



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – JORNALISMO

Imagens no jornalismo de revista
A cobertura das manifestações brasileiras de junho de
2013 em Carta Capital, Veja, Época e IstoÉ

Leandro Soares Rodrigues

Porto Alegre
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Imagens no jornalismo de revista

**A cobertura das manifestações brasileiras de junho de 2013 em Carta Capital,
Veja, Época e IstoÉ**

Leandro Soares Rodrigues

Monografia apresentada à Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
como requisito parcial para obtenção do título
de Bacharel em Comunicação Social,
habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof^a Dr^a Ana Cláudia Gruszynski

Porto Alegre
2013

“O homem de bem é um cadáver mal informado. Não sabe que morreu.”
Nelson Rodrigues

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço à minha família. Inês, esposa amada que me deu filhos exemplares e dignos de orgulho, Juliana e Pedro. Minha gratidão por me acompanharem nessa caminhada.

Também sou grato a meus pais, que me proporcionaram o que eles mesmo não tiveram, com esforço, carinho e dedicação. Me deram também duas irmãs amadas, que constituíram famílias tão especiais quanto elas mesmas. A meus sogros, principalmente por criar a Inês tão especial que consigo amá-la a mais de 20 anos.

Agradeço também a meus mestres, que me ensinaram a amar o ofício do jornalismo. Aos colegas fabicanos, que são das melhores coisas que a faculdade me proporcionou. Ao Tabaré, que desde que passou a existir leva um pedaço meu.

E um agradecimento especial à minha orientadora, que me ajudou como pode, num contexto difícil de pai de família, assalariado e tantas outras funções envolventes.

Valeu universo, tamo junto!

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa trata do uso de imagens no jornalismo, especificamente pelas revistas informativas semanais Veja, IstoÉ, Carta Capital e Época. Visando identificar e avaliar os usos da fotografia, estudamos o caso das manifestações ocorridas no Brasil em junho de 2013. À luz da análise de conteúdo, baseados na teoria exposta por Jorge Pedro Sousa acerca do estudo do fotojornalismo, estudamos 12 edições das publicações citadas, em três semanas consecutivas, avaliando critérios técnicos da fotografia (como enquadramento, ângulo de tomada vertical, equilíbrio visual e contraste de iluminação), critérios de diagramação (como posicionamento das imagens nas páginas da publicação) e critérios ideológicos pertinentes à fotografia (como personagens e situações retratadas). O resultado apresenta as influências nas decisões, sua repercussão na publicação e como isso influencia a leitura das notícias.

Palavras-chave: jornalismo, noticiabilidade, revista, imagem, protestos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Revista <i>Time</i> , ed. 1 capa. Fonte: http://content.time.com/time/archive	27
Figura 2 – Touchê, de Wilton Júnior. Fonte: www.estadao.com.br	33
Figura 3 – A primeira capa de <i>Veja</i>	39
Figura 4 - <i>Veja</i> ed.2326, p. 88-89.....	63
Figura 5 – <i>Época</i> ed.0786, p.32-33.....	64
Figura 6 – <i>IstoÉ</i> ed.2274, p.38-39.....	65
Figura 7– <i>Carta Capital</i> , ed.2274, p.33.....	66
Figura 8– <i>Veja</i> , ed.2327, p. 60-61.....	67
Figura 9 – <i>Veja</i> , ed.2327, p. 62-63.....	67
Figura 10 – <i>Veja</i> , ed.2327, p. 66-67.....	68
Figura 11 – <i>Veja</i> ed.2327, p. 68-69.....	69
Figura 12 – <i>IstoÉ</i> ed.2275, capa.....	70
Figura 13 – <i>IstoÉ</i> ed.2275, p. 44-45.....	71
Figura 14– <i>IstoÉ</i> ed.2275, p. 72.....	72
Figura 15 – <i>IstoÉ</i> ed.2275, p. 60-61.....	73
Figura 16 – <i>IstoÉ</i> ed.2275, p. 62-63.....	73
Figura 17 – <i>IstoÉ</i> ed.2275, p. 64-65.....	74
Figura 18 – <i>Carta Capital</i> , ed.0754, p. 26-27.....	74
Figura 19 – <i>Época</i> ed.0787, p.30-31.....	75
Figura 20 – <i>Época</i> ed.0787, p.40.....	76
Figura 21 – <i>Época</i> ed.0787, p.66-67.....	76

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Edições que compuseram o corpus da pesquisa	37
Tabela 2 – Modelo para análise em matérias jornalísticas	45
Tabela 3 – Espaço semanal destinado ao conteúdo sobre as manifestações	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Quantidade de fotografias publicadas por semana	47
Gráfico 2 – Proporção fotografias x texto por semana.....	49
Gráfico 3 – Plano de enquadramento, por revista	50
Gráfico 4 – Ângulo de tomada vertical	51
Gráfico 5 – Equilíbrio visual	52
Gráfico 6 – Contraste de iluminação	53
Gráfico 7 – Localização vertical na página	54
Gráfico 8 – Localização horizontal na página	55
Gráfico 9 – Posição da legenda	56
Gráfico 10 – Personagens retratados em <i>Veja</i>	57
Gráfico 11 – Personagens retratados em <i>IstoÉ</i>	58
Gráfico 12 – Personagens retratados em Carta Capital	58
Gráfico 13 – Personagens retratados em <i>Época</i>	59
Gráfico 14 – Situações retratados	60

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	O JORNALISMO DE REVISTA	14
2.1	Os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade	16
2.2	As revistas	21
3	AS REVISTAS E A FOTOGRAFIA.....	26
3.1	Elementos da fotografia	30
4	AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO EM IMAGENS.....	37
4.1	Procedimentos metodológicos	43
4.2	Apresentação dos dados.....	46
4.2	Uma avaliação qualitativa	60
4.3	Discussão dos dados	77
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
6	REFERÊNCIAS.....	85
7	ANEXOS	87
	ANEXO A - Editorial Folha de São Paulo (13/06/2013): Retomar a Paulista	87
	ANEXO B - Editorial O Estado de S.Paulo (13/06/2013): Chegou a hora do basta .	88
	ANEXO C - Editorial Carta Capital (03/07/2013): O significado ainda obscuro.....	90

1 INTRODUÇÃO

Em junho de 2013, milhares de brasileiros foram às ruas manifestar suas insatisfações. Ocorridos em Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro, os primeiros grandes protestos traziam como reivindicações primárias a redução das tarifas de transporte público e a transparência nas contas das concessionárias do serviço. Sob a alegação de reprimir vandalismo, as tropas de choque das polícias militares reagiram violentamente aos manifestos. A réplica resultou em mais participação popular nas ruas, em protestos que ocorreram regularmente, e em recrudescimento na repressão policial. A partir disso, outros anseios puderam ser lidos nos cartazes dos manifestantes, inclusive pelo fim da violência policial.

Até então vistos em sua intensidade na mídia brasileira apenas nas ocasiões da Diretas Já (1983-1984) e dos "caras-pintadas" (caso do impeachment do presidente Fernando Collor de Mello, em 1992), esses protestos massivos e suas repercussões foram narrados pela imprensa eletrônica e periódicos impressos. Rapidamente a agitação nas ruas passou a protagonizar os noticiários televisivos e as páginas dos jornais. Na segunda semana dos maiores protestos, os editoriais de alguns dos principais jornais brasileiros defenderam o endurecimento do trato policial com os manifestantes, usando títulos como "Retomar a [Avenida] Paulista" (Folha de S. Paulo)¹ ou "Chegou a hora do basta" (Estado de São Paulo)². Apesar de ocuparem as páginas dos jornais a algum tempo e as ruas a ainda mais tempo, os protestos vieram aparecer nas páginas das publicações informativas semanais apenas a partir

¹ Editorial Folha de São Paulo: "Retomar a Paulista" disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2013/06/1294185-editorial-retomar-a-paulista.shtml>, acesso em 16 de outubro de 2013.

² Editorial Estado de São Paulo: "Chegou a hora do basta", disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,chevou-a-hora-do-basta-,1041814,0.htm>, acesso em 16 de outubro de 2013.

da segunda metade do mês de junho de 2013, após os referidos editoriais, portanto, sendo inclusive destaque nas capas de *Veja*, *IstoÉ* e *Época*. Alguns leitores podem ter sido surpreendidos com a intensidade das manifestações, e com a velocidade com que cresceram, atingindo quantidade considerável de participantes em cada um dos protestos nas maiores cidades. O fato é que elas já vinham crescendo, articuladas através de blogs e redes sociais de relacionamento (aplicativos de comunicação via Internet, como Twitter, Facebook e Whatsapp), porém não eram contempladas com coberturas jornalísticas pelas referidas publicações.

Milhares de pessoas foram às ruas, manifestando descontentamento com diversas políticas públicas, especialmente no que concerne à tarifa e qualidade do transporte coletivo. Diante dessas manifestações, as polícias reagiram, aplicando táticas violentas com uso das chamadas "armas menos letais", como balas de borracha, spray de pimenta, tasers (dispositivos para imobilização por eletrochoque), bombas de efeito moral e de gás lacrimogêneo, transformando as ruas de capitais como Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo em verdadeiros campos de batalha, onde de um lado viam-se cidadãos portando faixas, e de outro policiais fardados de negro, com escudos e armas as mais diversas.

Nosso objetivo foi avaliar o modo como *Carta Capital*, *IstoÉ*, *Época* e *Veja* trataram esse tema, com foco nas imagens publicadas. Buscamos problematizar sua articulação com os outros elementos das matérias, tendo em vista tanto estratégias compositivas quanto critérios de noticiabilidade, averiguando assim como se deu a cobertura. Para nossa avaliação, foi fundamental também considerar a história e perfil editorial dos veículos pesquisados. A amostra consistiu nas edições consecutivas e ininterruptas das quatro revistas citadas, no período de três semanas, de 17 junho a 03 de julho, ocasião em que as manifestações figuraram nas páginas de revistas nacionais. Antes desse período não há referências a protestos, mesmo que já houvessem manifestações massivas em diversas cidades, inclusive em capitais como Porto Alegre, Natal, Rio de Janeiro e São Paulo.

