 28/05/2017.

Aumont (2013) também explica o efeito das imagens cinematográficas que nos proporcionam a ilusão da sequência das cenas:

O cinema utiliza imagens imóveis, projetadas em uma tela com certa cadência regular, e separadas por faixas pretas resultantes da ocultação da objetiva do projetor por uma paleta rotativa, quando da passagem da película de um fotograma ao seguinte. Ou seja, ao espectador de cinema é proposto um estímulo luminoso descontínuo, que dá [...] uma impressão de continuidade, e além disso uma

impressão de movimento interno à imagem por meio de movimento aparente que provém dos diversos tipos de efeito-phi³. (2013, p.48)

2.3 TV E INTERNET

No início do século XX foi criada uma das formas de comunicação mais impactantes e revolucionárias para a sociedade: a televisão. Um sistema de reprodução eletrônico de sons e imagens que se estabeleceu e tem força até os dias atuais. A TV trouxe a possibilidade de levar a imagem em movimento, antes somente encontrada nas salas de cinema, para dentro das casas. De acordo com o censo de 2010 do IBGE, mais de 95% das residências brasileiras tem um aparelho televisor, essa tecnologia também representa a principal forma de imagem da mídia, pois conta com uma gama de publicidades visuais. Pensando nessas condições, essa estimativa demonstra quanto da população brasileira tem acesso a esse tipo de informação e faz refletir no quanto a mesma pode ser influenciada pelo conteúdo que assiste (IBGE, 2010).

A Internet, outra forma de comunicação de extrema importância para a população, e para esse trabalho, devido ao avanço tecnológico, surgiu no período conhecido como Guerra Fria. Foi desenvolvida como um projeto militar que pretendia conectar os principais centros universitários de pesquisa dos Estados Unidos com o Pentágono, de forma rápida e protegida. Porém ela só tomou forma como a conhecemos hoje no final do século XX, quando, em 1990, o engenheiro Tim Bernes-Lee desenvolveu o *World Wide Web* (www), que permitia a criação de sites dinâmicos e visualmente interessantes, assim como a conexão de pessoas em nível mundial.

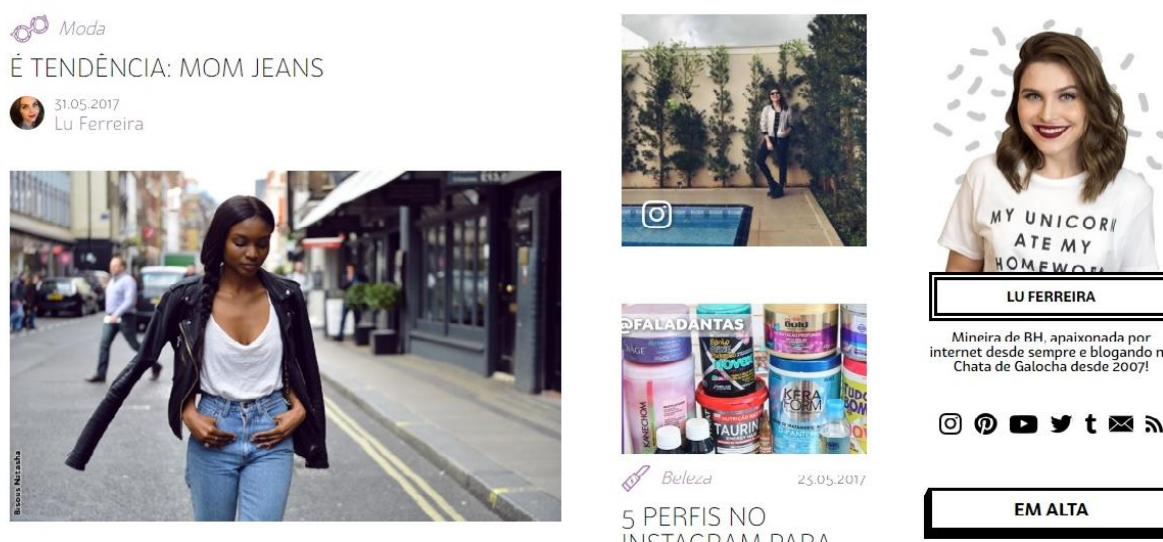
Mas, mesmo que disseminada rapidamente, a Internet não é a mídia de comunicação visual mais presente no cotidiano dos brasileiros. Segundo pesquisas de 2015 do IBGE, somente 49,4% da população brasileira tem acesso a essa tecnologia.

Dentro da comunicação visual, a internet é um vasto campo a ser estudado. Vamos começar exemplificando com os *blogs* (FIG. 12), que de acordo com Luís Mauro Sá Martino, em seu livro *Teoria das Mídias Digitais*

³ O efeito-phi é uma teoria que se refere à forma como enxergamos movimento nas imagens. Foi pensado a partir de uma experiência onde foi mostrado aos expectadores dois feixes de luz pouco afastados, cada feixe se acendia em um momento diferente do outro. Quando a distância do tempo entre um flash e outro não era muito pequena, era percebido duas imagens estáticas. Já quando a distância temporal entre os flashes era mínima, era percebido uma continuidade na imagem, como um movimento.

(2014), são como diários *online*. No início dos *blogs*, seus donos costumavam contar sobre coisas do seu cotidiano, porém, com o aumento da interação dos públicos, ou entre dono do *blog* e seu público, seu conteúdo passou por um refinamento, agora falam sobre assuntos de interesse do público, como blogs de maquiagem, de decoração ou até de *lifestyle*.

FIGURA11 Blog de moda e *lifestyle*



FONTE: Chata de Galocha. Acesso em: 29/05/2017.

Martino também explica um pouco sobre essa interação e a forma como os escritores desses *blogs* tornam-se pessoas públicas.

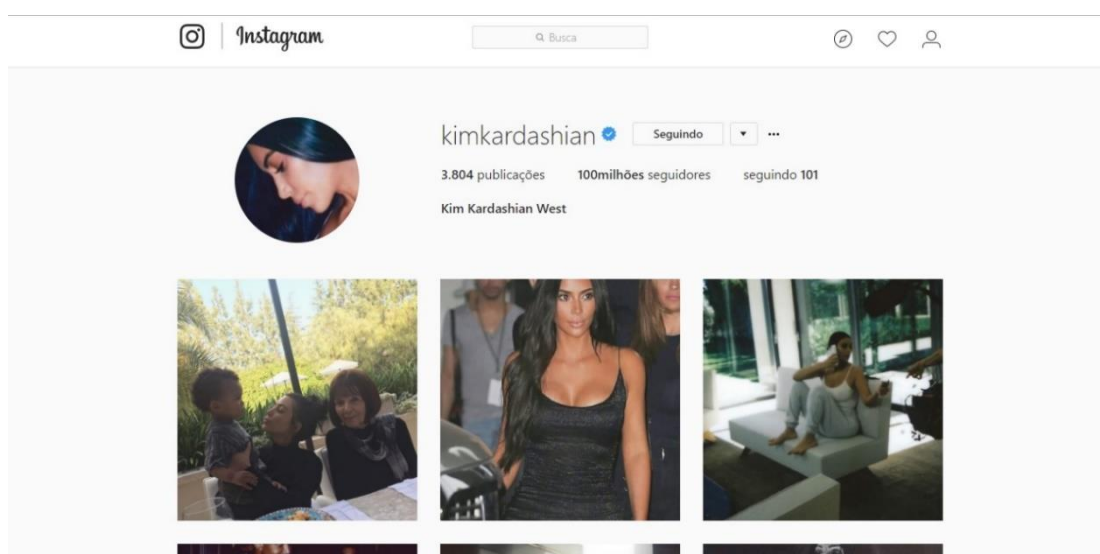
[...] os estudos a respeito dos blogs passam por discussões a respeito da visibilidade do “eu” como produto de exposição pública, com ecos dos debates sobre reality shows, Big Brother e as fronteiras da constituição da vida particular no espaço público a partir da mídia. (2014, p. 170).

Quanto mais as pessoas interagem com os blogueiros, mais eles tornam-se pessoas públicas, celebridades, o que para Martino (2014) é fruto das mídias, pois até o início do século XX, celebridades eram somente “pessoas que, por conta de condições específicas, habilidades excepcionais ou grandes realizações” (2014, p. 173) tornaram-se conhecidos, mas “na cultura contemporânea das celebridades [...] não é necessário ter ou fazer nada de especial para ser conhecido. Basta ser conhecido para que isso torne a pessoa especial” (2014, p. 173). A partir dessa cultura de celebridade, os indivíduos passam a ter mais interesse na vida pessoal de quem está do outro lado da tela,

escrevendo, e talvez por conta deste interesse, surgiram novos mecanismos de interação, como os canais de *YouTube*⁴.

Um último exemplo, e um dos mais importantes, que podemos utilizar para pensar a comunicação visual na internet são as redes sociais digitais. Essas plataformas conectam pessoas em nível mundial, disparando conteúdo em tempo real, conseqüentemente, essa instantaneidade das mídias digitais pode ser o desencadeador da impaciência comum das pessoas dessa geração. A impaciência e a necessidade de coisas rápidas, e instantâneas podem fazer com que o conteúdo mais atrativo nessas redes sejam imagens. Um exemplo disso são os aplicativos de imagens que fazem sucesso, como o *Pinterest* e o *Instagram* (FIG. 13), eles permitem que as pessoas interajam, com instantaneidade e de forma rápida, através de imagens, sem ter que parar para ler nada.

FIGURA 12 Perfil da *socialite* Kim Kardashian



FONTE: Instagram. Acesso em: 29/05/2017.

Esses aplicativos também colaboram para a cultura de fãs, que de acordo com Martino (2014) são pessoas que doam boa parte de seu tempo e dinheiro para as coisas que gostam, mas o autor também entende uma diferença nessa cultura nos tempos atuais:

⁴ O YouTube é uma plataforma online de vídeos. Os intitulados youtubers são pessoas comuns que criam perfis nessa plataforma e neles postam vídeos falando sobre o que tiverem interesse. Existem canais de todos os tipos de conteúdo, porém os que mais fazem sucesso entre os adolescentes são os canais que mostram a vida do youtuber, conteúdo esse que ficou conhecido como *daily vlog*.

Na concepção contemporânea, um fã geralmente se relaciona com produtos da mídia, como séries de TV, filmes, livros ou games como um especialista, conhecendo seu objeto de adoração em detalhes. (2014, p. 157)

Traçando um paralelo entre a comunicação visual nas mídias digitais com a atuação do profissional de Relações Públicas, podemos pensar como exemplo, também, *sites* de empresas de qualquer segmento. Tais *sites* são repletos de imagens, para chamar e prender a atenção do cliente, e deixar a sua visita mais interessante e descontraída. E de que forma o profissional de Relações Públicas se encaixa nesse contexto? O mesmo deve conhecer os públicos com os quais a instituição que ele representa interage, entender de que forma esses públicos gostam de se comunicar, e pensar em formas estratégicas de envolvê-lo nos conteúdos a serem apresentados.

Outra forma de comunicação muito presente para as empresas atualmente, são as redes sociais. De acordo com a agência digital, TSURU (2017), as redes sociais são ferramentas poderosas de *marketing* de relacionamento, pois promovem grandes mudanças na interação entre empresa e cliente, isso porque, a partir dessa tecnologia, qualquer indivíduo pode entrar em contato direto com a companhia que deseja falar.

O profissional de Relações Públicas pode gerir essas mídias digitais de forma que a mensagem seja propagada claramente e com caráter mais impessoal, facilitando o entendimento do cliente. Além de utilizar esses meios para trabalhar a imagem de uma empresa, pois quanto maior a sua interação como público, melhor a sua reputação e, conseqüentemente, a sua imagem.

A partir de tudo o que foi dito e pensado nesse tópico, podemos concluir que a comunicação visual não só foi uma das primeiras formas de comunicação e interação entre pessoas, mas também é uma das formas de comunicação mais presentes e importantes no tempo das mídias digitais. Entender como as imagens comunicam e como podem ser analisadas é, sem dúvida, uma das atribuições do profissional de Relações Públicas.