As revistas modernas, apesar de em seus primórdios parecerem-se mais com livros, contam com espaços relativamente generosos e qualidade de papel e impressão que valorizam a utilização de imagens para ilustrar o conteúdo, o que possibilita uma cobertura fotográfica mais primorosa. Também, seu tempo de produção é relevante, pois permite um maior aprofundamento e uma melhor abordagem dos temas. A forma como essa realidade foi retratada nessas revistas semanais, através das palavras e além delas, na programação visual do veículo, na editoria de imagens, e na forma como esses elementos se relacionam e se complementam é, assim, questão pertinente a se levantar. É importante levar em consideração

a forma com que o público leitor se relaciona com as publicações, pois é com ele que ela dialoga. "Como toda relação, essa também é feita de confiança, credibilidade, expectativas, idealizações, erros, pedidos de desculpas, acertos, elogios, brigas, reconciliações." (SCALZO, 2004, p.12). Com essas características, as revistas semanais de informação tornam-se o suporte ideal para que se comece a compreender as manifestações que atordoaram políticos e analistas no Brasil, e auxiliar na formação de opinião de seu público principal, cidadãos de classe média que buscam informação qualificada. Isso, aliado à sensação de veracidade que um material impresso com muita documentação visual confere ao conteúdo e à relevância dos acontecimentos de junho nas ruas brasileiras, justifica a importância de se realizar tal estudo.

Com base na análise de conteúdo (FONSECA JÚNIOR, 2005), foi realizada inicialmente uma avaliação quantitativa. Em seguida, de posse dos primeiros dados obtidos e a partir de uma parcela representativa do corpus, efetuamos uma aproximação qualitativa, analisando algumas estratégias de inserção de imagens nas matérias, sua relação com o texto e a significância endógena e exógena, levando em consideração autores como Dondis (2007), Fabris (2004), White (2007), Lima (1988) e Sousa (2002).

Para esse trabalho considerou-se importante também analisar a forma como texto e imagens se articularam no dispositivo, e as possibilidades de significados gerados pela diagramação adotada, pois, conforme Mouillaud,

[um dispositivo] predispõe a seu sentido: o envelope não está indiferente à carta que contém; ele me prepara para esperar um correspondente (ou para interrogar-me a respeito de sua identidade, o que permanece uma espera), para mobilizar esse ou aquele interesse (ou desinteresse), para acordar o ethos (favorável ou desfavorável) com o qual vou ler a carta. Em resumo, o dispositivo prepara para o sentido. (MOUILLAUD, 2002, p.30)

Assim, a forma se mostra relevante e impregnada de significância. Pretende-se, pois, com essa monografia, analisar de que modo as manifestações que agitaram várias cidades do país foram tratadas pelas revistas semanais, não apenas em relação ao conteúdo apresentado, mas atendo-nos a forma como foram diagramadas as matérias, com especial interesse e ênfase nas imagens utilizadas.

Além dessa introdução, a presente pesquisa apresenta outros quatro capítulos, num total de cinco partes. No capítulo dois trazemos uma abordagem sobre o campo do jornalismo e sobre revistas. A história da imprensa pregressa à existência desse dispositivo, seu desenvolvimento, especificidades, características e critérios de noticiabilidade.

O terceiro capítulo aborda especificamente a utilização de imagens nas revistas, sua relação com o texto, o papel de cada tipo de imagem, sua caracterização, os elementos

compositivos e suas relações, buscando avaliar os critérios de seleção, os enfoques, categorias e importância das imagens.

No quarto capítulo apresentamos as publicações que compõem o corpus da pesquisa, com seu histórico, suas tradições e características editoriais, formatos utilizados, e apresentação geral da respectiva cobertura que fizeram das manifestações de junho de 2013. Também é nesse capítulo que sistematizamos e discutimos os dados utilizados para avaliação da cobertura das manifestações ocorridas em junho de 2013 – com foco nas imagens –, realizada pelas quatro principais revistas semanais de informação do país, *Carta Capital*, *IstoÉ*, *Época* e *Veja*. No capítulo final mostramos a síntese das conclusões obtidas com esse estudo e as reflexões decorrentes do levantamento, após um resgate do percurso de pesquisa realizado.

2 O JORNALISMO DE REVISTA

O mundo mudou muito desde o desenvolvimento da técnica de impressão de Gutenberg, na segunda metade do século XV. Naquele tempo, o poder simbólico era exercido principalmente pela religião. Os livros eram copiados a mão, um a um, por copistas que também os encadernavam e organizavam. Grande parte desses exemplares ficava em bibliotecas de mosteiros, o que conferia à Igreja o controle desse conhecimento. Com a invenção da prensa, isso mudou, tornando-se possível a reprodução virtualmente ilimitada de qualquer obra escrita. Gradualmente esse advento mostrou-se útil aos propósitos da nova sociedade burguesa que florescia, e foi fundamental em seu desenvolvimento. “Uma variedade de folhetos informativos, pôsteres e cartazes começaram a aparecer. Estes eram uma miscelânea de sentenças oficiais ou oficiosas, decretos do governo, folhetos polêmicos, descrições de eventos particulares” (THOMPSON, 1998, p.64). A intensa troca de informações via folhetos avulsos e de tiragem irregular evoluiu e organizou-se em publicações periódicas que objetivavam manter informadas parcelas influentes da sociedade, especialmente no final do século XVII, quando periódicos de notícias apareceram com certo grau de confiabilidade. Estavam criadas as condições para o fortalecimento da imprensa como detentora e manipuladora do poder simbólico.

O surgimento das indústrias da mídia como novas bases de poder simbólico é um processo que remonta à segunda metade do século XV. [...] O desenvolvimento das primeiras máquinas impressoras foi assim parte e parcela do crescimento da economia capitalista do fim da Idade Média e início da Europa moderna. Ao mesmo tempo, contudo, estas impressoras se tornaram novas bases do poder simbólico que permaneceram em relações ambivalentes com as instituições políticas dos estados emergentes, por um lado, e com aquelas instituições religiosas que reivindicavam certa autoridade sobre o exercício do poder simbólico, por outro lado. O advento da indústria gráfica representou o surgimento de novos centros e redes de poder simbólico que geralmente escapavam ao controle da Igreja e do estado, mas que a

Igreja e o estado procuraram usar em benefício próprio e, de tempos em tempos, suprimir (THOMPSON, 1998, p.54)

Alguns anos depois, o ofício de relatar os acontecimentos passou a denotar maior importância, impulsionado por novas tecnologias de comunicação que vieram aumentar velocidade e quantidade de informações, como a construção de estradas de ferro e a invenção do telégrafo. A notícia passou a ter um caráter nacional, estendendo-se geograficamente a locais onde antes seu acesso era compartimentado. Se, por um lado, os fatos podiam ser transmitidos de qualquer ponto da nação a uma redação de jornal em questão de instantes, via telégrafo, por outro, o produto final (o periódico impresso) podia chegar a recantos antes impensáveis, através das estradas de ferro. A importância disso também se manifesta na forma do jornalismo que ainda hoje se pratica, com o desenvolvimento do lide (ou *lead*) durante a guerra civil estadunidense, no século XIX. A técnica do lide, que consiste em sintetizar as principais informações no início da notícia em poucas linhas, foi elaborada para assegurar que ao menos as principais informações pudessem chegar a seu destino por via telegráfica. A partir desses fatos, o jornalismo começa a se afirmar como atividade especializada, com o desenvolvimento de novas técnicas, como a da pirâmide invertida, onde se relatam as notícias em ordem decrescente de importância. Ou seja, inicialmente, de forma concisa e direta, são noticiados os fatos mais importantes e relevantes (a base da pirâmide), e posteriormente, os detalhes, conforme exemplifica Sousa:

O lead jornalístico-noticioso, a técnica jornalística da pirâmide invertida, a factualidade no relato, os procedimentos de objectividade fizeram, nessa época, a sua aparição como elementos dos saberes e competências profissionais, contribuindo para a autonomização dos jornalistas, para a consolidação do jornalismo como profissão e para a edificação de uma cultura e de uma ideologia profissionais. É a partir da profissionalização do jornalismo, da existência de uma classe profissional com direitos e deveres, cultura, ideologia e competências específicas, que podemos falar desta actividade como hoje a conhecemos, percebemos e entendemos (SOUSA, 2008, p. 111).

O jornalismo seguiu se desenvolvendo, e no início do século XX adquiriu prestígio e importância, tendo seu ensino universitário institucionalizado. A Escola de Jornalismo da Universidade da Columbia, criada por Pulitzer em 1912, gerou a primeira pós-graduação em jornalismo. Em 1916, a Universidade de Leipzig criou a primeira cátedra europeia em jornalismo. A Universidade de Wisconsin, que já em 1904 inseriu o jornalismo no espaço das ciências sociais e humanas, criou o primeiro doutoramento em jornalismo em 1927 (SOUSA, 2008, p.181).

2.1 Os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade

Jornalismo é uma atividade impregnada de subjetividade. As escolhas que o jornalista precisa fazer vão desde a escolha da pauta, passam pelo foco a ser dado, atravessam a construção do texto e, espera-se, encerram na interpretação que o leitor faz da mensagem.

A escolha dos acontecimentos e demais assuntos a abordar por um jornal (construção da agenda) é dos assuntos mais debatidos entre os agentes interessados na cobertura noticiosa. Por isso, também é dos mais estudados. A necessidade de se fazerem escolhas torna o jornalismo permeável à críticas. Mas valorizar, hierarquizar e seleccionar são actividades inerentes ao jornalismo. (SOUSA, 2005, p.30)

A partir dessa constatação, e do anseio de agregar mais objetividade ao jornalismo, têm-se estudado e teorizado sobre os critérios de seleção das notícias, denominados critérios de noticiabilidade, ou valores-notícia. Mauro Wolf (2006, p.195) define valores-notícia como um componente da noticiabilidade, e uma resposta à pergunta "quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?". Esse "conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que seleccionar a notícia"(WOLF, 2006, p.175) usualmente são intuitivamente apreendidos pelos jornalistas, através da prática de redação, e é desejável que se sobreponham à subjetividade inerente à atividade jornalística.