3 SEMIÓTICA: UMA ABORDAGEM PARA ANALISAR A IMAGEM

Existem diversos métodos de se analisar teoricamente a imagem, como a “teoria da imagem em matemática, em informática, em estética, em psicologia, em psicanálise, em sociologia, em retórica, etc” (JOLY, 2007, p. 28). Porém vamos utilizar nesse trabalho um método de análise mais geral, que vai além das categorias funcionais da imagem, a teoria semiótica. Em função das diversas correntes de estudo nessa área, iremos nos deter na semiótica do filósofo americano Charles Sanders Peirce (1839-1914).

De acordo com Martine Joly (2007), a semiótica contemporânea como categoria de análise estruturada se dá no início do século XX e é um estudo dos signos, o que explicaremos mais adiante. Seu principal intuito é “tentar ver se existem categorias de signos diferentes, se esses diferentes tipos de signos têm uma especificidade e leis próprias de organização, processos de significação particulares.” (2007, p. 29). Estuda-se a imagem a partir de seu conceito para compreender seu significado, o modo como aquela representação produz sentido. Isso se enquadra no conceito de signo de Joly, que se “designa a algo que se percebe – cores, formas, sons – e a que se dá uma significação” (2007, p. 30).

Lucia Santaella (2002), uma das maiores pesquisadoras e representantes do pensamento de Pierce sobre a Semiótica, explica que é necessário entender o contexto em que o que se analisa está inserido, e que, de modo contrário, a teoria semiótica não seria capaz de ajudar a compreender a mensagem.

Ela funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos através dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos. Sem conhecer a história de um sistema de signos e do contexto sociocultural em que ele se situa, não se pode detectar as marcas que o contexto deixa na mensagem. Se o repertório de informações do receptor é muito baixo, a semiótica não pode realizar para esse receptor o milagre de fazê-lo produzir interpretantes que vão além do senso comum. (2002, p. 6)

Santaella (2002) também compara a Semiótica com um estudo da lógica⁵, que considera não apenas as leis do pensamento e das condições da verdade, mas também as condições gerais dos signos. De acordo com a autora a semiótica é dividida em três ramos, são eles:

⁵ Ciência do pensamento e das condições para atingir a verdade.

1. Gramática especulativa: é a base dos outros ramos da semiótica pois se caracteriza como uma teoria geral que estuda os mais variados tipos de signos;
2. Lógica crítica: estuda os tipos de inferência, raciocínio ou argumentos do receptor em relação ao signo;
3. Retórica especulativa: analisa os métodos que origina cada um dos tipos de raciocínio.

A autora também destaca que esse método de análise tem seu alicerce na Fenomenologia, que investiga a forma como experienciamos e interpretamos as coisas, como por exemplo a forma como entendemos um cheiro, esse cheiro pode nos fazer lembrar de algum fato do passado e por isso o receptor terá sua memória afetiva ativada e vai entender aquele cheiro como uma época específica de sua vida.

A semiótica peirciana utiliza a teoria dos signos para facilitar a compreensão dos significados do que está sendo analisado, isso porque essa teoria possibilita explicar e interpretar o domínio da cognição humana. Cabe aqui indicar, nas palavras de Peirce, o seu conceito de signo, que é fundamental para se entender como opera a sua tríade semiótica, e que é a base metodológica para a análise das imagens desta pesquisa:

Um **signo**, ou *representamen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez, um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado, denomino **interpretante** do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu **objeto**. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de idéia que eu, por vezes, denominei *fundamento do representamen* (2.228). (PEIRCE⁶ apud SANTAELLA, 2000, pág. 12) [grifos nossos]

Para Peirce, a semiótica explicita e explica os fenômenos a partir de uma tricotomia, onde o signo semiótico (neste caso a imagem) se relaciona com o seu objeto semiótico (aquilo que deu origem à imagem) e gera, na mente de um sujeito observador um interpretante⁷ do signo (um pensamento da interpretação). Assim, pode ser caracterizado como signo qualquer coisa de qualquer espécie

⁶ PEIRCE, Charles Sanders. Collected Papers. Hartshorne, Weiss, and Burks (eds.), 8 vols. Cambridge, Mas.: Harvard University Press, 1931 – 1958.

⁷ Aqui justifica-se um parêntese: é importante não confundir o conceito de Interpretante semiótico com o sujeito observador que interpreta o signo. Interpretante não é o sujeito, mas sim o pensamento desencadeado pelo signo semiótico na mente de um sujeito observador. Por conta disso, se evitará usar o termo intérprete para se referir ao sujeito, e se optará por observador.

que se apresente a um observador; o objeto do signo é o motivador do signo, aquilo que está representado nele; e o interpretante é o pensamento gerado pelo signo na mente do observador. O que define o que é o signo, o objeto e o interpretante na relação semiótica é a posição, o papel que cada um dos elementos ocupa na relação.

Para Santaella (2002), a partir do pensamento de Peirce, os signos têm natureza triádica, pois podem ser analisados a partir de suas propriedades internas, a partir daquilo que se refere ou se representa, e a partir das interpretações produzidas em seus receptores. Santaella (2002) também destaca algumas subcategorias que para Peirce ajuda a categorizar e a facilitar a análise. Existem três propriedades que transformam algo em signo, são as suas qualidades, sua existência e seu caráter de lei.

Para Peirce, a tríade semiótica – signo, objeto, interpretante – pode ser discutido semioticamente a partir de relações que se estabelecem entre esses elementos, as tricotomias semióticas. As três tricotomias mais comuns estabelecem a discussão do signo consigo mesmo, do signo em relação ao objeto dinâmico e do signo em relação ao interpretante.

Para a finalidade deste estudo, a discussão se manterá na relação signo (representação do Impeachment nas capas de Veja) com seu objeto (processo de Impeachment de Dilma Rousseff).

Nessa perspectiva, da relação Signo-Objeto, Santaella (2002) indica a tricotomia, isto é, os três tipos de relação que o signo pode estabelecer com o objeto que ele substitui: 1) como um ícone do objeto, quando mantém uma relação primeira, de mera qualidade, de semelhança ou analogia, revelando propriedades diretas do objeto; 2) como índice do objeto, quando mantém uma relação de existência, de determinação, de marca, quando é afetado pelo objeto e dele mantém alguma referência, um indício a ser desvendado; 3) como símbolo do objeto, quando mantém com ele uma relação de determinação por meio de uma convenção, uma lei ou regra de interpretação que associa ambos.

Após uma sucinta explicação sobre o método que vamos utilizar nessa pesquisa, podemos começar a pensar sobre os signos a serem analisados: as nove capas selecionadas da revista Veja, desencadeadas pelo objeto: o período de impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. Segue abaixo uma pequena apresentação de cada capa que será utilizada:

FIGURA 14 Capa da revista Veja, edição 2447, outubro de 2015

Capa 1 – 14/10/2015



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 15 Capa da revista Veja, edição 2452, novembro de 2015

Capa 2 – 18/11/2015



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 16 Capa da revista Veja, edição 2455, dezembro de 2015

Capa 3 – 09/12/2015



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 17 Capa da revista Veja, edição 2467, março de 2016

Capa 4 – 02/03/2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 18 Capa da revista Veja, edição 2473, abril de 2016

Capa 5 – 13/04/2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 19 Capa da revista Veja, edição 2474, abril de 2016

Capa 6 – 20/04/2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 20 Capa da revista Veja, edição Especial 2474, abril de 2016

Capa 7 – 21/04/2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 21 Capa da revista Veja, edição 2476, maio de 2016

Capa 8 – 04/05/2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

FIGURA 22 Capa da revista Veja, edição 2477, maio de 2016

Capa 9 – 11/05/2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

TABELA 1 Fases do Processo de Impeachment

Fases do Processo de Impeachment		
Datas	Acontecimentos	Capas
out/15	TSE reabre ação de contestação do mandato de Dilma, aberto pelo PSDB	1
nov/15		2
dez/15	Pedido de contestação aceito por Eduardo Cunha	3
mar/16	Maior protesto nacional a favor do impeachment	4
abr/16	Processo vai da Câmara dos Deputados ao Senado	5
		6
		7
mai/16	Senado afasta Dilma temporariamente	8
		9
jun/16	Dilma é impeachmada	

FONTE: autoria própria.

Como dito anteriormente, as capas expostas acima serão pensadas como os signos semióticos da análise e o processo do Impeachment de Dilma Rousseff, com tudo o que está associado a ele, como o objeto que faz a determinação desses signos.

Para dar um início a compreensão de como a análise será feita, vamos utilizar de exemplo as capas com Dilma Rousseff. Nessas capas, o signo é a própria imagem e o objeto é a ex-presidente, tema central do Impeachment. Da maneira como a foto é produzida, como um retrato que representa Dilma, pode ser entendida como um ícone, uma vez que identificamos o caráter de semelhança visual com Dilma. Na foto em que ligamos a imagem representada da ex-presidente, pelos traços que remetem a um aspecto externo, como quando aparece Dilma pensativa ou sorrindo, pode se pensar nessas expressões como indiciais de um período favorável ou não, como índice; já as fotos que não a representam, porém a simbolizam, com a presença de seu nome ou a sua caricatura, podem ser compreendidas como símbolo.

Entendendo a imagem como uma forma de comunicação, como já compreendemos na primeira parte desse capítulo, analisaremos essas nove capas em detalhes, considerando imagem, forma, cor, caricatura, iluminação, montagem e principalmente o contexto de seu período, a partir da relação triádica semiótica de Peirce na relação entre as representações expostas nas capas da revista. O intuito é compreender a mensagem que as mesmas devem passar, isto é, entender a representação visual da situação do impeachment nesse veículo.

Joly (2007) explicita que não somente a imagem é uma forma de comunicação, mas também que sua forma de representação do real pode produzir uma interpretação “manipulada” ou estimular um certo tipo de interpretação dos fatos.

Santaella (2000) concorda com esse pensamento e isso é perceptível a partir de como a mesma explica o poder de produzir um interpretante, ou seja, um resultado interpretativo provocado por um determinado signo:

[...] a referência do signo ao objeto não é dependente de qualquer interpretação particular. Ao contrário, é uma propriedade objetiva do signo, propriedade de autogeração que lhe dá o poder de produzir um interpretante, quer este seja, de fato, produzido ou não. (2000, p. 25)

Concluindo este capítulo, procurou-se deixar claro o motivo pelo qual se optou por fazer uso da teoria semiótica. O objetivo desse trabalho é, como já foi citado acima, interpretar ao menos uma das mensagens implícitas na imagem. A Semiótica, como todas as demais abordagens de análise, se não dá conta de esgotar o assunto, ao menos nos permite elaborar alguns mecanismos mais objetivos de análise, a partir de suas categorias relacionadas às correspondências signo – objeto e, com isso, inferir discussões. Como comenta Santaella, a Semiótica “nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens [...]” (SANTAELLA, 2002, p. 05).

4 A REPRESENTAÇÃO DO IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF NAS CAPAS DE VEJA

Neste capítulo será feita a análise detalhada das capas selecionadas, pensando somente nas imagens nelas destacadas e relacionando com o contexto do período no qual as mesmas foram publicadas. Não desprezando a importância dos títulos e a forma como os mesmos complementam o conteúdo em cada uma das capas, limitou-se à análise das representações imagéticas, uma vez que o objetivo do trabalho são as imagens e o entendimento de como elas representaram e transmitiram as propostas que a revista procurou passar, isso porque como vimos em capítulos anteriores, a imagem tem um poder de comunicação tão forte quanto um texto.

Por se tratar de uma análise imagética, predominantemente fotográfica, consideramos o produto final já ponderando a pós-produção aplicada às capas. Também para tornar a análise mais direta, optamos por discutir as imagens a partir da primeira pessoa do plural.

FIGURA 23 Capa da revista Veja, edição 2447, outubro de 2015

CAPA 1



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Vamos começar nossa análise categorizando os elementos da capa como signos e suas subcategorias. Dentro dos signos icônicos podemos observar o Palácio do Planalto, uma pessoa de cabeça baixa, Dilma, pouca luz no primeiro plano, muita luz no segundo plano, fundo colorido e segundo plano desfocado. Quanto aos signos indiciais, reparamos que a foto foi feita à noite em Brasília, a figura está se afastando do Palácio e está pensativa ou triste.

Quando começamos a considerar os signos simbólicos, podemos pensar que nessa primeira capa que selecionamos pode ser observado a presidente em exercício no momento de lado, com a cabeça baixa, e ao fundo observa-se o Palácio do Planalto, local onde está localizado o gabinete presidencial, no qual os presidentes do país trabalham.