Cabe, aqui, ressaltar que os valores-notícia não funcionam isoladamente, mas de maneira complementar, e não aplicam-se apenas à seleção das notícias a serem veiculadas, mas influem em todo o processo de produção noticiosa, com diferentes papéis, "funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público." (GOLDING; ELLIOTT, 1979 apud WOLF, 2006, p.196)³ Um fator isolado nem sempre é suficientemente relevante para justificar a publicação em um periódico ou noticiário. Então, a conjugação de alguns fatores supracitados aumenta o potencial de noticiabilidade de determinados fatos. Por exemplo, um grave acidente rodoviário que aconteceu próximo à cidade onde residimos, usualmente é considerado mais importante que um ocorrido em outro continente. Porém, se ao fato que ocorreu em outro continente é agregado novo valor-notícia, como o envolvimento de personalidade notável (poderíamos citar um chefe de Estado), aquela notícia adquire outra importância, e na composição dos valores-notícia pode passar a ter maior destaque aquela que se deu em um local distante. Logicamente, essa informação que

³ GOLDING, P.; ELLIOTT, P. **Making the News**. Londres: Longman, 1979.

determinou a ascensão do critério de relevância da notícia deverá ser explorada e devidamente destacada na construção da mesma. Citando Golding e Elliott, Wolf corrobora que "os valores/notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são suas possibilidades de ser incluído" (WOLF, 2006, p.196). Outra vantagem de se adotar critérios de noticiabilidade é a agilidade que conquista-se com tal procedimento, aspecto bastante valorizado no jornalismo e na produção de notícias. A existência de parâmetros para a seleção torna mais facilmente comparáveis diferentes informações, facilita a justificação no caso de ser necessária a substituição de uma por outra e sua inserção na rotina de trabalho dos jornalistas também viabiliza a tarefa de seleção.

Conforme Sousa (2005) explica, há diversas listas de valores-notícia que podem definir a noticiabilidade ou não de determinados fatos. Galtung e Ruge (1965, apud SOUSA, 2005, p.31)⁴ foram pioneiros na sistematização desse estudo, e definiram alguns valores-notícia, conforme segue:

- a) Proximidade: Quanto mais próximo o fato, mais provável de se tornar notícia;
- b) Momento do acontecimento: Da mesma forma, quanto mais próximo no tempo o evento, maior a probabilidade de ser noticiável;
- c) Significância: Quanto mais intenso, maior quantidade de envolvidos ou afetados, maior dimensão ou quanto menos ambíguo, maiores as chances de noticiabilidade;
- d) Proeminência social dos sujeitos envolvidos: Quanto mais socialmente destacado o envolvido no fato, mais relevante a notícia;
- e) Proeminência das nações envolvidas nas notícias: Como no item anterior, porém aplicado às nações;
- f) Consonância: Quanto mais próximo das expectativas ou adaptável ao meio, mais provável de ser noticiado;
- g) Imprevisibilidade: Um fato menos previsível é mais suscetível de noticiar, e vice-versa;
- h) Continuidade: O prolongamento no tempo aumenta as chances de noticiabilidade;

⁴ GALTUNG, J. e RUGE, M.H. **The structure of Foreign news**. Journal of International Peace Research, 1. 1965.

- i) Composição: A adaptabilidade do acontecimento a um noticiário tematicamente equilibrado aumenta a probabilidade de publicação;
- j) Negatividade: Fatos negativos tendem a ser mais noticiáveis.

Depois de Galtung e Ruge, diversos outros autores também se dedicaram ao estudo dos critérios de noticiabilidade. Wolf (2006) apresenta basicamente os mesmos critérios que os pioneiros, porém organiza de maneira mais clara esses aspectos, agrupando-os em quatro categorias e classificando-as em relação:

- a) Às características substantivas da notícia; ao seu conteúdo;
- b) À disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo;
- c) Ao público;
- d) À concorrência.

Wolf (2006) sublinha que os **critérios substantivos** são aqueles relacionados essencialmente a dois aspectos da notícia. Primeiro critério que aborda, a **importância** articulada a outros fatores pode ser valorizada ou desvalorizada, e é verificável através da existência de pelo menos uma das seguintes variáveis:

- a) Grau e nível hierárquico dos indivíduos no acontecimento noticiável: Quanto mais graduado é o personagem envolvido no acontecimento, maiores as probabilidades que se torne notícia;
- b) Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional: Uma abrangência nacional de determinado fato lhe releva maior noticiabilidade;
- c) Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve: Um acontecimento que envolve uma única pessoa é menos passível de distinção que um onde várias pessoas estejam envolvidas (exceto se o envolvido enquadrar-se em alguma das demais variáveis citadas);
- d) Relevância e significação do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação: Um fato que tenha relevantes repercussões futuras, como um resultado de pleito que se desdobre em dois turnos, por exemplo.

Segundo critério substantivo, o **interesse** não se apresenta de maneira tão clara e objetiva quanto a importância, pois está mais ligado à forma como o jornalista enxerga e se relaciona com seu público e com sua capacidade de entretenimento. Apesar disso, Wolf (2006, p.205) cita Gans⁵ para elencar algumas categorias deste requisito de noticiabilidade:

⁵ GANS, Herbert J. **Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, News, Newsweek and Time.** Nova Iorque: Pantheon Books. 1979.

- a) Histórias de gente comum em situações insólitas ou gente pública em situação cotidiana;
- b) Histórias em que há papéis invertidos ("o homem que morde o cão")
- c) Histórias de interesse humano;
- d) Histórias de feitos excepcionais e heroicos.

Segundo Wolf, os **critérios relativos** ao produto dizem respeito à disponibilidade dos materiais, "quão acessível é o acontecimento para os jornalistas, quão tratável é, tecnicamente, nas formas jornalísticas habituais; se já está estruturado de modo a ser facilmente coberto; se requer grande dispêndio de meios para o cobrir" (GOLDING e ELLIOTT, 1979⁶ apud WOLF, 2006, p.206). É importante ressaltar que esses critérios entram em pauta dependendo das condições de cada meio de comunicação, e que quanto menos importante é a notícia, maior peso têm esses critérios na seleção, o mesmo valendo para notícias de igual relevância, onde eles funcionam como uma espécie de critério de desempate. Nomeia os seguintes **critérios relativos ao produto**:

- a) Brevidade: Uma notícia deve ser curta o suficiente para não perder a atenção do leitor, porém longa o suficiente para que cubra-se o essencial;
- b) Ideologia da informação: Encaixam-se aqui acontecimentos que representam uma infração, um desvio, que altera a rotina ou as aparências normais;
- c) Atualidade: Quanto mais próximo no tempo é um fato, mais importância ele tem como notícia, especialmente no período entre uma edição e outra do produto;
- d) Equilíbrio: deve-se buscar uma edição equilibrada de notícias, buscando cobrir temáticas ainda não abordadas no produto.

Os **critérios relativos ao meio de comunicação** são aqueles que dependem das condições técnicas e operacionais dos meios de comunicação. Vão servir para verificar o destaque, e segundo o autor, "está directamente associado a todos os critérios de relevância relativos ao público" (WOLF, 2006, p.211), ressaltando que deve atender tanto à função de entretenimento quanto à função moderadora, evitando sensacionalismo e preservando a privacidade e decência. Esses fatores são:

- a) Qualidade das imagens: A existência de bom material visual pode colaborar para que o fato torne-se notícia;
- b) Frequência: É o tempo que um acontecimento leva para que tome forma e adquira significado. Quanto mais aproximada à frequência do meio de

⁶ GOLDING, P.; ELLIOTT, P. **Making the News**. Londres: Longman, 1979.

informação for a frequência do acontecimento, maiores as possibilidades desse se transformar em notícia;

- c) Formato: Parte-se do princípio que o fato, para existir, deve estar relatado, com introdução, desenvolvimento e conclusão. Um fato narrado inconcluso pode ser preterido em função de outro menos importante, mas que seja conclusivo.

O conjunto de **critérios relativos ao público** é de difícil definição, pois se refere ao papel da imagem que os jornalistas têm do público. O desinteresse desses em função de avaliar que sua tarefa é organizar informação faz com que creiam que quanto menos se ocuparem do público, mais poderão se ocupar da confecção das notícias. Apesar disso, os jornalistas, são os melhores especialistas em público consumidor de notícias e de como com eles se comunicar. Ou seja,

"dada a sua capacidade de discriminação, que deriva do facto de estar imerso no mundo das notícias, o jornalista encontra-se na melhor posição para discernir o que é interessante [para o público]. Mas esta explicação não fornece nenhum critério independente [...]. Há necessidade de estratégias para fazer frente à ambiguidade inerente, por um lado, à afirmação de que o interesse do público é, em última instância, o árbitro do que é incluído nos noticiários e, por outro, à manutenção de uma atitude de autonomia" (SCHLESINGER, 1978a, 117-119 apud WOLF, 2006, p.212)⁷.

Sobre os **critérios relativos à concorrência**, Wolf (2006) esclarece que é fruto da concorrência entre os meios, que têm reflexos nos critérios de noticiabilidade, e se apresenta de três formas diferentes, que chamou de tendências:

- a) 1ª tendência: Os meios competem para obter furos, ou, na impossibilidade desses, matérias exclusivas; ressalta que um dos efeitos dessa tendência é o impulso "para fragmentação, para centrar a cobertura informativa nas personalidades de elite e para todos os outros factores co-responsáveis pela distorção informativa que pretere uma visão, articulada e global, da realidade social."(WOLF, 2006, p.214);
- b) 2ª tendência: Expectativas recíprocas fazem com que os meios concorrentes busquem selecionar as mesmas notícias, para não deixar de cobrir o que os outros supostamente irão cobrir;
- c) 3ª tendência: Desencorajamento de inovações na seleção noticiosa em função justamente das expectativas recíprocas, causando certa homogeneidade nas coberturas dos meios concorrentes.

⁷ SHLESINGER, P. **Putting "reality" together**. BBC news. Londres: Constable, 1978

Um efeito colateral da concorrência é o estabelecimento de modelos de referência. Para exemplificar, o autor cita o caso da concorrência entre o *New York Times* e o *Washington Post*. Quando há insegurança sobre seleção de determinada notícia, os redatores desse buscam verificar se, quando e como o *New York Times* noticiou o fato, justamente o caso da 3ª tendência que descreve.