Compreendemos que quem está representada na imagem é a então presidente, Dilma Rousseff, pois sua figura e seus traços são facilmente reconhecidos, principalmente quando considerado o fato dela ter sido a única presidente mulher do país.

Um dos elementos que consideramos mais fortes na imagem é a iluminação, pois podemos interpretar muito através dela. Conseguimos perceber a partir da iluminação dramática do Palácio do Planalto que aquele monumento arquitetônico tem o potencial de reafirmar sobre o que está sendo dito naquela capa, que no caso, a mensagem transmitida pela foto refere-se ao mandato de um presidente, que nesse momento seria Dilma Rousseff, já que o monumento se remete ao poder presidencial. Outra questão de iluminação se faz presente na imagem da própria presidente, pois a foto é feita em contra-luz (situação em que a quantidade de luz do primeiro plano é menor que a do segundo). Aqui, essa escuridão refere-se a algo ruim, a algum acontecimento negativo, e que a principal personagem envolvida nesse acontecimento é a própria presidente.

Pensando sobre a imagem representada de Dilma, seu rosto de lado com a cabeça baixa e os braços para trás faz lembrar um posicionamento triste, como se a mesma estivesse caminhando e chorando, refletindo sobre algo. A pouca iluminação em seu rosto não possibilita muita visão de seu semblante, deixando aparente somente seu olhar baixo, as sobrancelhas aparentemente franzidas e sua boca repuxada, tudo isso nos remete ao semblante de uma pessoa preocupada. Podemos entender também que a presidente está deixando o poder, pois a mesma se encontra de costas para o Palácio (monumento que representa o poder nacional), como se estivesse andando para ir embora daquele lugar, portanto, nesse quesito a revista quis transmitir ao leitor a sensação de que Dilma estava saindo de cena.

Levando em consideração os acontecimentos do período, desde as primeiras manifestações até o momento em que o TSE reabriu a contestação de mandato da presidente, período esse que ocorreu simultaneamente a veiculação

dessa capa, todos os elementos representados relacionam-se perfeitamente à imagem que a revista quer passar sobre a presidente. O fato da foto escolhida não ser posada, mas sim uma foto na qual a presidente provavelmente só estava andando pelos jardins do Palácio, reforça o intuito da revista de passar uma mensagem para o seu público. Mensagem essa que conseguimos entender com a imagem escura de Dilma, como se a presidente tivesse feito algo de ruim, como se seu mandato não estivesse favorecendo o país e como se fosse necessário algo para melhorar o cenário político do Brasil.

Outra interpretação que também podemos ter em relação à capa, é como o Palácio do Planalto é representado de uma forma muito diferente da presidente, pois na imagem o Palácio é mostrado de forma grande e majestosa enquanto a presidente é demonstrada de forma escura e triste. A figura majestosa ao fundo chama bastante atenção e por isso entendemos que a mesma ofusca a imagem da presidente, o que pode significar uma intenção da revista de mostrar que Dilma não estava sendo “grande coisa” e não estava fazendo grandes melhorias no país. Conseguimos reparar nessa grandeza através da iluminação dramática, que vem de baixo, deixando o monumento mais imponente, já Dilma, por ser ofuscada pela grandeza do monumento é considerada pequena em relação ao Palácio, o que traz a sensação de que a mesma seria desnecessária ali, o que justificaria a preocupação da presidente na imagem.

FIGURA 24 Capa da revista Veja, edição 2452, novembro de 2015

CAPA 2



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Nessa capa, os signos icônicos observados são a representação do vice-presidente do período, Michel Temer, a representação de Dilma, pequena no canto superior da página, Temer está usando roupas formais, seu cabelo está penteado para trás, seus lábios que formam um meio-sorriso e a existência uma

iluminação dura sob ele. Quanto aos signos indiciais podemos compreender que o meio-sorriso indica alguém confiante, o cabelo grisalho e as roupas formais indicam experiência e que existe um foco de luz em seu lado esquerdo, que ilumina seu olhar.

Pensando nos signos simbólicos, os primeiros elementos que podemos pensar são seu fundo escuro e a luz dura em direção ao Temer, que pode representar a sua chegada, como se o mesmo agora realmente fosse um personagem da história.

Sua feição está clara e podemos reconhecer seus traços perfeitamente pois estão expostos à luz. Uma sobrancelha levantada, olhos meio franzidos e um sorriso de leve, são esses detalhes em sua feição na imagem que se assemelham às características de alguém que está tentando passar alguma confiança ou até mesmo tranquilidade, mas as expressões em si não trazem apatia ao leitor, provavelmente pelo recurso de iluminação e fundo escuro que deixam a capa similar a um poster de filme de suspense.

O fato do personagem ser representado com uma vestimenta formal também reflete a imagem que a revista pretende passar, como se o mesmo fosse alguém de poder, com conhecimento e autoridade.

Quando pensamos em como a foto é visivelmente posada, diferentemente da foto representada na capa anterior, conseguimos definir mais um significado, o que também reflete que esse novo personagem entra na história com importância, o fato de não colocarem qualquer foto de Michel Temer demonstra um certo respeito à sua autoridade. Dilma também é representada nessa capa, porém de forma pequena e escondida no canto superior, esse elemento faz alusão à pouca importância da presidente nesse período, pois mais uma vez ela é ofuscada por outro elemento de grandeza na capa.

Quanto às composições da mesma, os elementos em vermelho demonstrados em Dilma somente reforçam o partido protagonista do período e sobre o qual a revista está tratando, o PT.

FIGURA 25 Capa da revista Veja, edição 2455, dezembro de 2015

CAPA 3



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

São poucos os signos icônicos e indiciais desta capa, porém os poucos são suficientes para uma grande compreensão de seu significado. Dentro dos signos icônicos podemos encaixar a representação de Dilma, sua posição

lateral, seu semblante sério e a luz difusa que está de frente para a personagem, além do fundo preto. Já como signos indiciais, podemos categorizar um semblante preocupado ou até mesmo triste.

Nessa capa voltamos a representar a imagem da presidente, que está mais uma vez de lado e seu semblante se assemelha muito ao da primeira capa mostrada. Assim começamos a classificar os signos simbólicos.

Mais uma vez a revista utiliza da escuridão ao fundo da capa para trazer um sentimento pesado ao receptor, pois a cor preta relaciona-se a algo ruim, também pode se remeter ao caos, fazendo ligação com o período conturbado que a Revista mostrava do cenário político do país naquele período.

Os elementos em branco na capa deixam o contraste ainda maior com o fundo preto, o que traz a sensação de que aquilo que está escuro é algo muito ruim. Podemos assemelhar também as cores da capa com o yin-yang, símbolo chinês que representa duas forças opostas, onde a parte preta refere-se ao mal, ao ruim, e a parte branca refere-se ao bom e o bem.

O rosto de Dilma mais uma vez está no meio da escuridão e a única parte iluminada são seus traços, o que podemos entender que a revista somente fez isso para o leitor conseguir interpretar sua feição. Seus olhos mais uma vez estão baixos, boca repuxada e sombrancelha franzida, a personagem novamente é representada com um semblante preocupado e meio triste.

A imagem também conta com muita pós-produção, pois conseguimos reconhecer que a mesma não foi uma foto posada. A composição da capa, quando colocam Dilma com o olhar baixo encarando uma lista de tópicos feita pela revista parece que a mesma está encarando com preocupação uma lista de problemas pelos quais o país está passando, assim como se ela estivesse se responsabilizando por cada um desses problemas listados.

Seu semblante triste e preocupado também faz conexão direta com os acontecimentos do período, pois foi durante a veiculação dessa capa que o pedido de contestação do mandato de Dilma foi aceito por Eduardo Cunha, deputado federal da época e presidente da Câmara dos Deputados, portanto podemos também compreender que Dilma pode estar também demonstrando preocupação com o pedido de contestação de seu mandato.

FIGURA 26 Capa da revista Veja, edição 2467, março de 2016

CAPA 4



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Nessa capa, os signos icônicos que encontramos são as representações de Dilma Rousseff e Luís Inácio Lula da Silva como bonecos de ventríloquo, além do responsável pelo *marketing* das campanhas do PT, João Santana, que está sentado em um banco. Como ícones também temos a luz dura que vai de

encontro a eles, o nome da revista em neon e o fundo vermelho. Já quanto aos signos indiciais encontramos Dilma e Lula representados como bonecos que irão fazer o que seu manipulador pretender, pois é esta a característica que se espera desse tipo de boneco. Também temos a cortina semelhante ao de um teatro, que revela o local como de “apresentações” e a indicação de que um show de marionetes está para começar.

Logo que começamos a analisar simbolicamente já compreendemos que essa capa é muito diferente das outras, pois ao invés de apresentar uma fotografia, ela traz à tona uma montagem cômica, revelando que a Revista pretende ilustrar os acontecimentos da semana como típicos de um show de marionetes, em que os personagens principais são apenas manipulados e “falam” o que seu líder fala. A ironia exposta na capa e o simples fato de escolherem algo infantil para representar um período político demonstra a banalização desse cenário político, o descrédito das autoridades e, conseqüentemente, a sensação de deboche.

O fundo da imagem mais uma vez é escuro, porém um detalhe ao fundo é o tecido vermelho, que nos lembra de uma cortina de teatro, esse elemento faz alusão ao período como um show e o que complementa essa ideia é o nome da revista escrito em neon que está atrás dos personagens, não a frente como nas outras capas. A representação do momento como um show também refere-se à banalização da política do período, com várias denúncias contra autoridades, corrupção e outros escândalos, assim como a revista quis evidenciar para seus leitores.

A Revista Veja coloca como personagens Dilma, Lula e o profissional de *marketing* do partido, João Santana, porém só um deles aparece como homem na imagem. João Santana é mostrado sentado em um banco com dois bonecos no colo, Dilma e Lula. Essa montagem faz alusão a um show de marionetes, onde o condutor é João Santana e as marionetes são os bonecos. Isso remete a uma tradução clara sobre o que a revista quis transmitir, Santana nesse caso foi considerado como alguém que controla o show e principalmente que controla as marionetes, portanto o mesmo é demonstrado como quem controla a presidente e o ex-presidente, dando a entender que ele é o personagem principal e quem comanda as ações das “marionetes”.

A vestimenta de Santana, terno e gravata borboleta, só reforça a construção da imagem como um show.

Novamente a presidente é colocada como insignificante e conseguimos entender isso a partir de seu tamanho e sua posição na imagem, o fato de a terem colocado como um boneco sendo conduzido refere-se à sua insignificância e falta de controle sobre seu mandato e até mesmo sobre o país que comanda. Terem colocado Lula também como boneco e pequeno, mostra ao leitor que ele também é insignificante e que o mesmo não está por trás do mandato de Dilma.

Relacionando a imagem ao período em que a capa foi veiculada, quando ocorreram os maiores protestos a favor do *Impeachment*, cria-se uma ligação entre ambos os elementos, pois a capa reforça para os leitores que o cenário político daquele período estava um caos e que os mesmos deveriam continuar a ir para as ruas para tentar mudar esse fato.

Outro elemento importante na capa é sua composição, o fato das notícias secundárias estarem como pequenas manchetes no topo da imagem e não aos redores proporciona a sensação de que aquele show de marionetes, a notícia principal, é o mais importante no momento.

FIGURA 27 Capa da revista Veja, edição 2473, abril de 2016

CAPA 5



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Essa capa é uma das mais diferentes apresentadas, pois a maior informação nela não é a imagem, mas sim o título. Porém ainda assim conseguimos classificá-la semioticamente para então analisá-la. Observamos

como signos icônicos o fogo, a grande quantidade de cor vermelha na capa, o Palácio do Planalto e a forma como o monumento está avermelhado, diferente de sua cor real. Em relação aos signos indiciais, podemos assimilar que a foto foi tirada durante o dia, em Brasília, que o Palácio ocupa somente um terço da capa e que a partir dos ícones entendemos que o céu está pegando fogo.

Pensando em seus significados simbólicos, começaremos com o Palácio do Planalto, que é representado em segundo plano, pequeno, refletindo que aquele lugar já não é mais magestoso pois está em ruínas, mas isso só se faz entender pelo principal elemento dessa imagem, o fogo. O fogo representa algo ruim acontecendo pois lembra muito as ideias de incêndio e inferno, isso demonstra que a revista estava mostrando aquele momento como o auge do caos, que pode ser observado também nas capas anteriores.