É importante ressaltar que esses critérios expostos e descritos anteriormente foram desenvolvidos dentro de determinada realidade jornalística e social. Atualmente, com o advento e popularização da Internet e das redes de relacionamento social, blogs e proliferação de diferentes sítios, apesar de basicamente se manterem esses critérios, que refletem em boa parte o interesse humano em seu mundo, alguns fatores podem adquirir mais relevância que outros, ou mesmo surgirem critérios que antes não eram considerados. Fazemos essa nota a título de observação, uma vez que ao longo da pesquisa observamos o poder e influência dessas novas ferramentas, algumas vezes influenciando mesmo o reposicionamento de algumas publicações. Não raro é possível verificar na rede ondas de protesto digital, como os chamados "tuitaços", onde usuários do microblog Twitter propõem emitir postagens massivas sobre determinado tema, sempre acompanhados de uma *hashtag* (palavra-chave antecedida pelo símbolo #). Esse tipo de ação carece de estudos consolidados, porém há indícios de que têm influenciado não só escolha de pautas iniciais, mas também reformulação de abordagens sobre assuntos já tratados.

2.2 As revistas

No tópico anterior foram abordados os critérios de noticiabilidade que perpassam também a produção de revistas, objeto analisado em nosso estudo. A seguir, para melhor compreensão do dispositivo revista, iremos explicar sinteticamente, através de um breve percurso histórico, esse tipo específico de publicação e suas características.

O final do século XVII é a época em que aparece a primeira revista conhecida, a alemã *Erbauliche Monats-Unterredungen* (Edificantes Discussões Mensais) (SCALZO, 2004, p.19). De formato parecido ao de um livro, diferenciava-se desse por periodicamente trazer vários artigos sobre o mesmo assunto (nesse caso, a teologia). A primeira revista feminina, a *Lady's Mercury*, surgiu em Londres no ano de 1693, constava de uma única folha impressa em ambos os lados, sem ilustrações, e foi publicada por quatro semanas. Rapidamente as revistas se multiplicaram e adquiriram caráter próprio, com o texto cedendo cada vez mais

espaço a imagens. Em 1731, a *Gentlemen's Magazine* foi lançada, "inspirada nos grandes magazines — lojas que vendiam um pouco de tudo – reunia vários assuntos e os apresentava de forma leve e agradável" (SCALZO, 2009, p.19). A partir dessa publicação passou-se a adotar o termo *magazine* nos idiomas inglês e francês para chamar as revistas. Jorge Sousa também faz referência ao periódico:

O modelo básico da *Gentlemen's Magazine* do século XVIII (variedade temática, periodicidade mais alargada, tamanho manejável) manteve-se, mas a possibilidade de impressão de fotografias juntamente com o texto transformou-as, tornando-as mais visuais. (Sousa, 2008, p.178).

As primeiras publicações estadunidenses aparecem em 1741, através das *American Magazine* e *General Magazine*, e chegaram à centena de títulos ao final do século XVIII. Gradualmente as revistas passaram a ocupar "um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro)." (SCALZO, 2009, p.20). Em 1842, Herbert Ingram fundou a *Illustrated London News* e "afirmou, no número um, que a revista daria aos seus leitores informação em contínuo dos acontecimentos mundiais e nacionais mais relevantes, da sociedade à política, com a ajuda de imagens caras, variadas e realistas" (SOUSA, 2000, p.27), trazendo 16 páginas de texto e 32 páginas de gravuras (SCALZO, 2009). Essa primeira revista ilustrada tornou-se modelo e reformulou o conceito do gênero.

Foi, porém, durante o século XX que se consolidou a tendência de segmentação, já existente desde o surgimento das revistas. A partir dos anos vinte criam-se diferentes revistas, nos diversos segmentos: desde as ilustradas às femininas, passando pelas especializadas e de informação. Em 1922, é criada a *Reader's Digest*, revista baseada na condensação de livros e outras publicações, entremeada de entretenimento. Mas apenas em março de 1923, com o lançamento da *Time* nos Estados Unidos, por Henry Luce e Briton Hadden, as revistas informativas semanais tomaram forma. Com o intuito de apresentar ao leitor de maneira concisa e sistemática as notícias mais importantes da semana, definiu o segmento. Segundo Sousa (2008, p.179):

A sua fórmula ainda hoje é seguida:

- a) Formato manejável;
- b) Capa apelativa e cuidada (a cor foi introduzida em 1927);
- c) Paginação a três (ou quatro) colunas; notícias variadas mas seleccionadas, o que evita a profusão de itens dos jornais;
- d) Atenção centrada na política, na economia e na sociedade;
- e) Recurso à análise explicativa nos textos noticiosos – as newsmagazines promovem o jornalismo explicativo, analítico, a meio caminho entre o estritamente noticioso ("informativo") e o opinativo;

- f) Periodicidade semanal, o que permite a selecção, o recuo, a correlação de temas, a investigação, a ordenação e a condensação panorâmica dos assuntos; ilustrações e fotografias (as newsmagazines não são revistas ilustradas);
- g) Textos sem intercalações, ao contrário do que acontecia nos jornais, em que muitas vezes um texto saltitava de página em página, com abundantes intercalações de outros textos pelo meio.

Foi também a *Time* que introduziu o destaque, um conteúdo interno que define o tema da capa. Cerca de uma década depois é fundada, em 1933, a segunda grande *newsmagazine*: *Newsweek*, que segue o mesmo modelo da pioneira, mas dá mais espaço às fotografias e ilustrações, estratégia logo seguida pela *Time* na ampliação do espaço para as imagens. Três anos após, em 1936, uma nova reconfiguração nas revistas semanais: a *Life*, defendendo a ideia de que "uma boa imagem vale mais que uma boa descrição" (SCALZO, 2004, p.23), investe na qualidade do material e da impressão, explorando ao máximo as imagens, trazendo reportagens fotográficas. Desde então, com diferentes nuances e evoluções, as revistas informativas semanais se consolidaram como importantes veículos para o exercício do poder simbólico.

No Brasil, a imprensa foi proibida até a chegada da corte portuguesa, que veio ao país em 1808 fugindo da guerra napoleônica instalada na Europa. As primeiras revistas brasileiras surgiram ainda no início do século dezenove, em Salvador e no Rio de Janeiro. Documento publicado em 1931, o relatório "Estatística: da Imprensa Periódica no Brasil" identificou 23 categorias de publicações, entre "periódicos noticiosos, literários, esportivos, oficiais, religiosos, comerciais, agrícolas, almanaques, infantis e assim por diante [...] do total de 2959 títulos registrados em 1930, o Rio de Janeiro (Distrito Federal) tem 524 e São Paulo 702, dos quais 249 apenas na capital." (MARTINS e LUCA, 2008, p.103) Nesse período, havia uma série de publicações que surgiram para dar voz a categorias sociais, ideologias e interesses.

Das primeiras publicações que conseguiram resolver a questão do auto financiamento do veículo e considerada por décadas a maior revista brasileira, a *Cruzeiro* foi lançada em 1928 (cinco anos após a *Time*, portanto), por Assis Chateaubriand. Teve uma tiragem inédita até então (50 mil exemplares), e foi distribuída nos principais estados do território nacional, logo esgotando (BAHIA, 1990, p.184). Posteriormente recebendo um artigo "O" em seu nome, a revista *O Cruzeiro* revolucionou o jornalismo praticado no Brasil e inaugurou matérias em profundidade. Bahia afirma, ainda, que "*O Cruzeiro* inaugura a grande reportagem. Como qualquer jornal de porte, e mais do que a maioria deles, tem nos anos 40 agências em todo o país e correspondentes nas principais capitais do exterior" (1990, p.188). De 1954 a 1955, *O Cruzeiro* chegou à marca de 720 mil exemplares de tiragem semanal,

recorde que só seria atingido pela revista *Veja* em 1985. Contava com trabalhos de artistas como Portinari, Di Cavalcanti, Guignard, e de caricaturistas como Ziraldo, Carlos Estêvão e Millôr Fernandes (sob o heterônimo de Vão Gogo), além de ter o crédito pela criação da "primeira dupla de reportagem mais conhecida no jornalismo brasileiro: David Nasser - Jean Manzon, criando o modelo de um repórter e um fotógrafo para a cobertura dos grandes acontecimentos" (BAHIA, 1990, p.189). Nesse período, também surgiram outras grandes revistas ilustradas semanais, como a *Manchete* (em 1952) e a *Fatos e Fotos* (1961), ambas do grupo Bloch. Depois de noticiar grandes fatos, como a chegada de Santos Dumont ao Rio de Janeiro e a chegada do primeiro homem à Lua, e resistir por algum tempo à ditadura militar pós golpe de 1964, *O Cruzeiro* entrou em crise com a morte de Chateaubriand, em 1973, e a partir de então gradualmente se descaracterizou, se reconfigurou, até ser definitivamente extinta em 15 de novembro de 1982.

Antes desse lamentável desfecho da revista *O Cruzeiro*, Roberto Civita concebeu um novo conceito de revista. Criada para ser encartada como suplemento em jornais dominicais, *Realidade* desafiou o costume das revistas semanais ilustradas e foi lançada como revista mensal em 1966. Tinha Paulo Patarra como redator-chefe, Sérgio de Souza como editor de textos e trouxe para sua redação alguns dos melhores repórteres, escritores e fotógrafos da época. Entre eles, profissionais como Raimundo Rodrigues Pereira, Rodolfo Konder, José Hamilton Ribeiro, Mylton Severiano da Silva, Adoniran Barbosa, Carlos Drummond de Andrade, Nelson Rodrigues e Paulo Francis. Com texto e proposta visual fortes, a publicação que encantou os leitores pela variedade de estilos durou dez anos e chegou à marca de 500 mil exemplares vendidos, até então um feito inédito para publicações mensais. *Realidade* ficou para a posteridade "como um dos raros documentos impressos desses dez anos da vida brasileira. E como uma obra jornalística que até hoje é referência de qualidade nos cursos de comunicação." (MARTINS e LUCA, 2008, p.216).

Dois anos depois do lançamento de *Realidade*, em associação com Mino Carta, Roberto Civita criou, em setembro de 1968, a mais antiga revista semanal ainda em circulação do país: *Veja*. Oito anos depois (em maio de 1976), já fora de *Veja*, Mino Carta colocou a *IstoÉ* em circulação. Em agosto de 1994, Mino Carta e Bob Fernandes criaram a *Carta Capital*, com periodicidade mensal até 1996, quando passou a ser quinzenal, e que, em 2001, passou, finalmente, a ser semanal. A revista *Época*, publicação da Editora Globo, surgiu em maio de 1998, já em formato semanal. Essas quatro publicações atualmente são as principais revistas semanais de informação brasileiras, respondendo, juntas, por uma tiragem de mais de 1,8 milhões de exemplares (segundo Associação Nacional de Editores de Revistas - ANER). No

capítulo quatro, apresentaremos brevemente a história e o perfil editorial dos periódicos analisados, de modo a sistematizar dados que nos auxiliem na análise proposta. A seguir, nos dedicaremos a sistematizar os principais elementos que abrangem a utilização de imagens, sua apropriação e papel na construção do discurso jornalístico nas revistas.

3 AS REVISTAS E A FOTOGRAFIA

Como já visto, apesar de em sua origem as revistas trabalharem apenas com texto, ao longo de sua evolução e, concomitantemente, com a evolução das técnicas gráficas, adquiriram forte apoio nas imagens, sejam elas ilustrações, infográficos ou fotografias. Dessa forma, atualmente é comum que as revistas contem com grande quantidade de imagens a complementar o conteúdo textual, havendo mesmo publicações focadas quase exclusivamente em fotografias, contando com parcimoniosos textos para dar aporte. Isso é observável naquela que, normalmente, é a primeira porção que nosso olhar captura em uma revista: a capa. Mesmo nas publicações mais antigas, como a primeira edição da estadunidense *Time*, a pioneira modelo de informativa semanal, a capa estampava uma grande ilustração (Figura 1) chamando o interesse para o interior do volume e convidando o leitor a conferir o conteúdo da publicação. Esta pesquisa centrará sua abordagem nas fotografias enquanto conteúdo informacional do corpus selecionado.



Figura 1 - Revista *Time*, ed. 1 capa. Fonte: <http://content.time.com/time/archive>

A fotografia esteve, desde sua gênese, relacionada com uma espécie de reflexo da realidade. Philippe Dubois, em *O Ato Fotográfico* (1993), discorre sobre essa característica do registro fotográfico, que ao longo dos anos, desde sua invenção, suscita diferentes sensações. Ele afirma que o percurso histórico da fotografia se articula em três tempos:

- a) A fotografia como espelho do real (o discurso da mimese): é o discurso primário sobre a fotografia, quando era considerada "a imitação mais perfeita da realidade", devido à sua natureza técnica, pois de forma automática suas engrenagens mecânicas registram uma imagem, em conjunção com os processos químicos e com pouca intervenção do fotógrafo;
- b) A fotografia como transformação do real (o discurso do código e da desconstrução): Refere-se à reação ao discurso da mimese, contra esse "ilusionismo do espelho fotográfico" (DUBOIS, 1993, p.26), designando-se o princípio de realidade como pura "impressão", numa tentativa de se demonstrar que a fotografia é culturalmente codificada, um instrumento de transposição e análise, e até de transformação do real, como a língua, e não um espelho neutro;
- c) A fotografia como traço de um real (o discurso do índice e da referência): Nesse tempo, o sentimento de realidade subsiste, apesar do movimento de desconstrução semiológica e de denúncia ideológica sofrida pela fotografia.

"Um sentimento de realidade incontornável do qual não conseguimos nos livrar apesar da consciência de todos os códigos que estão em jogo nela e que se combinaram para sua elaboração" (DUBOIS, 1993, p.26); a fotografia seria um modelo exemplar para certos conceitos de Peirce, em especial a noção de índice. Dubois afirma que a fotografia é, inicialmente, índice, mas ao tornar-se parecida com seu referente passa a ser considerada ícone e, por fim, ao adquirir sentido passa a ser símbolo.

Dito isso, pode-se depreender a importância da fotografia na construção do discurso do real, na reafirmação da concretude do que é exposto em palavras. Conforme Sousa, acena "com a ideia de verdade: o que é assim capturado seria verdadeiro; a imagem não mentiria" (SOUSA, 200, p.30). A imagem fotográfica viria a ser mais que um chamariz para o conteúdo verbal no jornalismo, seria a prova cabal do que se está afirmando, auferindo forte credibilidade ao texto jornalístico ao qual está vinculada.

Para que se proceda a adequada análise de uma fotografia, é importante que se tenha em mente, principalmente, que ela é uma representação, um índice, um corte no espaço e no tempo, fruto de decisões que antecedem sua publicização.

Dessa forma, apesar de trazer uma enorme carga de verossimilhança com a realidade, não o é. Um exemplo bastante contundente é o caso da fotografia vencedora do Pulitzer de 1994, de Kevin Carter, onde é apresentada uma criança subnutrida observada por um abutre. O fotógrafo sofreu duras críticas por supostamente abandonar a criança à morte. Mas em que momento ficou evidente que a criança fotografada iria morrer, de fato? Em que contexto a fotografia foi capturada? A percepção do espectador, nesse caso, foi determinante, e está inserida em uma relação de parceria com a imagem:

[...] a percepção visual é um processo quase experimental, que implica num sistema de expectativas, com base nas quais são emitidas hipóteses, em seguida verificadas ou anuladas. Esse sistema de perspectivas é amplamente informado por nosso conhecimento prévio do mundo e das imagens: em nossa apreensão das imagens, antecipamo-nos, abandonando as ideias feitas sobre nossas percepções. (GOMBRICH, 1956⁸ apud AUMONT, 1999, p.86)

Aumont (1999), em alusão ao papel do espectador da imagem, afirma que "ao fazer intervir seu saber prévio, o espectador da imagem *supre* portanto o não representado, as lacunas da representação. [...] sendo que uma imagem nunca pode representar *tudo*." (AUMONT, 1999, p.88, grifos do autor).

⁸ GOMBRICH, E.H. *L'Art et l'illusion*. 1956

É necessário ter claro que as imagens estão inseridas em um determinado contexto, que, no caso desta pesquisa, é de matéria jornalística impressa em papel. Nele a imagem complementa o texto da mesma forma que esse conduz ideologicamente o espectador a apreender sentidos das imagens. Assim, a disposição de ambos elementos (texto e imagem) e a forma como interagem também tem significação, pois o periódico é organizado para leitura eficaz e de maneira que traga sentido à narrativa visual.

Segundo Baldwin e Roberts (2007), um projeto gráfico deve auxiliar a publicação a atingir três níveis do processo de comunicação: técnico, semântico e de efetividade. O nível técnico diz respeito à melhor forma de comunicação com o público alvo, acomodando o conteúdo de maneira que se elimine o máximo de ruído indesejável, otimizando a função comunicacional da publicação através da escolha de tipografia, papel ou forma de impressão, entre outros, e seduzindo o leitor a consumir o conteúdo da publicação. White (2006) nos lembra, por exemplo, que há áreas mais valorizadas do suporte, instigando o diagramador a colocar "seu melhor trunfo no lugar em que aqueles que dão uma rápida espiada costumam olhar, ou seja, do lado de fora, de modo que não possam deixar de vê-lo" (WHITE, 2006, p.5). O autor refere-se à margem externa, aquela mais afastada do centro da publicação, e demonstra isso através de desenhos. Também alerta que, na página dupla, as áreas mais visualizadas são os cantos superiores externos, e sugere que, lá, depositemos o material mais provocativo, para instigar o leitor a explorar a publicação. Outro destaque dado por White (2006) na diagramação é a sintaxe, o encadeamento entre as páginas, que faz com que o leitor prossiga na trajetória, numa espécie de percurso de leitura, que ele chama Desfile:

Montar uma publicação é como organizar uma projeção de slides, daquelas que param e avançam segundo um controle. Mas uma publicação é ainda melhor que uma projeção, porque cada receptor tem seu próprio controle, pode avançar, voltar atrás, deter-se ou seguir conforme seu ritmo ou interesse. Nós temos de ajudar, orientar, guiar os leitores. Uma revista é uma coleção por definição, e o todo deve ser maior que a soma de suas partes.[...] Hábeis comunicadores exploram essa quarta dimensão - o tempo - para "dar ritmo" ao produto e incluir surpresas, altos e baixos emocionais (WHITE, 2006, p.29)

O nível semântico é onde se atribui o significado pretendido, através da linguagem e da sintaxe adotada. "Em termos linguísticos, sintaxe significa disposição ordenada das palavras segundo uma forma e uma ordenação adequadas. [...] Mas, no contexto do alfabetismo visual, a sintaxe só pode significar a disposição ordenada de partes" (DONDIS, 2007, p.29).

A efetividade se refere à forma como o leitor recebe e reage a essa mensagem, garantindo que os efeitos desejados sejam atingidos, e requer alguns questionamentos, como se nossa mensagem afeta o comportamento como pretendíamos, ou o que podemos fazer se os efeitos esperados não são atingidos.

3.1 Elementos da fotografia

Em *Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*, Sousa (2002) apresenta alguns elementos que contribuem para dar sentido à mensagem fotojornalística. Entre esses, elenca fatores como o texto, a pose, a presença de determinados objetos, truncagem, além dos elementos específicos à linguagem fotográfica, onde cita a relação espaço-tempo, a utilização expressiva da profundidade de campo, da travagem do movimento (e do movimento escorrido), etc. Nessa obra, descreve detalhada e sistematicamente diversos aspectos importantes a se observar em uma fotografia, sobre os quais basearemos importante porção de nossa análise e que abordaremos a seguir.

O autor considera o **texto** imprescindível na composição de fotojornalismo para "ancorar" a fotografia, pois a imagem desprovida de texto pode ser utilizada como símbolo para qualquer outro fato correlato. Aponta algumas de suas funções:

- a) Chamar a atenção para a fotografia ou um de seus elementos;
- b) Complementar informativamente;
- c) Ancorar (ou denotar), direcionando para o sentido pretendido;
- d) Conotar, abrindo o leque de significações;
- e) Analisar, interpretar e/ou comentar a imagem ou seu conteúdo.