A montagem da capa também influencia nessa significação, pois quando colocado o Palácio do Planalto na parte inferior da imagem, no solo, o que se espera que esteja na parte superior é o céu, porém na imagem tudo é fogo, do solo ao céu, tudo está queimando, tudo está no fim. O fato do céu na imagem também estar pegando fogo reforça as ideias de incêndio e inferno para o receptor. Já o fato do Palácio estar pegando fogo pode ser entendido como o Palácio estar representando a política e o fogo o caos, portanto indica ao leitor que a política do país está um caos e que nesse auge, nada está correto.

É interessante ressaltar também que apesar da principal cor dessa imagem ser a vermelha, ela também tem um fundo preto, o que mantém a sensação de algo ruim, como nas capas apresentadas anteriormente.

FIGURA 28 Capa da revista Veja, edição 2474, abril de 2016

CAPA 6



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Novamente é veiculada uma capa que mostra somente a presidente, mas, mais uma vez não se pode ver o rosto completo da mesma, isso porque enxergamos muitos “rascos” na imagem, o que pode ser classificado como um

signo icônico. Também seguem essa classificação a representação de Dilma, seus traços com sorriso, a faixa presidencial, o cartaz e a luz difusa, que favorece a produção de retratos, principalmente quando se quer suavidade no semblante do retratado. Quanto aos signos indiciais podemos reparar que o cartaz indica uma foto de Dilma presidente, mas em situação de campanha, em uma rua qualquer, por causa da parede de um muro, e o semblante de Dilma demonstra tranquilidade e felicidade, pois está sorrindo.

Para pensarmos os significados de seus símbolos, Dilma está de frente, sorrindo e com o olhar iluminado, também está vestida formalmente e pela primeira vez conseguimos observar isso, a imagem dela está em um fundo branco, o que reforça a ideia de um cartaz, e um dos principais elementos para compreender a imagem da mesma é a faixa presidencial que ela está usando. Todas essas características formam um só entendimento, que a imagem usada pela revista era uma foto de Dilma presidente, mas como “candidata”, isto é, uma presidente candidata a ser aceita, mas que foi rejeitada.

A cor predominante utilizada pela Veja em outros elementos da capa foi a amarela, que faz contraste visual com o fundo cinza e que está presente nas cores da bandeira do país, portanto a cor amarela nos elementos da capa nos remete ao próprio Brasil.

O principal elemento desta capa, e o mais carregado de significado, são as marcas no cartaz de campanha da presidente. As marcas ao lado nos parecem marcas “de uso”, como se o cartaz estivesse pendurado a muito tempo e estivesse prestes a cair, já a marca no rosto de Dilma nos representa um rasgado, porém não como uma marca do tempo e sim como algo feito intencionalmente por alguém que estava passando por ali, o que demonstra a raiva do povo em relação à aquela personagem que usa a faixa presidencial. O significado das marcas também se assemelha ao período de veiculação da capa, quando estavam ocorrendo as votações na Câmara do Deputados que decidiriam se o pedido de afastamento da presidente seguiria para o Senado. As marcas e o período se assemelham pois indicam que Dilma estaria no poder há muito tempo e cometido diversos erros, e que com o tempo ela cairia, assim como o cartaz. Mas, antes disso, o eleitor tomou o poder e se manifestou para que a mesma fosse afastada, o que fica evidenciado a partir do rasgo no cartaz feito por alguém e não como marcas do tempo.

FIGURA 29 Capa da revista Veja, edição Especial 2474, abril de 2016

CAPA 7



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Essa capa é uma edição extra da apresentada anteriormente e diferentemente de todas as outras, ela não tem estampada nenhum personagem conhecido do período. Assim, a capa representa uma menina jovem gritando e com o rosto pintado, a menina também tem cabelos coloridos e um piercing na

boca. A revista também mostra a bandeira do Brasil. Todos esses elementos são considerados os signos icônicos desta imagem. Já o signo indicial da mesma refere-se ao fato da personagem da capa se assemelhar a uma manifestante e estar em um ato de rua.

Para entendermos seu signo simbólico, começamos pensando na representação da jovem. A personagem é diferente de qualquer outra capa, dessa vez é uma jovem com cabelos coloridos e piercing no lábio, suas características específicas representam os jovens brasileiros. O fato da jovem estar com o rosto pintado, gritando e estendendo uma bandeira do Brasil nos remete à questão de que a mesma deve estar comemorando algo, o que quando ligado ao período conseguimos compreender que ela deve estar comemorando a primeira votação a favor do *Impeachment*.

A margem nas cores da bandeira na revista reforçam o sentido de que tal edição especial é referente a uma luta do nosso país, já a expressão da personagem nos assemelha ao semblante de vitória, podemos conectar esse semblante a um jogo da copa quando o Brasil faz um gol, o país vibra de alegria e emoção e nessa imagem a personagem mantém esse semblante.

A sombra na parte inferior da imagem e o preto ao fundo da imagem, dessa vez não remetem a algo triste ou ruim, mas sim possibilitam que o enfoque da capa seja a imagem principal, a jovem contente com a bandeira do Brasil. Os elementos em branco na capa também reforçam esse foco na imagem principal, pois a cor é neutra e não chama muita atenção, possibilitando que o primeiro plano da imagem seja o único e mais importante.

Relacionado-se ao período de veiculação da capa, o principal significado da mesma é o fato de que a personagem principal nesse momento está comemorando o resultado da primeira votação, quando a maioria dos votos na Câmara dos Deputados foi a favor do processo de impeachment.

Outra questão importante é o significado que a própria personagem e a bandeira trazem a capa e aos seus receptores, pois a bandeira pode ser relacionada ao povo brasileiro, portanto compreendemos que o povo que conseguiu a maioria desses votos com a sua movimentação. Já a personagem principal, por ser uma jovem diferente, vemos isso em seu piercing e cabelo colorido, representa a intenção da revista em mostrar que todos estavam

incluídos e a favor da causa, o Impeachment, que não somente os mais velhos ou até mesmo os jovens mais tradicionais, mas sim todos os brasileiros.

A imagem também pode ser comparada às manifestações que estavam ocorrendo naquele período como um todo, pois a imagem na capa se assemelha ao que se via nas ruas. Além disso, faz referência ao movimento que ficou conhecido como “caras-pintadas”, quando jovens de todo país saíram às ruas em 1992 para pedir também o Impeachment, mas para o então presidente Fernando Collor de Mello, e que também foi afastado do cargo.

FIGURA 30 Capa da revista Veja, edição 2476, maio de 2016

CAPA 8



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Nessa capa, como podemos observar, mais uma vez é representado o até então vice-presidente, Michel Temer. Os signos icônicos que podemos encontrar são, principalmente, o próprio Michel Temer, suas roupas formais, os cabelos grisalhos e penteados para trás, o meio-sorriso, a pose para a fotografia, a

posição em pé e a luz dura causando uma sombra marcante. Os signos indiciais nos indicam alguns atributos do personagem, são eles, o fato de parecer confiante, de ser alguém confiável e experiente.

Quanto aos signos simbólicos, podemos começar a pensar, mais uma vez, pelo fundo da capa que é, diferente da maioria das anteriores, composta por um tom claro que passa um pouco mais de tranquilidade e serenidade, sensação não causada nas capas anteriores. A capa em si tem uma composição “limpa”, é composta por algumas manchetes porém elas seguem o mesmo tom do fundo da capa, o que permite uma sensação de clareza, o que também faz alusão com o período, mostrando que a partir daquele momento as coisas voltariam a ser boas e claras.

O personagem principal dessa capa é Michel Temer, novamente é representado em uma foto posada, o que demonstra que o mesmo tem alguma importância, pois diferente de Dilma o mesmo foi representado com fotos nas quais ele mesmo quis tirar e não com fotos de acontecimentos do dia a dia. Temer também é representado com um terno, cabelos grisalhos penteados para trás e um meio-sorriso, todas essas características simbolizam alguém experiente, confiante e confiável. Suas mãos estão juntas e em uma posição que remete a alguém pensando algo, portanto, fazendo uma junção dos elementos com o período em que a capa foi veiculada, quando Dilma Rousseff foi afastada temporariamente, compreendemos que o mesmo é representado pensando em formas de melhorar a situação de caos que a presidente afastada deixou no cenário político brasileiro.

No geral essa capa representa a forma como a revista vê o vice-presidente, que iniciaria seu mandato presidencial caso Dilma realmente sofresse *Impeachment*. A Revista Veja demonstra, a partir das imagens da capa, sua confiança no possivelmente novo presidente.

FIGURA 31 Capa da revista Veja, edição 2477, maio de 2016

CAPA 9



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Mais uma vez, antes de analisar seu significado simbólico, classificaremos a última capa em relação aos signos icônicos e indiciais. Os signos icônicos desta capa são os personagens representados, Dilma Rousseff, Eduardo Cunha

e Luís Inácio Lula da Silva. Os semblantes sérios nas faces de cada um e a luz difusa que mais uma vez vai de encontro com os personagens. Os signos indiciais são os semblantes desses personagens, que indicam derrota e tristeza, e a iluminação dramática da imagem.

Nessa última capa a ser apresentada podemos reparar diversos fatores em comum com as primeiras capas publicadas pela revista. Nessa, os principais personagens são Dilma Rousseff e Eduardo Cunha, no período de veiculação dessa capa a presidente do país estava afastada temporariamente, porém o povo já estava certo de que seu mandato estava chegando ao fim.

O fundo da imagem volta a ser escuro, preto, e dessa vez representa a tristeza, que também podemos ver nas faces dos personagens, a partir de alguns traços como os olhos baixos e cansados, a boca repuxada e as marcas de expressão. Todos esses elementos não representam mais preocupação, porém dessa vez demonstram tristeza, cansaço e desistência, como se de fato nesse momento a presidente tivesse desistido de tentar recuperar seu mandato.

Na imagem podemos reconhecer uma luz difusa, que vem de frente para os personagens, essa luz possibilita maior visualidade das expressões dos mesmos, o que nos mostra que esses semblantes fazem toda a diferença na compreensão da capa. As faces dos personagens estão muito próximas na imagem, o que podemos significar através do entendimento do período, pois ambos compartilham de um mesmo sentimento, a tristeza. Isso porque ambos perderam sua carreira política, Dilma sofreu *Impeachment* e Cunha teve seu mandato caçado. Portanto, o recurso da revista ao colocar os dois tão próximos demonstra que os mesmos passaram pela mesma fase e compartilham de um mesmo sentimento de derrota.

Os elementos em vermelho na capa, uma vez considerando o fundo preto, pode ser assemelhado a cor do Partido dos Trabalhadores, mas também à energia, destaque, violência e sangue. Por isso compreendemos essa cor como uma ferida exposta, que estaria causando as expressões de derrota e tristeza dos personagens principais da capa. É uma expulsão violenta de ambos. Já os elementos em branco estão ali, naquela cor, simplesmente porque a mesma é neutra e não ofusca a importância ou até mesmo o significado dos outros elementos da capa.

A composição da capa, com a manchete principal sobre um pedaço da personagem causa uma sensação de desconforto, o que também nos permite entender que a revista pretende transmitir ao leitor o entendimento de que aquele momento se reflete em algo completamente diferente, que não é comum e que causa desconforto.

5 GRUPO FOCAL

Nesse capítulo vamos não só justificar a escolha do método de pesquisa, como também explicá-lo. Com o intuito de descobrir a opinião das pessoas sobre as capas selecionadas, entendemos que o melhor método para isso seria uma pesquisa de opinião pública, no formato *focus group*.

De acordo com Ana Lucia Novelli (2011), as pesquisas de opinião pública são instrumentos muito fortes na sociedade contemporânea, isso porque em muitos casos ela deixa de ser compreendida como técnica para entender a opinião do público e torna-se a própria expressão dessa opinião. Dentro deste método, existem diversas formas de aplicação de pesquisa. Essas formas se dividem em métodos quantitativos e qualitativos. Os métodos quantitativos, como cita Novelli (2011), possibilitam pesquisas vastas, com muitos entrevistados, e proporcionam dados numéricos, de quantidade, originados dessas pesquisas. Com o intuito de entender melhor a opinião das pessoas, de forma mais completa e subjetiva, mais do que seus dados numéricos, a pesquisa quantitativa se mostra inadequada nesse trabalho, pois não atenderia ao requisito de proporcionar dados em profundidade.

Já de acordo com o Insider (2017), Instituto de Pesquisa especializada em pesquisas de mercado e de opinião, a pesquisa qualitativa pode ser considerada uma pesquisa exploratória, já que fornece respostas, pensamentos e projeções que os indivíduos possam ter sobre algum assunto, o que também a caracteriza como um método de pesquisa em profundidade. Dessa forma, o método de pesquisa escolhido foi esse, uma vez que ele poderá nos proporcionar respostas abertas, que remetem às expectativas e aos sentimentos do indivíduo em relação a algum fato em específico.

Há várias formas de se aplicar uma pesquisa qualitativa, mas a escolhida para este trabalho foi o grupo focal, isso porque, como cita Maria Eugênia Costa (2011), se bem conduzido, esse método “permite a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepções das pessoas” (2011, p. 180). Eugênia também cita que

O grupo focal é altamente recomendável quando se quer ouvir as pessoas, explorar temas de interesse em que a troca de impressões enriquece o produto esperado, quando se quer aprofundar o conhecimento de um tema. (2011, p. 183)

A partir dessa citação compreendemos que o grupo focal se aplicaria perfeitamente para o intuito desta pesquisa, que pretende ouvir a opinião do público selecionado em relação às fotografias das capas da Revista Veja sobre o processo de *Impeachment* de Dilma Rousseff, sobre a própria Revista e também sobre o que pensavam desse processo naquele período.

De acordo com Eugênia Costa (2011), Laura Migliorini e Nadia Rania (2001), esse método teve origem nas Ciências Sociais, mais precisamente na psicologia, em 1941, com Paul Lazarsfeld e Robert Merton, este considerado o pai do grupo focal. Para Migliorini e Rania (2001), o grupo focal é uma técnica de pesquisa social com utilidades práticas e implicações éticas, que serve para se aprofundar em um tema específico a partir de uma entrevista com um grupo de pessoas. Também citam que a principal característica desse grupo está na interação entre os indivíduos participantes da pesquisa. Eugênia Costa (2011) explica que o grupo focal é como “uma entrevista coletiva que busca identificar tendências” (2011, p. 180) no qual a maior busca é compreender a opinião dos participantes e não deduzir ou generalizar a mesma.

Para a autora, o grupo focal pode ser utilizado em quatro momentos dentro das políticas públicas: na identificação do problema, no planejamento, na implementação e na avaliação. Já para Migliorini e Rania (2001), esse método de pesquisa pode gerar hipóteses de pesquisa, testar a estrutura de um questionário, ter mais profundidade de análise dos resultados, analisar o efeito de uma campanha de comunicação e entender o efeito de um produto ou serviço.

Para a elaboração do grupo focal, o primeiro item a ser desenvolvido é definir qual o objetivo para o grupo. Neste caso, como já citado em capítulos anteriores, o objetivo é compreender como os indivíduos avaliaram a cobertura fotográfica das capas da revista Veja com relação ao processo de *Impeachment* de Dilma Rousseff e como perceberam essas capas.

Após a definição do objetivo, foi definido o recorte dos indivíduos que participariam da pesquisa: universitários de comunicação social em diferentes etapas do curso, de 18 a 25 anos. Foi selecionado esse recorte por ser um público ao qual a pesquisadora faz parte e se identifica, além de ser um público geralmente considerado como não leitores da revista escolhida para análise, esse detalhe em específico despertou o interesse de estudo naquele público. Foram selecionados 6 estudantes para participar do grupo, pois conforme cita

Sônia Maria Guedes (2003), a quantidade de membros de um grupo focal interfere diretamente com a interação dos participantes, portanto os grupos devem ter tamanhos pequenos, entre 4 a 10 pessoas, pois assim os participantes se sentem mais confortáveis e com maior espaço de fala.

Outro motivo pelo qual foi optado por somente esse público é pela intenção da pesquisadora em buscar indivíduos que aparentassem semelhança em seu perfil socioeconômico, para não misturar pessoas de níveis econômicos e culturais muito diferentes, isso porque como explica Eugênia Costa “o grupo deve ter nível socioeconômico e acadêmico semelhante, para evitar inibições e constrangimentos” (2011, p. 185). Esse recorte também pode ser justificado pela maior facilidade da pesquisadora em conseguir contato com os participantes, assim como a mesma se sente mais apta a analisar e entender as respostas desse grupo em questão. Outro motivo pelo qual se optou por esse tipo de público, é o interesse da pesquisadora em compreender como indivíduos que estão interligados com a esfera acadêmica entendem e o que pensam sobre o assunto.

Com o tema, os objetivos e o público-alvo definidos, iniciamos a montagem da estrutura do roteiro de entrevista. Como cita Eugênia Costa (2011), o grupo focal tem o intuito de estimular a discussão, por isso e a partir de uma orientação de seu capítulo no livro “ Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação” (2011), para essa etapa foram evitadas questões longas, complexas, divididas em muitas etapas e que possibilitem uma resposta monossilábica. Outra direção seguida nessa etapa foi a criação de um roteiro que se iniciasse com perguntas genéricas para posteriormente se aprofundar em questões mais específicas:

Recomenda-se que o roteiro de perguntas tenha um ritmo que começa com perguntas amplas, divergentes, desestruturadas; na metade do roteiro, perguntas focais, convergentes e estruturadas; e perguntas genéricas, amplas, na finalização do roteiro. (COSTA, E., 2011, p 184)

Para o tema abordado nesse trabalho em específico o roteiro de pesquisa segue a seguinte estrutura:

- Iniciará com perguntas sobre os entrevistados, como nome, idade e qual graduação cursa;

- Falaremos um pouco sobre suas preferências de leitura e seus hábitos de consumo midiático, para então sabermos as opiniões sobre a revista;
- Adentrando mais na esfera do tema, perguntaremos sobre as opiniões políticas;
- Dentro das questões específicas, apresentaremos as capas para que nos digam o que pensam delas;
- Finalizaremos questionando o que cada um consegue concluir a partir das representações mostradas nas capas.

O grupo focal foi aplicado anteriormente à análise semiótica das capas, no capítulo 3, com a intenção de ter um cuidado maior para que o mediador, que neste caso era a própria pesquisadora em questão, mantivesse a imparcialidade no momento do grupo focal, com o intuito de não demonstrar seu entendimento ou influenciar nenhum entrevistado. Eugênia Costa (2011) exemplifica que “bom moderador é aquele que não induz às respostas os participantes e consegue fazer com que um maior número possível dos participantes participe ativamente [...]” (2011, p. 185). Concluímos a partir disso que qualquer demonstração de opinião do mediador pode aparentar uma imposição ou até mesmo inibir um participante a demonstrar a sua própria opinião.

Como forma de facilitar a análise e não se perder dados e informações relevantes, o áudio do *focus group* será gravado, e a mídia CD será incluída como anexo deste trabalho.

Abaixo exibiremos o roteiro de perguntas montado para o grupo focal. É importante ressaltar que, como cita Eugênia Costa (2011), o roteiro é feito para guiar o grupo e lembrar ao mediador as perguntas importantes a serem feitas, mas “não deve funcionar como uma camisa-de-força” (2011, p. 183) podendo o grupo divagar sobre outras questões que não se encontram no roteiro, desde que as do roteiro também sejam respondidas.

No início da sessão do grupo focal será explicado o tema da pesquisa e que os fins são unicamente acadêmicos. Também será explicado que os participantes podem se sentir livres para emitir qualquer opinião e que suas identidades serão preservadas. A ordem das perguntas será:

1. Qual o nome e idade de vocês?
2. Qual a área de graduação de cada um?
3. O que vocês gostam de fazer no tempo livre? Vocês leem? O quê?

4. Quando precisam de uma informação, aonde procuram?
5. Qual a opinião de vocês sobre a revista *Veja*?
6. O que vocês pensam sobre política e o que acharam das manifestações que aconteceram em 2014?
7. Quando foi noticiado o *Impeachment* da ex-presidente, Dilma Rousseff, o que vocês pensaram?
8. Continuam com a mesma opinião sobre o assunto? Se não, o que mudou?

Após essa última questão, apresentaremos as capas selecionadas, uma de cada vez, para que após cada uma delas os entrevistados possam contar o que acham sobre a mesma e/ou se perceberam algum elemento interessante nelas. Nesse momento perguntaremos aos participantes as seguintes questões sobre cada capa:

9. O que acharam da composição da capa? Encontraram algum elemento interessante?
10. Quanto a iluminação e cor, o que vocês pensam? Isso remete algo a vocês?
11. Vocês acham que utilizaram pós-produção nessas imagens?
12. Agora pensando sobre as questões simbólicas, acreditam que essa capa quer dizer alguma coisa? O que te fez pensar isso? Que outra leitura dá para fazer?
13. Após todas as capas apresentadas e as discussões que tivemos aqui. Vocês tiveram alguma conclusão em relação às capas ou ao tema?

Com a pesquisa pronta, analisaremos, no capítulo seguinte, as respostas de cada participante. Utilizaremos cada uma delas para pensar em todos os elementos das capas como: formatação, iluminação, cor, composição, elementos, simbólicos e o que tais capas remetem a cada um desses itens. Também aplicaremos e compararemos as respostas com a análise feita no capítulo anterior.

Ao fim desse capítulo, o que podemos concluir é que existem diversas formas de se aplicar uma pesquisa e que quando se trata de interação entre pessoas uma palavra ou uma ação pode ser o suficiente para influenciar completamente uma resposta ou a falta dela. Por isso houve um grande cuidado ao montar o roteiro de perguntas exposto acima, para que cada entrevistado se sinta confortável o suficiente para responder e não se sinta pressionado ou que pense que sua inteligência será julgada pelas questões.

6 ANÁLISE DO FOCUS GROUP

Neste capítulo vamos fazer uma exposição e discussão das respostas às perguntas citadas no capítulo anterior. Durante o grupo focal realizado com 6 participantes, sendo que dois deles não puderam permanecer no grupo por todo o tempo de sua realização.

Todos os seis participantes estudam Comunicação Social na Universidade Federal do Paraná, sendo cinco deles estudantes de Relações Públicas e um estudante de Jornalismo. Três dos participantes estão no último ano do curso e dois estão no terceiro ano. A faixa de idade era entre 20 e 24 anos.

De um modo geral, todos os participantes procuraram o entretenimento nas séries e nos filmes, dois deles apreciam leitura, sendo um mais relacionado a informações e outro mais relacionado à ficção. Quando se trata de onde buscam informações, a resposta foi unânime: todos procuram no sistema de pesquisas *Google*. Porém, a forma como selecionam o site no qual leem a informação varia um pouco entre eles. O que todos escolhem fazer é utilizar fontes nas quais confiam.

Quando perguntados sobre a revista *Veja*, a qual estamos analisando nesse trabalho, foram muito sucintos ao explicar que após o ingresso na Universidade pararam de se dar conta dela, isso porque quando entraram ouviram várias opiniões ruins sobre a mesma, ouvindo até de um professor que a revista é “o esgoto do jornalismo”. Os participantes também compreendem a revista como parcial, que defende os interesses dela.

É importante aqui abrir um parênteses e observar que se tem noção da impossibilidade prática da ideia de uma imparcialidade absoluta por parte dos Meios de Comunicação, uma vez que todos esses Meios são dirigidos por pessoas e estão sujeitos a suas idiosincrasias. Isso não quer dizer que, necessariamente, um Meio de Comunicação esteja atrelado diretamente a determinada ideologia político/partidária. Analogamente, a mesma análise que se faz de um Meio de Comunicação ao se dizer que ele segue esta ou aquela ideologia deve ser feita sobre quem o analisa, como no caso do professor citado, cuja carga ideológica também afeta sua avaliação sobre tal Meio, classificando-o como seguidor desta, daquela ou de nenhuma ideologia político/partidária.

Assim, tendo isso em mente, é na perspectiva da tentativa de uma análise imparcial sobre as capas da revista que buscamos conduzir este estudo.