O **enquadramento** é a amplitude capturada pela câmera fotográfica, e é influenciado conjuntamente pelo posicionamento do fotógrafo e pela lente escolhida (lentes de grande angular permitem planos mais gerais, enquanto teleobjetivas costumam fornecer planos mais fechados). Pode ser classificado em:

- a) Planos gerais: São planos abertos, onde se captura uma visão mais abrangente da cena pretendida, com melhor contextualização do ambiente fotografado. Fundamentalmente informativos, servem para situar melhor o observador, localizando concretamente o objeto;
- b) Planos de conjunto: Plano um pouco mais fechado, onde é possível identificar tanto o ambiente quanto os agentes que intervêm na ação retratada;
- c) Plano médio: Facilita a função de melhor relacionar os objetos/sujeitos fotografados, e confere uma visão mais objetiva da realidade, com algum grau de detalhamento. O plano de três quartos (também chamado plano americano) é um pouco mais aberto, e o plano mais fechado podemos denominar plano próximo;

- d) Grande plano: Enfatiza particularidades e detalhes, o que pode dificultar uma leitura contextual da cena retratada. Em geral é mais expressivo que informativo, porém menos polissêmico que planos gerais, por conter menos elementos. Se muito fechado, pode ser considerado plano de pormenor;

Outra decisão que é tomada no momento da foto, o **ângulo de tomada vertical** da imagem é influenciado pela altura com que o fotógrafo captura a imagem. É categorizado em:

- a) Plano normal: É quando a captura da imagem se faz paralelamente à superfície, conferindo uma visão mais objetiva da realidade representada;
- b) Plano picado: Também chamado *plongé*, é a fotografia tomada de um ângulo superior ao da superfície (de cima para baixo), e tende a desvalorizar o objeto focado;
- c) Plano contrapicado: Analogamente também chamado *contraplongé*, é quando a fotografia é feita de um ângulo mais baixo que o da superfície, de baixo para cima, e geralmente valoriza o motivo da imagem.

A **composição** diz respeito à disposição dos elementos fotografados, e é determinante para definir o que é fotografado, levando em consideração a forma como esses elementos serão distribuídos nos limites emoldurados pelo corte do fotógrafo. O objetivo é conferir um efeito unificado à foto, transmitindo uma ideia ou sensação. Um conceito conhecido que o autor apresenta é a chamada regra dos terços: quando uma imagem é quadrada ou retangular, é possível utilizar essa regra compositiva, que consiste em dividir o quadro em três partes, horizontal e verticalmente; nas intersecções dessa divisão encontram-se pontos de atração visual, onde a visão do observador costuma repousar inicialmente. Sousa (2002) adverte que a composição, apesar de ter regras formuladas, pode ser instintiva, ou seja, na prática fotográfica vale muito a sensibilidade do operador.

Sousa (2002) destaca que, no aspecto compositivo, as imagens podem apresentar: simetria, que é quando utiliza-se o motivo principal ao centro, permitindo que se obtenha uma imagem repousante e equilibrada e conferindo-lhe uma ideia de estabilidade e inércia. O autor observa que o centro visual da composição (para onde o olhar tende a dirigir-se inicialmente, sendo a opção preferencial do fotógrafo) situa-se levemente acima do centro geométrico. Também é possível atingir simetria utilizando-se a regra dos terços, equilibrando dois pontos de atração, para que se consiga inserir um tema secundário em um dos pontos, desde que o tema principal não seja ofuscado por aquele; desequilíbrio, quando não há simetria, ou seja, a imagem "pesa" para algum ponto diferente do centro, geralmente (mas não necessariamente) utilizando-se a regra dos terços, forçando o olhar do observador a mover-se pelo

enquadramento da fotografia e permitindo melhor observação contextual da mesma. É utilizado também para retratar movimento, caso em que pode sugerir continuidade do movimento ou perspectiva de futuro (quando há espaço a percorrer) ou, pelo contrário, a um passado, a uma falta de futuro a percorrer (quando o motivo está saindo do enquadramento);

O autor também aborda alguns erros comuns na composição, segundo Lewis (1995⁹ apud SOUSA, 2002, p.81):

- a) *Mau background*: O fotógrafo nem sempre enxerga da mesma maneira que a câmera, surgindo ruído, imagens não desejadas que possam ou desviar o foco da imagem; sugere a utilização de pequena profundidade de campo ou modificação do ângulo horizontal da câmera para que se evite tal problema;
- b) Inexistência de um ponto focal forte (e/ou único): Esse problema pode decorrer da indecisão do fotógrafo sobre a mensagem que deseja transmitir ou do foco principal, de um mau plano de fundo ou da captação muito afastada da imagem pretendida;
- c) Motivos sempre centrados: É recomendável explorar formas alternativas de composição, compondo assimetricamente, para estimular a interpretação do observador.

Ainda apresenta algumas "dicas" composicionais que os manuais apontam, como utilizar composições simples, não deixar espaços mortos entre os sujeitos envolvidos na fotografia, excluir detalhes que não interessam ao tema, incluir espaço antes do motivo, inserir espaço à frente de motivos em movimento, corrigir efeito inclinado em objetos muito altos, preencher o enquadramento, usar grandes planos ou usar ângulo horizontal de 45° em relação às pessoas fotografadas, especialmente em situações coletivas.

O **foco de atenção** é um importante ponto abordado nessa obra de Sousa (2002) e está diretamente relacionado ao aspecto compositivo, pois o olhar humano tem dificuldades em apreender muitos estímulos, principalmente se o motivo é complexo. Ele ressalta que a atenção é influenciada por aspectos sociais, ou seja, é necessário que os estímulos atendam à cultura, expectativas, motivações (conscientes ou não), hábitos e experiências anteriores do público, o que dificulta e especializa bastante a tarefa do operador da câmera fotográfica. É importante observar, também, que a organização desses estímulos é condicionante do tempo pelo qual a atenção do observador é retida (amplitude temporal), até que o olhar tenha a chamada *saciedade perceptiva* atendida e busque focos secundários. Para que a composição

⁹ LEWIS, G. *Photojournalism. Content & Technique*. 2ª edição. Dubuque: Brown & Benchmark. 1995.

seja satisfatoriamente organizada e atenda à necessidade de bem transmitir a mensagem desejada, o fotógrafo deve levar em consideração fatores que cativem a atenção, como intensidade dos estímulos (a cor, por exemplo), incongruência, isolamento, repetição, contraste cromático e jogo de luz e sombra.

As relações **figura-fundo** (considerando-se figura como o motivo principal e fundo os demais componentes da imagem) adquirem especial importância se levarmos em consideração a psicologia da Gestalt, que "ensina-nos que percebemos contextualmente configurações globais e não unidades dispersas, ou seja, percebemos conjuntos organizados de sensações." (SOUSA, 2002, p.85). Podemos citar como exemplo a multipremiada fotografia de Wilton Júnior (Agência Estado)¹⁰, que retrata a Presidenta Dilma Rousseff como se houvesse sido trespasada pela espada de um militar (figura 2). Ou seja, apesar de ser foco secundário, o fundo contribui para a atribuição de sentido à fotografia, tendo significados diferentes a cada contexto em que a figura está inserida, e mesmo sua forma pode ser significativa ou não significativa.



Figura 2 – Touchê, de Wilton Júnior. Fonte: www.estadao.com.br

Podemos dizer que uma imagem está **equilibrada** quando, "a partir do centro, as linhas de força (linhas que conduzem o olhar numa imagem) se distribuem de maneira equilibrada"

¹⁰ A fotografia "Touchê foi publicada n'O Estado de São Paulo, na edição do dia 21 de agosto de 2011, e registra visita da Presidenta Dilma Rousseff durante cerimônia na Academia Militar das Agulhas Negras, em Resende/RJ. Recebeu os prêmios Esso de Jornalismo 2012 (concurso brasileiro) e Internacional de Jornalismo Rei de Espanha 2012, ambos na categoria *Fotografia*.

(SOUSA, 2002, p.86), como acontece em imagens simétricas, e conferem percepção de estabilidade. A esta estabilidade simétrica denominamos equilíbrio estático. Há, porém, a possibilidade de conferir equilíbrio a uma imagem, utilizando-se a já citada regra dos terços ou outros artifícios que podem passar a sensação de estabilidade à imagem, o que denominamos equilíbrio dinâmico. Uma imagem **desequilibrada**, que parece "pesar" para algum dos lados em relação ao centro, pode trazer uma ideia de dinamismo ou mesmo de instabilidade.

Vários **elementos morfológicos** podem ainda trazer diferentes sensações em uma imagem: o grão (tamanho dos cristais de prata de filmes analógicos), massa ou mancha (regiões de mesmas características de tonalidade e coloração, como uma sombra), pontos, linhas (que podem ser explícitas, como fios de luz, ou implícitas, como linhas de perspectiva), textura (rostos e muros rugosos, tecidos, plantas), padrão (repetição de determinado elemento), cor, configuração (forma/volume).

A **profundidade de campo**, por sua vez, é a zona opticamente focada da fotografia, o que na prática se traduz em nitidez onde está o foco pretendido pelo operador, sendo que os motivos secundários podem se apresentar borrados, sem foco ótico, difuso. É obtido controlando-se uma conjugação de fatores, como proximidade do objeto fotografado, diferentes lentes, tempo de abertura do diafragma e velocidade do obturador, e é útil para tornar melhor ou pior visíveis outros elementos, à escolha do fotógrafo. Quanto maior a profundidade de campo, mais nítidos estão os demais elementos da imagem e, de forma análoga, quanto menor essa característica menos definido aparece o fundo.

As fotos de objetos em **movimento** podem ser obtidas de duas maneiras: travadas, na forma de um instantâneo, ou escorridas, onde a luz capturada pela câmera desenha a trajetória do motivo escolhido. Esse efeito também é controlado pelo tempo de abertura do obturador, sendo tanto mais escorrido quanto mais tempo de exposição é permitido, e pode ser aplicada tanto ao motivo principal quanto ao fundo. Fotos escorridas mostram menos detalhes do objeto em movimento, porém transmitem maior sensação de dinamismo.