Uma das participantes tem um ponto de vista muito interessante quanto à revista, ela cita que acha muito ruim que “ a gente aprende a não gostar, mas a Veja está aí, as pessoas estão comprando, ela está sobrevivendo, ela tem força [...] a gente só ignora a existência dela”.

Quando questionados sobre o que pensavam sobre política, as respostas foram variadas. Há pessoas que não gostam e não procuram saber, estão por dentro somente dos maiores escândalos da política, outras têm contato com diferentes opiniões políticas, e também há pessoas que se interessam e só não procuram tanto pois se sentem afetadas emocionalmente com os ocorridos, enquanto outras procuram simplesmente saber o que está acontecendo e quando algo realmente as interessa, procuram em suas fontes de confiança, como o jornal Folha de São Paulo. Analisando um contexto de como essa informação chega a cada um, geralmente o primeiro contato que esse público faz com a notícia é em publicações no *Facebook*, assim eles a recebem com a opinião daquele que a está compartilhando e devem ter o discernimento de procurá-la nos veículos em que confiam para compreender melhor o acontecimento. Indivíduos que não têm a chance de contato com outras fontes, ou até mesmo que não desenvolveram um senso crítico, por falta de estímulo, podem ler ou ouvir uma informação e tomar a mesma como verdade absoluta.

Em relação às primeiras manifestações, que tinham como intuito reclamar do aumento nas passagens dos transportes públicos, alguns participaram do movimento e outros tinham interesse em participar, mas o que conseguimos concluir a partir da conversa foi que talvez muitas pessoas não entendessem de fato o que estava acontecendo, mas o sentimento de estar fazendo algo para contribuir com a melhora do seu país já era motivo suficiente para que estivessem lá. Quando se trata do *Impeachment*, todos compartilham da mesma opinião, são contra e acreditam ter sido um golpe de Estado.

Com uma contextualização feita sobre o assunto, sobre como cada um entendeu o período e o que achavam sobre a revista, começamos a analisar as capas selecionadas.

6.1 POR QUE CAEM OS PRESIDENTES – Outubro / 2015

FIGURA 32 Capa da revista Veja, edição 2447, outubro de 2015



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Quando questionados sobre os elementos interessantes da primeira capa, o primeiro elemento, e para os participantes o mais relevante, que chamou atenção foi a questão da iluminação e das cores, como as sombras no primeiro plano da imagem. Em relação à composição, repararam na posição da personagem na capa, que os participantes identificaram uma questão simbólica que representa preocupação, o que quando considerado o período reflete claramente o posicionamento político da revista naquele momento.

O título foi uma parte importante para os participantes do grupo, eles observaram e comentaram cada um deles, e para eles, como nessa primeira capa, os títulos só reafirmam o posicionamento do veículo. No caso dessa capa, a forma como o título é colocado afirma quase com certeza de que a então presidente estava fadada a cair, ou seja, ela sofreria o *Impeachment*.

6.2 O PLANO TEMER – Novembro / 2015

FIGURA 33 Capa da revista Veja, edição 2452, novembro de 2015



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Em relação à segunda capa apresentada, que como se pode ver acima, representa o vice-presidente de Dilma, Michel Temer, os participantes entenderam a partir de questões simbólicas, um posicionamento “em cima do muro” da revista. Ela não demonstra Temer como um personagem carismático, mas ainda assim o coloca na capa da revista, como se assim demonstrasse que o mesmo entraria em cena.

Um dos elementos mais marcantes para os entrevistados, que os levou a desenvolver esse pensamento, foi a questão da iluminação direta no personagem da capa e na relação com a composição da mesma, que mostra Dilma representada em segundo plano, pequena, em um canto da capa. Isso demonstrou, como já citado acima, que o vice estava entrando em cena e tornando-se o personagem principal.

Continuando nas questões simbólicas da capa, também foi identificado a necessidade da revista em não criar grandes laços com o vice, talvez por não saber como o mesmo seguiria seu mandato, caso a presidente de fato sofresse o *Impeachment*.

Mais uma vez, o título está presente para reforçar o posicionamento da revista no período, quando os mesmos colocam que “apontam para a campanha

da presidente”, quando a campanha não era somente de Dilma, mas também de seu vice, representado na capa, Michel Temer.

6.3 IMPEACHMENT – Dezembro / 2015

FIGURA 34 Capa da revista Veja, edição 2455, dezembro de 2015



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Relacionando a questão de iluminação, essa capa, assim como as duas anteriores, é demonstrada de forma escura. Quando perguntados sobre que sentimento a capa transmitia, os participantes ressaltaram um sentimento de caos, como se o período em que ela foi publicada estivesse muito conturbado.

Algo muito interessante relacionado à questão simbólica e destacado pelos participantes é a forma que perceberam essa escuridão representada nas capas. Para eles a Veja escolhia a escuridão para representar um período de muitos problemas e que aparenta, aos espectadores, que as capas voltariam a ser lindas e claras quando esse período acabasse.

6.4 SAIU MUITO MAIS CARO – Março / 2016

FIGURA 35 Capa da revista Veja, edição 2467, março de 2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

A primeira coisa citada quando viram esta capa foi em relação à composição da mesma, referindo-se à montagem e seu simbolismo, que banaliza o período e o cenário político brasileiro. Os participantes também citaram que acham “ridículo” utilizar uma forma boba para representar o cenário político, pois tira toda a credibilidade dos personagens apresentados.

Outras questões simbólicas para os participantes relacionam-se ao fato de colocarem o marqueteiro do PT segurando Dilma e Lula como bonecos, demonstrando que quem está realmente no comando é o profissional de marketing do partido, e que os personagens da história, representados como bonecos, não são importantes. Outro fato reparado foi no uso da palavra marqueteiro, que para os participantes tem uma conotação negativa, pois não parece se referir ao profissional da área de marketing, mas sim a alguém com intenções negativas, como a manipulação.

Em relação às cores da capa, os participantes repararam no nome da revista, que diferentemente das outras capas apresentadas, está em neon e atrás dos personagens, o que chamou a atenção dos participantes e os lembrou

de um show, como se a revista estivesse representando aquele momento como um espetáculo, o que para os entrevistados demonstra desrespeito aos cargos de autoridade do país e causam neles uma sensação de que o período estava uma “palhaçada”.

6.5 DILMA EM LIQUIDAÇÃO: SUPERQUEIMA DE CARGOS – Abril / 2016

FIGURA 36 Capa da revista Veja, edição 2473, abril de 2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Já nessa capa, quando questionados sobre a composição da mesma, o que os participantes mais repararam foi em sua questão estética, que para eles estava feia, mas que também os remetia a um momento de caos. Lembraram das propagandas de uma das lojas populares de departamento mais conhecidas no país, pois o título se representa de forma como se estivesse “gritando na sua cara”, para que a informação seja realmente percebida, para que o espectador realmente entenda a mensagem.

Em relação às sensações que a capa transmite, remete a eles algo ruim, como se o fogo nos demonstrasse o inferno, o fim do mundo. Quanto à questão simbólica, o fogo também foi entendido, por uma das participantes, como uma forma de demonstrar que o PT estava em um momento crítico, perdendo seu

mandato. Isso porque o vermelho do fogo a lembrou do partido, já que a cor do mesmo é vermelha.

Mais uma vez, os participantes identificaram uma banalização do cenário político, pois tanto a imagem do Palácio do Planalto em segundo plano e pegando fogo, como a frase “Corra! Últimos ministérios!”, assemelham-se a piadas, fazendo assim uma representação irônica do período.

6.6 FORA DO BARALHO – Abril / 2016

FIGURA 37 Capa da revista Veja, edição 2474, abril de 2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Para os participantes, a sexta capa foi a que mais demonstrou um posicionamento perante a revista, pois, em relação à sua composição, aparenta representar uma foto de campanha da ex-presidente, colada em algum muro, que foi rasgada por alguém que passou por ali. Quanto às questões simbólicas, o ato da foto rasgada demonstra uma revolta do povo, como se os mesmos estivessem enfurecidos com a então presidente em exercício.

O título também reafirma, mais uma vez, a forma como a revista enxergava o momento, como se Dilma já estivesse fora da história, não é mais considerada um personagem de importância. Aparenta também que nesse

momento todos estavam contra ela e que o fim de seu mandato era algo realmente certo.

6.7 EDIÇÃO EXTRA IMPEACHMENT – Abril / 2016

FIGURA 38 Capa da revista Veja, edição Especial 2474, abril de 2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Essa capa rendeu uma análise de certa forma muito interessante, pois os entrevistados, a partir da composição da capa e de suas questões simbólicas, primeiramente enxergaram nela alguém que participou das manifestações a favor do *Impeachment* e que esse alguém estava feliz, cantando vitória mesmo que naquele momento o afastamento da presidente ainda não fosse definitivo. Tanto a felicidade quanto o fato de a personagem ter a bandeira do país estendida nas costas demonstra que quem conseguiu esse feito, o afastamento da presidente, foi o povo, que a população teve poder o suficiente para fazer isso. A representação do povo nessa capa, na bandeira, remeteu nos entrevistados uma necessidade da revista em passar para seus leitores uma sensação de pertencimento ao movimento.

O que fez com que os participantes fizessem essa ligação foi a analogia da imagem representada com o movimento que estava ocorrendo nas ruas.

Para eles, o fato de ser uma edição extra também chama a atenção, pois aparenta que, de tanta coisa que havia ocorrido, se fazia necessário uma edição extra para mostrar aquele momento de vitória. A edição extra também remete a eles algo colecionável, seria algo que alguém guardaria para mostrar aos seus descendentes.

Após um tempo maior analisando a capa, os participantes observaram a personagem como diferente do que eles imaginavam que encontrariam naquelas manifestações, pois na imagem é representada uma jovem com cabelos coloridos e *piercing* na boca. Isso, para eles, foi uma forma da revista demonstrar que a juventude também estava inserida e a favor daquele movimento. Uma das mensagens mais importantes que essa capa quis passar, para os participantes, foi que não importa de fato quem está por trás do *Impeachment*, e sim que o protagonista daquele momento era o povo.

6.8 A APOSTA TEMER – Maio / 2016

FIGURA 39 Capa da revista Veja, edição 2476, maio de 2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

Nessa capa, a segunda em que Temer é representado, quando questionados sobre sua composição, a primeira coisa que os participantes repararam foi que sua imagem aparece diferente da primeira na qual o vimos, pois essa passava uma sensação de confiança dos participantes no personagem representado. Relacionadas às cores, desta vez a capa estava em um fundo claro, o personagem estava bem vestido e seu rosto demonstrava um sorriso de serenidade.

A palavra “aposta” no título complementa a imagem, pois para os participantes, demonstra aos leitores que a partir daquele momento o país teria uma melhoria, teria um novo começo, como se o personagem representado estivesse ali para solucionar todo o caos visto nas capas anteriores.

Em relação às outras capas, essa se demonstrou muito mais limpa, mais clara, mais serena para os participantes, sendo a única que passa confiança e a única que mostra uma foto posada, sem muita pós-produção.

6.9 TCHAU, QUERIDA. TCHAU, QUERIDO. – Maio / 2016

FIGURA 40 Capa da revista Veja, edição 2477, maio de 2016



FONTE: Acervo Digital da Veja. Acesso em: 23/09/2016

A última capa apresentada aos participantes do grupo passou a eles uma sensação de derrota, e quando questionados sobre o simbolismo da imagem, o que os mesmos conseguiram compreender foi a questão de que os personagens representados na capa aparentaram a eles uma aceitação dessa derrota. Quando questionados sobre as cores e a iluminação, o principal elemento que os fez entender a capa desta forma foi, mais uma vez, a escuridão demonstrada na mesma, além do semblante dos personagens.

Já o título, quando pensado pelos entrevistados, foi considerado apelativo, por se tratar de uma frase alvo da fala popular, algo que estava se espalhando por mensagens pelo *Facebook* e *Whatsapp*.

Novamente em relação às cores, para eles, a escolha das mesmas também lembrou a um dos participantes os finais de capítulos da novela *Avenida Brasil*⁸, veiculada em 2012, que sempre acabava com algum acontecimento tenso e turbulento, isso porque os finais de capítulo da novela sempre se congelavam em uma imagem escura com alguns pontos de foco em vermelho. Esses acontecimentos dos fins da novela também podem ser comparados à sensação que essa capa traz, como algo tenso, a derrota.

Outro fato importante nessa capa, que foi reparado pelos entrevistados, foi a pequena chamada com uma foto do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva no topo da página. Isso, para eles, quis dizer que naquele momento, o ex-presidente e pessoa à frente do Partido dos Trabalhadores era importante⁹. O jogo de palavras naquela chamada também se fez interessante para os participantes, pois “Lula no topo da cadeia” demonstra uma dupla conotação, já que não se sabe se a revista quis dizer que o ex-presidente está na cadeia, lugar, ou se está no topo, como “comandante” de todas as ações dos envolvidos do Partido.

Para os participantes, as duas faces tão próximas (Dilma Rousseff e Eduardo Cunha), olhando de longe, lembrou o semblante de um monstro e a escolha de colocar esses dois personagens como principais os coloca como os

⁸ Novela transmitida pela emissora Rede Globo, veiculada em 2012, fez muito sucesso e atingia mais de 50 pontos na audiência da emissora. Foi considerada uma das novelas de maiores sucessos do horário, era transmitida às 21h, e é lembrada até hoje.

⁹ Na verdade, Lula é o representante honorário do Partido dos Trabalhadores. No momento citado na entrevista, o líder oficial do Partido era Rui Falcão, presidente eleito da legenda.

únicos culpados por todos os ocorridos, principalmente Dilma, já que a mesma é colocada em primeiro plano.

Quando pensado em todas as capas de uma forma geral, o que mais se lembraram foi o fato de que Dilma não aparece com o rosto de frente em quase nenhuma das capas, com exceção das capas 4 e 6. O que os participantes entenderam disso, foi que nenhuma das capas representou a ex-presidente como ela mesma, como uma figura de respeito ou até mesmo como relevante.

Também os surpreendeu a forma como aquele momento foi representado pela Revista Veja, pois a mesma, segundo os participantes, indicaria parcialidade, porque representou o período como um espetáculo, e demonstrou muito o período separado em dois momentos (o bem e o mal). Ainda segundo os entrevistados, a revista queria se apresentar como a voz do povo para seus leitores, e entenderam isso a partir da utilização de frases populares e do uso da representação do “povo” nas capas.

Ainda sobre a opinião dos participantes, o elemento mais marcante das capas foi definitivamente o jogo de sombras e as cores escuras, que ajudou a construir a imagem dos personagens que estão sendo representados. A escolha do preto e do branco deu um tom fúnebre a elas.

Foi interessante também pensar na cronologia de cada capa, pois a sensação causada a eles foi de que as mesmas formam uma história, e que mesmo alguém que desconhecesse a história daquela época, talvez pudesse acertar a ordem cronológica das capas.

Os participantes acharam relevante a questão sequencial das capas, pois entenderam que esse fato também demonstra a opinião da revista, as primeiras capas são escuras demonstrando algo ruim e quando tem a primeira votação, a capa representa algo bom, demonstra alegria e vitória, como se todos estivessem muito felizes. Para os participantes, não era necessário nem ler os títulos para compreender o posicionamento da revista, já que para eles “o texto perde força para as imagens” e as imagens falavam por si.

Compreenderam também que a composição e a pós-produção fizeram toda a diferença nas capas, já que em todas as capas foi possível reparar o uso de muita pós-produção, e que as capas não foram feitas somente da produção de imagens fotográficas. Foram produzidas a partir de um pensamento

estratégico da Revista, o que mostra a intenção da mesma de impactar o receptor.

É importante lembrar que essa análise foi feita a partir da opinião dos participantes do grupo focal e que os mesmos já tinham uma opinião pré-formada sobre os acontecimentos do período, e até mesmo sobre a Revista, pois, como citado no começo da entrevista, foram influenciados por seus professores da faculdade a olharem para a Veja de uma forma muito mais crítica e negativa, e este fato tem extrema relevância quando consideradas as análises feitas por eles.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho passou por diversas fases, antes mesmo de suas pesquisas serem iniciadas. Primeiramente tínhamos o intuito de analisar as influências dos meios de comunicação em relação aos seus receptores, considerando o período de *Impeachment* como referência, mas essa frente não sanaria de fato todas as dúvidas. Então partimos para outra frente, escolher um único meio e a partir dele destrinchar seu conteúdo para compreendermos o que o mesmo quis se referir em relação ao período de análise escolhido. Assim escolhemos o veículo a ser analisado, a revista *Veja*, e o que analisaríamos dela, as capas selecionadas.

Para iniciar nosso estudo, primeiramente tivemos que entender a Revista. É de suma importância o contexto em que a mesma se encaixa uma vez que será analisada, entender seu tamanho, sua tiragem, veiculação, seus públicos e até mesmo seus interesses demonstraram-se informações de grande relevância durante o percurso desse trabalho. Tentamos entender também se a mesma segue algum tipo de posicionamento em seu jornalismo e utilizando outras revistas também como referência deste trabalho, conseguimos observar que cada veículo defende a sua frente. A parcialidade dos meios é grandemente notada, isso porque não há informação imparcial em nenhum tipo de jornalismo. É como escrever um trabalho ou um livro sobre qualquer tema, tendemos sempre a colocar nossa opinião expressa naquilo, como o ditado popular mesmo diz “quem conta um conto, aumenta um ponto”, portanto não somos imparciais. Sendo assim, um veículo, composto e gerenciado por pessoas, não é imparcial e demonstra sempre a opinião daqueles que o constituem.

Outro ponto de certa importância foi a compreensão da imagem como transmissora de significado e entendemos isso através da história. Desde a pré-história os homens utilizam das imagens para se fazer entender, como citado em capítulos anteriores os homens pré-históricos utilizaram a pintura rupestre como forma de transmitir uma mensagem ou até contar uma história. A representação que uma imagem traz está muito além de somente o que se vê, pois ela carrega consigo um significado que está carregado de sentido quando considerado o contexto em que ela está inserida. Por exemplo, as histórias mitológicas são repletas de Deuses e cada Deus tem uma forma, eles são representados por imagens, mas essas imagens estão carregadas de significados, os quais são construídos a partir de uma cultura, de ideologias e crenças de um povo. Todo

esse contexto no qual a representação se fixa influencia no entendimento daquele que observa a imagem. Também não podemos concluir que todo e qualquer indivíduo terá o mesmo entendimento de uma imagem, pois uma só representação pode ter diferentes significados e todos eles serão variados em relação ao contexto em que o receptor está ligado.

Esse trabalho também possibilitou a utilização de duas teorias estudadas durante a graduação em Comunicação Social. A teoria Semiótica, que viabilizou uma forma de analisar o conteúdo de uma imagem a partir de sua composição, cores, formas, contexto e significados. Dessa forma conseguimos concluir como o período foi representado pela revista e o que a mesma quis transmitir com as suas capas, pois como vimos anteriormente todas foram pensadas a partir de uma intenção, um ponto de vista, isso porque o intuito da mesma não era ser imparcial, assim como nenhum meio é.

Em relação à pesquisa de opinião pública, na qual utilizamos o método do grupo focal, foi compreendido que mesmo quando entrevistamos um tipo de público específico, a opinião dos mesmos nunca vai refletir a opinião exata de todo aquele público, isso porque cada indivíduo têm uma vivência diferente. Portanto aquela entrevista conseguirá, no máximo, nos passar uma noção de como aquele público pensa, mas não poderá ser considerada como verdade absoluta de forma geral, mas sim de um recorte daquele público.

Outro fato que podemos considerar como aprendizado sobre o método de pesquisa escolhido, é a necessidade que o pesquisador tem de prever possíveis falhas da tecnologia, por isso deve estar sempre preparado. Esse julgamento se fez a partir de uma falha que ocorreu durante a pesquisa aplicada, o DVD com o vídeo do grupo focal na íntegra apresentou problema. Por esse motivo, anexado a esse trabalho, segue somente um CD com o áudio do grupo.

Pensando sobre as análises, tanto a feita com base na teoria semiótica de Pierce, quanto a feita pelo grupo focal composto por universitários, podemos desenhar uma tênue diferença e diversas semelhanças entre elas. De modo geral, ambas as análises identificaram o cenário escuro como símbolo de algo ruim, os semblantes de Dilma como tristes e preocupados, sua representação de forma pequena, insignificante ou banalizada e a forma como a revista retrata o sentimento do povo brasileiro perante a ex-presidente, também se assemelha quando se trata da relação que a revista constrói com Michel Temer, quando a

mesma o representante com roupas formais, cabelos grisalhos bem penteados e em um fundo mais claro que as demais capas, demonstrando o então vice-presidente como confiante, seguro, experiente e como alguém que vai solucionar todos os problemas políticos do país. Como último tópico nas semelhanças entre as análises, também podemos pensar na forma como a revista demonstra e tenta falar com os jovens, como eles são representados como manifestantes a favor do *Impeachment* e que comemoram com os progressos do pedido de cassação do mandato da presidente da mesma forma que comemoram quando o Brasil faz um gol durante a Copa Mundial de Futebol.

Já em relação às diferenças entre ambas as análises, podemos destacar que a análise semiótica, além de embasada por uma teoria, classifica os signos das imagens e pensa nos mesmos também de forma técnica, como quando percebemos uma iluminação dramática que reflete somente as expressões faciais, demonstrando mais facilmente um sentimento por parte do personagem. A análise do grupo é feita a partir da consciência de mundo de cada participante, eles pensam na composição da capa a partir de um entendimento primário, analisam os signos de acordo com o seu conhecimento de mundo e sempre relacionam os significados das imagens com as sensações que as capas transmitem. Podemos exemplificar isso com a capa número 5, quando os mesmos conectam a cor vermelha do fogo ao conhecimento de inferno que eles possuem e a forma como disseram que aquela capa transmite uma sensação ruim, como se fosse o ápice de um caos. Outra diferença entre as duas análises, é que na feita pelo grupo focal, os participantes levaram e consideram todos os títulos, que para eles reafirma a mensagem da imagem, o posicionamento da revista e a forma como a mesma quis representar o período. Talvez tenham se conectado também aos títulos já que a linguagem é uma das formas de comunicação mais comuns, assim como uma das que se faz entender mais facilmente.

Consequentemente, pensando em todas as análises, sejam elas baseadas em uma teoria ou no conhecimento de mundo, conseguimos interpretar a forma como o veículo retratou o período, diminuindo a importância da presidente, banalizando o cenário político e mostrando o povo brasileiro como adeptos das manifestações a favor do *Impeachment* de Dilma. Além de

percebermos que a revista cria uma narrativa com a cronologia das capas, produzindo sentido e contando uma história.

REFERÊNCIAS

- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2447*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/32023?page=1§ion=1>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2452*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2452?page=1§ion=1&word=2452>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2455*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2455?page=1§ion=1&word=2455>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2467*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2467?page=1§ion=1&word=2467>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2473*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2473?page=1§ion=1&word=2473>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2474*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2474?page=1§ion=1&word=2474>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição Especial 2474*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2474Especial?page=1§ion=1&word=2474>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2476*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/2476?page=1§ion=1&word=2476>> Acesso em: 23/09/2016.
- ACERVO DIGITAL DA VEJA. *Edição 2477*. Disponível em:
<<https://acervo.veja.abril.com.br/#/edition/37084?page=1§ion=1>> Acesso em: 23/09/2016.
- ARTE EDUCAÇÃO. *A Arte da Idade Média*. Disponível em:
<<http://www.arteducacao.pro.br/a-arte-da-idade-media.html>> Acesso em: 31/05/2017.
- AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 2013.
- BAPTISTA, Í.; ABREU, K. *A História da Revista no Brasil: Um Olhar Sobre o Segmentado Mercado Editorial*. Disponível em:
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>> Acesso em: 16/12/2017.
- BARBOSA, M. F. *O Sagrado no Egito Antigo*. Revista Discente do PPGCR-UFPB, v.3, n.1, 2013. Disponível em:
<<http://periodicos.ufpb.br/index.php/dr/article/view/15376>> Acesso em: 31/05/2017.

BARROS, Eduardo. *A Construção do Sucesso da Revista Veja*. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barros-eduardo-a-construcao-do-sucesso-na-revista-veja.pdf>> Acesso em: 16/12/2017.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil (1988). Promulgada em 05 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 13/11/2017.

CALGARO, Fernanda. Manifestantes entregam na Câmara pedido de impeachment de Dilma. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/05/manifestantes-entregam-na-camara-pedido-de-impeachment-de-dilma.html>> Acesso em: 09/04/17.