Já a forma de **iluminação** é um dos aspectos mais importantes a ser considerados na fotografia. Através dela podemos conferir maior contraste, controlar a noção de profundidade e de relevo pretendida para a imagem capturada, dando assim destaque ao que se busca colocar em evidência. Entre as características da iluminação, é relevante perceber sua qualidade (pode gerar sombras duras ou difusas), direção/sentido de onde é emitida, contraste, uniformidade, cor e intensidade.

A **lei do agrupamento** é outro elemento da fotografia que contribui para sua interpretação. A psicologia da Gestalt assegura-nos que quanto mais próximos estão os elementos, mais eles se atraem (a visão assimila elementos distintos como um conjunto, ignorando o espaço vazio e compreendendo este conjunto como uma área ou volume único). Assim, uma imagem que apresenta dois personagens interagindo é mais forte se for possível mostrá-los mais detalhadamente do que se os mostrarmos dispersos com outros elementos em um ambiente mais aberto.

Também a **semelhança e o contraste de conteúdos** definem em grande parte a significância da cena presente na imagem. Pessoas uniformizadas pressupõem uma certa organização que as une, numa manifestação de semelhança. Pelo outro lado, Sousa exemplifica o contraste na "fotografia do Ferrari parado na fila e do homem montado no burro, que passa à frente do automóvel" (SOUSA, 2002, p.97).

Há diferentes formas de se demonstrar a **relação espaço-tempo** em uma fotografia. Pode aparecer no caso já abordado da fotografia escorrida, mas também na captura de um motivo em movimento que está a entrar na imagem (passando a ideia de futuro a percorrer) ou a sair dela (associando à ideia de passado). Mesmo o cenário pode remeter a outras épocas, se há nele elementos que assim o refiram.

Sousa ainda destaca o que denomina de **processos de conotação fotográfica barthesianos**, uma série de características identificadas por Roland Barthes que conferem sentido à imagem, como a truncagem (introdução, modificação ou supressão de elementos posteriormente à captura da fotografia), pose, determinados objetos na cena (por exemplo, livros passam a ideia de intelectualidade), fotogenia, esteticismo (quando se pretende conotar um sentido artístico pictórico à fotografia). Entre os fatores elencados pelo autor, para a presente pesquisa é particularmente importante a **sintaxe**, que é a forma como se encadeiam as imagens apresentadas, novamente remetendo-nos à ideia da Gestalt. Uma sequência orientada de fotos geralmente significa de forma diferenciada em relação a cada foto isoladamente, podendo trazer narrativas ou mesmo associações entre diferentes temas. Barthes, afirma o autor, atenta ainda para o fato de ser mais difícil a conotação de uma fotografia traumática (o choque diminui a polissemia da imagem). A **distância** física entre os elementos pode transmitir a ideia de distância ou proximidade ideológica, especialmente se ambos encontram-se em destaque no enquadramento, ou mesmo em isolamento, se assim o elemento é apresentado na relação figura-fundo.

O autor aponta a necessidade de **sinalização** em algumas imagens, que é a a intervenção gráfica do editor para identificar um determinado elemento da fotografia a que não foi possível dar o devido destaque devido à sua escassa qualidade.

Assim, com base em alguns dos elementos da fotografia que caracterizamos no presente capítulo a partir da aproximação teórica de Sousa (2002), e levando em consideração o referencial teórico delineado no capítulo anterior acerca do jornalismo de revista, nos dedicaremos a seguir a análise da cobertura fotográfica das manifestações de junho de 2013.

4 AS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO EM IMAGENS

Para este estudo foram consideradas todas as fotografias com referência direta às manifestações ocorridas no país durante o mês de junho de 2013 publicadas nas revistas informativas semanais brasileiras, nomeadamente *Veja*, *IstoÉ*, *Carta Capital* e *Época*. Utilizamos como critério sua presença no espaço editorial das publicações, desconsiderando, contudo, imagens que faziam parte de infográficos.

O corpus desse trabalho foi restrito a três semanas de publicação das revistas, uma vez que nos períodos anteriores às edições selecionadas ainda não figurava qualquer menção às manifestações. Na Tabela 1 apresentamos seus dados de identificação.

Revista	Edição	Data
<i>Veja</i>	2326	19/junho/2013
	2327	26/junho/2013
	2328	03/julho/2013
<i>IstoÉ</i>	2274	19/junho/2013
	2275	26/junho/2013
	2276	03/julho/2013
<i>Carta Capital</i>	0753	19/junho/2013
	0754	26/junho/2013
	0755	03/julho/2013
<i>Época</i>	0786	17/junho/2013
	0787	24/junho/2013
	0788	01/julho/2013

Tabela 1 – Edições que compuseram o corpus da pesquisa

A seguir trazemos um breve histórico, perfis editoriais e principais características das publicações. Cabe, aqui, ressaltar que *Veja*, por ser a pioneira, tem maior quantidade de material disponível. Seguimos a ordem de criação das publicações para apresentá-las.

Veja é a mais antiga revista informativa semanal em circulação no Brasil e também a campeã absoluta de tiragem, conforme dados da ANER, tendo mais exemplares publicados que a soma das demais. Publicada pela editora Abril, a revista tem uma circulação mensal média de mais de 1 milhão de exemplares¹¹ e, segundo seu mídia kit¹², atinge 10,4 milhões de leitores. Destes, 72% pertencem às classes A ou B, 84% têm formação de nível superior e aproximadamente metade dos leitores são de cada gênero sexual, segundo dados da própria revista. É impressa em papel couché, em formato brochura de 265mm x 200mm.

Todas suas páginas são coloridas e ilustradas. A capa, a exemplo da tradição inaugurada por *Time*, apresenta o destaque da edição. Traz um logotipo que mantém a identidade original de seu primeiro exemplar, com algum ajuste, como um filete em contorno e sombreamento, sugerindo algum relevo, mas não há constância nas cores utilizadas, sendo costumeiramente combinadas com as cores da imagem de fundo da capa. O sumário encontra-se no início da revista, logo após a publicidade inicial, aproximadamente à página 8. É organizada em grandes seções, nomeadas conforme segue: Panorama (com datas importantes, entrevistas curtas e principais fatos noticiados de forma breve), Brasil (notícias nacionais, com ênfase em política), Economia, Internacional (política e principais acontecimentos internacionais), Geral (saúde, história, comportamento e informações diversas), Guia (com informações úteis e práticas para o leitor, como tecnologia, trabalho, cuidados domésticos) e Artes & Espetáculos (aborda cultura em geral, como livros, filmes, música ou artes visuais). Na página 15 usualmente têm início as chamadas páginas amarelas, uma tradicional seção especial que a cada edição traz entrevistas de fôlego com personalidades que a editoria da revista julga relevantes. *Veja* é composta por uma média de 120 a 130 páginas, das quais cerca de 50 são mensagens publicitárias.

Posterior à importante experiência da revista *Realidade*, *Veja* também nasce no maior parque gráfico da América Latina até então, a Editora Abril. Surge com o objetivo de "oferecer aos leitores uma seleção ordenada e concisa dos fatos essenciais da semana em todos os campos do conhecimento, explicando seu significado, fornecendo seu plano de fundo

¹¹ Circulação média Jan/Mar 2013; Fonte: IVC -- Instituto Verificador de Circulação / Revistas Pagas Ativas - Média por edição - Publicação Principal - Total Brasil, segundo <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>, acessado em 06/outubro/2013

¹² Mídia-kit é designação para material promocional, onde a editora apresenta as vantagens, qualidades e características do veículo com o intuito de arrecadar publicidade.

e servindo como uma espécie de rascunho semanal da história desse mundo efervescente e aparentemente inexplicável" (MIRA, 2001, p.89). Em 8 de setembro de 1968, portanto poucos meses antes do Ato Institucional 5, que viria a recrudescer o cerco às liberdades no período do regime militar, a primeira capa de *Veja* estampava as sombras de mãos segurando uma foice e um martelo cruzados, com fundo vermelho, simulando a insígnia da extinta União Soviética, e a frase "O grande duelo no mundo comunista". Essa primeira edição teve uma tiragem de 650 mil exemplares. Mas ser a pioneira não foi tarefa fácil, e demorou até que o veículo se afirmasse: "a sobrevivência da revista [*Veja*] foi a aposta mais cara que a Abril teve que pagar para ver. Nenhuma de suas publicações levou tanto tempo para deslanchar: oito anos. O próprio Mino Carta, criador da revista, confessa ter navegado no escuro por muito tempo." (MIRA, 2001, p.80). A segunda edição teve apenas 250 mil exemplares vendidos, de uma tiragem total de 600 mil, e durante cerca de 20 edições amargou tiragens menores que 16 mil exemplares. Ainda na obra de Mira, a autora apresenta uma pesquisa que registrou o descontentamento do público com *Veja*:

Pela campanha publicitária não esperava essa revista. Comprei, cheguei em casa, minha mulher falou: Comprou *Veja*? Comprei. Uma porcaria. Por quê? Olha o tamanho da revista, a grossura. Estava todo mundo acostumado com *Manchete*. Falei: acho que também estava esperando esse formato e paginação. *Manchete* tem páginas coloridas. Não tinha nada daquilo, não comprei mais. (MIRA, 2001, p.85)



Figura 3 – A primeira capa de *Veja*

A partir de um reposicionamento orientado por essa pesquisa, aliado à estratégia de vendas de exemplares por assinatura, a revista não só recuperou-se, mas passou a crescer. Originalmente posicionada de maneira crítica, inclusive ao regime político vigente à época,

com a saída de Mino Carta *Veja* desloca-se à uma posição mais conservadora, e inicia uma forte aproximação com as fontes, especialmente governamentais. Segundo declaração de Mino Carta, em entrevista ao Canal da Imprensa e republicada no site Observatório da Imprensa¹³, "a *Veja* teve uma posição contrária ao regime militar enquanto eu estive lá. Tão logo eu saí, ela mudou de rumo. Foi totalmente protegida por Antônio Carlos Magalhães. E recebeu uma televisão. Não um canal aberto como a Globo. Mas eles receberam a TV deles: a TVA."

Atualmente chega a ter mais de 900 mil assinantes e seus 1035 mil exemplares em circulação permitem que seja considerada a 2ª maior revista semanal do planeta¹⁴. A missão de *Veja*, segundo declarou seu diretor Roberto Civita no mídia kit¹⁵ do veículo, é "Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista. Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos."