CAPPELLARI, M. S. V. *A Arte da Idade Média como construtora de um conceito visual de mal*. Revista Mirabilia, 2011.

CARTA CAPITAL. *Em retaliação ao PT, Cunha acolhe pedido de impeachment contra Dilma*. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/em-retaliacao-ao-pt-cunha-acolhe-pedido-de-impeachment-contra-dilma-5647.html>> Acesso em: 15/12/2017.

CHATA DE GALOCHA. *Blog de Moda*. Disponível em: <<http://chatadegalocha.com/>> Acesso em: 29/05/2017.

COSTA, M. E. in BARROS, A; DUARTE, J. Grupo Focal. *Métodos e Técnicas e Pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2011. p.180 – 192.

Crime de responsabilidade. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/crime-de-responsabilidade>> Acesso em: 09/04/17.

EBC. Acesso à Internet Chega a 49,4% da População Brasileira. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2015/04/acesso-internet-chega-494-da-populacao-brasileira>> Acesso em: 03/06/2017.

EDITORAS. *Dos Tabletes Suméricos de Argila aos Tabletes de Vidro e Alumínio Modernos*. Disponível em: <<http://editoras.com/dos-tabletes-sumerios-de-argila-aos-tablets-de-vidro-e-aluminio-modernos/>> Acesso em: 23/05/2017.

EXAME, Redação. O ano em que o gigante acordou. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/o-ano-em-que-o-gigante-acordou/>> Acesso em: 09/04/17.

FACEBOOK. *Aloysio Nunes, Senador de São Paulo, convida a todos para a manifestação do dia 06/12, às 15h, no MASP*. Disponível em: <<https://www.facebook.com/VemPraRuaBrasil.org/videos/357354527779235/>> Acesso em: 23/03/2017

FERNANDES, Cláudio. *Origem do Cinema*. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiageral/origem-cinema.htm>> Acesso em: 02/06/2017.

FÓTON. *Evolução da Comunicação Humana e dos Meios de Comunicação*. Disponível em: <<http://www.foton.com.br/divirta-se.php?id=drops/evolucao>> Acesso em: 18/05/2017.

G1. Aécio e parlamentares da oposição convocam para ato de protesto em SP. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/12/aecio-e-oposicionistas-fazem-pela-web-convocacao-para-ato-de-protesto.html>> Acesso em: 09/04/17.

G1. Da eleição ao impeachment. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/politica/2016/processo-de-impeachment-de-dilma/da-eleicao-ao-impeachment/>> Acesso em: 09/04/17.

G1. Manifestantes protestam contra Dilma em todos os estados, DF e exterior. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2015/03/manifestantes-protestam-contra-dilma-em-estados-no-df-e-no-externo.html>> Acesso em: 09/04/17.

GOVERNO DO BRASIL. *Televisão ainda é o meio de comunicação predominante entre os brasileiros*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/televisao-ainda-e-o-meio-de-comunicacao-predominante-entre-os-brasileiros>> Acesso em: 25/10/2017.

GROBEL, M.; TELLES, V. *Da Comunicação Visual Pré-história ao Desenvolvimento da Linguagem Escrita, a, a Evolução da Autenticidade Documentoscópia*. Revista Acadêmica Oswaldo Cruz, n.1, jan./mar., 2014. Disponível em: <<http://bit.ly/2rO3E5n>> Acesso em: 31/05/2017.

GUEDES, S.M. (2003) *Grupos Focais como Técnica de Investigação Qualitativa: Desafios Metodológicos*. Paidéia, p.149 – 161, 2003.

Harnik, Bruno. *Fenômeno Phi e a percepção de movimento*. Disponível em: <<http://blog.alura.com.br/fenomeno-phi-e-a-percepcao-de-movimento/>> Acesso em: 16/11/2017.

HISTÓRIA DAS ARTES. *Renascimento*. Disponível em: <<https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-renascentista/renascimento/>> Acesso em: 31/05/2017.

INFOESCOLA. *Hieróglifo*. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/civilizacao-egipcia/hieroglifo/>> Acesso em: 23/03/2017.

INSIDER. *A Diferença entre pesquisa quantitativa e qualitativa*. Disponível em: <<https://insider.com.br/pesquisa-qualitativa-quantitativa/>> Acesso em: 19/10/2017.

INSTAGRAM. *Perfil Kim Kardashian*. Disponível em: <<https://www.instagram.com/kimkardashian/>> Acesso em: 29/05/2017.

JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. Campinas, SP: Papyrus, 2007.

KEMP, Simon. *Three billion people now use social media*. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2017/08/three-billion-people-now-use-social-media>> Acesso em: 15/12/2017.

KINODINÂMICO. *A Influência de Émile Reynaud no cinema*. Disponível em: <<https://kinodinamico.wordpress.com/2010/08/24/a-influencia-de-emile-reynaud-no-cinema/>> Acesso em: 28/05/2017.

LA VIDA EM FOTOGRAFIA. *Autocromos de Alfred Stieglitz*. Disponível em: <<https://lavidaenfotografia.wordpress.com/2012/03/03/autocromos-de-alfred-stieglitz/>> Acesso em: 27/05/2017.

MARQUES, Gabriel. Disponível em: <<https://gabrielmarques.jusbrasil.com.br/artigos/172450520/o-que-e-impeachment>> Acesso em: 09/04/17.

MARTINO, L. M. S. *Teoria das Mídias Digitais*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

MIGLIORINI, L.; RANIA, N. *I Focus Group: Uno Strumento Per La Ricerca Qualitativa*. Animazione Sociale. Torino, fev. 2001.

MODERNA CIÊNCIA. *Perspectiva: arte como uma das fontes inspiradoras à ciência moderna*. Disponível em: <<http://modernaciencia.blogspot.com.br/2008/03/perspectiva-arte-como-fonte-inspiradora.html>> Acesso em: 27/05/2017.

MOREIRA, Yago. *Os Irmãos Lumière e o Autocromo*. Disponível em: <<http://www.queimandofilme.com/2016/02/04/os-irmaos-lumiere-e-o-autocromo/>> Acesso em: 01/05/2017.

MUNDO ESTRANHO. *Quais são os principais Deuses egípcios?* Disponível em: <<https://mundoestranho.abril.com.br/cultura/quais-sa%CC%83o-os-principais-deuses-egipcios/#>> Acesso em: 27/05/2017.

NEMES, Ana. *175 Anos de Fotografia: Conheça a História Dessa Forma de Arte*. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/fotografia-e-design/60982-175-anos-fotografia-conheca-historia-dessa-forma-arte.htm>> Acesso em: 01/06/2017.

NOVELLI, A. L. in BARROS, A; DUARTE, J. Pesquisa de Opinião. *Métodos e Técnicas e Pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2011. p.164 – 178.

O que é impeachment. Disponível em: <<https://www.significadosbr.com.br/impeachment>> Acesso em: 09/04/17.

PARELLADA, C. I. *Arte Rupestre no Paraná: Novas Discussões*. Revista Tecnologia e Ambiente, Criciúma, SC, v. 21, n.1, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/tecnoambiente/article/view/1927>> Acesso em: 27/05/2017.

PASSARINHO, Nathalia. PSDB pede a TSE cassação de Dilma e posse de Aécio como presidente. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/politica/noticia/2014/12/psdb-pede-tse-cassacao-de-dilma-e-posse-de-aecio-como-presidente.html>> Acesso em: 09/04/17.

PETRIN, Natália. *Escrita Cuneiforme*. Disponível em: <<http://www.estudopratico.com.br/escrita-cuneiforme/>> Acesso em: 17/05/2017.

PIXABAY. *Pintura Rupestre*. Disponível em: <<https://pixabay.com/pt/petroglyph-pinturas-rupestres-55507/>> Acesso em: 23/05/2017.

PUBLI ABRIL. *Marcas e Plataforma: Veja*. Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja>> Acesso em: 25/10/2017.

Resultado Eleições 2014 para presidente. Disponível em: <<https://www.eleicoes2014.com.br/>> Acesso em: 09/04/17.

SANTAELLA, Lucia. *A Teoria Geral dos Signos*. São Paulo: Cengage Learning, 2000.

SANTAELLA, Lucia. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

SANTOS, B. F. *Apesar da expansão, acesso à internet no Brasil ainda é baixo*. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/apesar-de-expansao-acesso-a-internet-no-brasil-ainda-e-baixo/>> Acesso em: 25/10/2017.

SENADO NOTÍCIAS. Crime de responsabilidade. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/crime-de-responsabilidade>> Acesso em: 13/03/2017.

SIRUGI, Fernando. *Hieróglifo*. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/civilizacao-egipcia/hieroglifo/>> Acesso em: 18/05/2017.

SITUARTE. *O Renascimento e a Perspectiva*. Disponível em: <<https://situarte.wordpress.com/2013/04/14/o-renascimento-e-a-perspectiva/>> Acesso em: 27/05/2017.

SUA PESQUISA. História da Internet. Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/internet/>> Acesso em: 03/06/2017.

SUPER INTERESSANTE. *Irmãos Lumière. Luzes, Câmera, Ação*. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/irmaos-lumiere-luzes-camera-acao/>> Acesso em: 02/06/2017.

TECMUNDO. *175 Anos de Fotografia: conheça a história dessa forma de arte*. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/fotografia-e-design/60982-175-anos-fotografia-conheca-historia-dessa-forma-arte.htm>> Acesso em: 27/05/2017.

TIME 100 PHOTOS. Disponível em: <<http://100photos.time.com/photos/eadweard-muybridge-horse-in-motion#photograph>>. Acesso em: 06/06/2017.

TSURU. Redes Sociais e o Relacionamento Cliente x Empresa, Disponível em: <<http://www.agenciatsuru.com.br/blog/redes-sociais-e-o-relacionamento-cliente-empresa/>> Acesso em: 10/06/2017.

ÚLTIMO SEGUNDO. *IBGE: pela 1ª vez, domicílios brasileiros têm mais TV e geladeira do que rádio*. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html>> Acesso em: 03/06/2017.

URIBE, G.; LIMA, D. LIMA, G. Manifestação contra Dilma reúne 2500 pessoas em São Paulo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/11/1542047-ato-em-sao-paulo-pede-impeachment-de-dilma-e-intervencao-militar.shtml>> Acesso em: 09/04/17.

VEJA. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/08/revista-veja-indispensvel.html>> Acesso em: 10/04/17.

VERCOUTTER, Jean. *O Egito Antigo*. Tradução de Francisco G. Veidemann. São Paulo; Rio de Janeiro: Difel, Difusão editorial, 1980.

APÊNDICE

ROTEIRO DO GRUPO FOCAL

No início da sessão do grupo focal será explicado o tema da pesquisa e que os fins são unicamente acadêmicos. Também será explicado que os participantes podem se sentir livres para emitir qualquer opinião e que suas identidades serão preservadas. A ordem das perguntas será:

1. Qual o nome e idade de vocês?
2. Qual a área de graduação de cada um?
3. O que vocês gostam de fazer no tempo livre? Vocês leem? O quê?
4. Quando precisam de uma informação, aonde procuram?
5. Qual a opinião de vocês sobre a revista *Veja*?
6. O que vocês pensam sobre política e o que acharam das manifestações que aconteceram em 2014?
7. Quando foi noticiado o *Impeachment* da ex-presidente, Dilma Rousseff, o que vocês pensaram?
8. Continuam com a mesma opinião sobre o assunto? Se não, o que mudou?

Após essa última questão, apresentaremos as capas selecionadas, uma de cada vez, para que após cada uma delas os entrevistados possam contar o que acham sobre a mesma e/ou se perceberam algum elemento interessante nelas. Nesse momento perguntaremos aos participantes as seguintes questões sobre cada capa:

9. O que acharam da composição da capa? Encontraram algum elemento interessante?
10. Quanto a iluminação e cor, o que vocês pensam? Isso remete algo a vocês?
11. Vocês acham que utilizaram pós-produção nessas imagens?
12. Agora pensando sobre as questões simbólicas, acreditam que essa capa quer dizer alguma coisa? O que te fez pensar isso? Que outra leitura dá para fazer?
13. Após todas as capas apresentadas e as discussões que tivemos aqui. Vocês tiveram alguma conclusão em relação às capas ou ao tema?