IstoÉ foi lançada em novembro de 1976, ainda em plena ditadura militar. Foi criada após a revista *Veja*, pelo mesmo editor que a lançou (e que, posteriormente, demitiu-se, por pressão dos militares), e se pretendia diferente. Uma declaração de Mino Carta, ao *Diário Comércio e Indústria* em 22 de novembro de 1977 (um ano após o lançamento de *IstoÉ*) demonstra a diferença de visão da nova publicação:

Sou decerto um dos jornalistas que nas duas últimas décadas mais participaram da má digestão de um conceito de imprensa importado dos EUA. Assim, colaboradores para a organização e desenvolvimento de redações cada vez mais amplas e parecidas com repartições públicas... Nelas, a função de repórter foi perdendo importância, em proveito de um trabalho que definimos como de equipe, e também fomos perdendo de vista o extraordinário valor da presença do profissional (MIRA, 2001, p.91).

Mas a proposta editorial de Mino Carta parece diante da venda de *IstoÉ* ao grupo da Editora Três, que modificou o projeto, deixando-o muito parecido com *Veja* e, conseqüentemente, com a estadunidense *Time*.

Atualmente *IstoÉ* é impressa em papel couché, formato brochura de 265mm x 200mm, com páginas coloridas e ilustradas. Seu logo mantém a identidade unicamente pela tipografia,

¹³ Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/nao_tenho_rabo_preso, acessado em 30 de outubro de 2013.

¹⁴ Fonte - IVC Maio/2013 / Audit Bureau of Circulations (Jul - Dez/2012), conforme informado no mídia-kit da publicação da Editora Abril.

¹⁵ Disponível em http://www.publiabril.com.br/upload/files/0000/1325/VEJA_M_dia_Kit_Digital_Nov13.pdf, acessado em 12 de novembro de 2013.

serifada, não mantendo uma cor padronizada. Semanalmente circulam uma média de cerca de 331 mil exemplares¹⁶ ou, segundo dados da Editora Três, tem cerca de 1,5 milhões de leitores. Seu público é estimado em 72% pertencentes às classes sociais A ou B, equilibrada entre os gêneros do sexo masculino e feminino e entre todas as idades, com leve predominância de leitores acima dos 50 anos de idade. 46% desse público tem formação de nível superior, mas 21% ainda estudam.

Próximo à página 20 *IstoÉ* apresenta o sumário de seu conteúdo, que se divide em seções e colunas, a saber: Entrevista (tal como *Veja* com suas páginas amarelas, *IstoÉ* tem suas "páginas vermelhas", trazendo entrevistas com personalidades), Cartas, IstoÉ.com.br (um resumo do site), Semana, Brasil Confidencial (que fala brevemente sobre política no país), Ricardo Boechat (coluna de opinião) e Rede do Tas (um resumo interativo dos destaques nas redes sociais), Leonardo Attuch (coluna assinada), Olhar (opinião sobre assuntos ainda desconhecidos do grande público), Gente (notas rápidas sobre o showbusiness), Seu Bolso (economia pessoal), Cultura (novidades na área cultural, com indicações de livros, discos e filmes) e, finalmente, Última Palavra (diversos colunistas revezam-se para levar análises de fatos importantes aos leitores). Tem ente 100 e 120 páginas, com aproximadamente 30 páginas publicitárias.

Em seu mídia kit¹⁷, além de definir seu posicionamento como a mais combativa revista semanal do país, se conceitua como "publicação de interesse geral, voltada para o público adulto. Está no mercado há 35 anos e se consolidou como um dos veículos mais influentes do País. Foi protagonista de importantes fatos políticos e sociais e teve participação de destaque na redemocratização do Brasil – aliás, um dos pilares da *IstoÉ* é a defesa do Estado Democrático de Direito. A revista caracteriza-se por uma linha editorial independente, jamais atrelada a grupos políticos ou econômicos, e por fazer uma abordagem dos fatos que remete o leitor além da notícia. Em decorrência disso, vem ao longo dos anos colecionando uma sucessão de furos nas mais diversas editorias."

Carta Capital foi criada em 1994, então com periodicidade mensal, passou a ser publicada quinzenalmente e, posteriormente, em 2001 passou a ser semanal. Tem uma média de 75 páginas, é impressa pela Editora Confiança, em papel couché, formato brochura de 265mm por 200mm, colorida e ilustrada. Recentemente (em abril de 2013) reformulou o logo,

¹⁶ Circulação média Jan/Mar 2013; Fonte: IVC -- Instituto Verificador de Circulação / Revistas Pagas Ativas - Média por edição - Publicação Principal - Total Brasil, segundo <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>, acessado em 06 de outubro de 2013

¹⁷ Disponível em www.editora3.com.br/downloads/midiakit_istoe.pdf, acessado em 12 de novembro de 2013.

que segue um padrão constante de forma e cores, trazendo o nome Carta em vermelho, e Capital em preto, escrito em fonte sem serifa num fundo branco. Das revistas informativas semanais, é a que menor tiragem apresenta (cerca de 30 mil exemplares¹⁸). Seu público, avaliado em 231 mil leitores, é formado majoritariamente por homens (64%), conta com uma parcela de 88% nas classes AB (64% têm renda familiar acima de R\$7650), e em termos de faixa etária apresenta 59% entre 35 e 64 anos.

O sumário aparece logo após as publicidades iniciais, usualmente à pagina 4. Sua estrutura editorial aponta um "cardápio" com diversas seções ou cartolas, nem todas fixas. São elas: Editorial Mino Carta (apresentado como "A opinião consagrada em formato arejado"), Economia, Seu país (cobertura dos assuntos nacionais), Nosso mundo (cobertura internacional), QI (viagens, gastronomia), colunas sobre saúde (com o médico Dráuzio Varella), a Pênalti (era assinada pelo jogador de futebol Sócrates, até sua morte), Plural (assuntos de cultura, como cinema, teatro, música), além de uma parceria firmada em 2008 com a revista britânica *The Economist* para publicação semanal de conteúdos selecionados (e ocasionalmente artigos e relatórios especiais). Traz menos de 20 páginas publicitárias, de uma média de 80 a 100 páginas em seu total.

Carta Capital é a terceira das quatro revistas semanais que Mino Carta foi fundador, e na qual ele permanece atualmente como diretor de redação. Também, e não casualmente, atualmente é a politicamente mais liberal. No mídia kit¹⁹ do periódico, uma declaração de Mino Carta afirma que "Qualidade é indispensável quando o objetivo é respeitar a audiência, na exposição da verdade factual, na fiscalização isenta do poder e na melhor lida com o vernáculo, diariamente aviltado por quem não sabe entender que jornalismo é uma forma importante e desafiadora de literatura. E no exercício do espírito crítico como motivador de vida inteligente. Nada disso resulta na intenção de impor ideias, e sim de estimular o espírito crítico dos próprios leitores na elaboração de opiniões independentes, do pensamento nosso ou de quem quer que seja."

Época, a mais recente das informativas semanais, é uma publicação da Editora Globo nascida no ano de 1998. Com um sumário que costuma aparecer à página 6 de cada edição, *Época* mantém uma estrutura com grandes segmentos, nominados Opinião (traz a visão da revista, artigos assinados e a opinião do leitor), Tempo (traz reportagens e *hard news*), Ideias

¹⁸ Circulação média Jan/Mar 2013; Fonte: IVC -- Instituto Verificador de Circulação / Revistas Pagas Ativas - Média por edição - Publicação Principal - Total Brasil, segundo <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>, acessado em 06 de outubro de 2013

¹⁹ Disponível em http://www.cartacapital.com.br/anuncie/media-kit/copy2_of_MidiaKit_CartaCapital2013.pdf, acessado em 12 de novembro de 2013.

(com análises e ensaios, além de matérias sobre conhecimento geral), Vida (histórias humanas, serviço) e Mente Aberta (seção de cultura e entretenimento). Entre seus colunistas encontram-se nomes como o do sociólogo Roberto DaMatta, Guilherme Fiuza, Eugênio Bucci, Jairo Bouer e Walcyr Carrasco, entre outros.

Tem uma média de 100 a 120 páginas impressas em papel couché e cores, com aproximadamente 30 páginas de publicidade e formato brochura de 265mm por 200mm. Desde outubro de 2011, a identidade visual de seu logotipo ancora-se, como nas demais revistas informativas semanais brasileiras, na tipografia, adicionada de um globo terrestre levemente estilizado em substituição ao "O" de seu nome. Como em *Veja* e *IstoÉ*, a cor do logotipo não segue uma rigidez cromática.

De perfil conservador, sua linha editorial aproxima-se da de *Veja*. Tem uma tiragem de 386 mil exemplares²⁰ e, segundo dados recolhidos de seu mídia kit²¹, tem cerca de 4 milhões de leitores²², com um perfil equilibrado entre homens e mulheres, 68% nas classes AB e 46% de seu público na faixa dos 25 aos 44 anos de idade, porém não é informado o nível de escolaridade. Nesse mesmo material da publicação, uma mensagem afirma: "A missão da *Época* não é preparar conteúdo para as pessoas. É preparar as pessoas pelo seu conteúdo", reafirmado por outra mensagem, "conteúdo que transforma", o que mostra parte da estratégia informativa do periódico. Mantém um acordo com a revista alemã *Focus*, que permite a utilização do material fotográfico e editorial com exclusividade pela revista da Editora Globo, além de inspirar seu projeto gráfico.

4.1 Procedimentos metodológicos

Seguindo proposta metodológica de Bardin (1977), descrita por Fonseca Júnior (2005), adotamos a análise de conteúdo. Conforme sugerem os autores, esta pesquisa foi desenvolvida em fases cronológicas. Na primeira fase, a pré-análise, realizamos leitura flutuante do material objeto de estudo, definindo as publicações a serem analisadas. Nessa etapa ficou definido que a pesquisa seria realizada a partir das quatro principais revistas informativas semanais brasileiras: *Veja*, *IstoÉ*, *Carta Capital* e *Época*. Definidos os periódicos, passamos à seleção

²⁰ Circulação média Jan/Mar 2013; Fonte: IVC -- Instituto Verificador de Circulação / Revistas Pagas Ativas - Média por edição - Publicação Principal - Total Brasil, segundo <http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>, acesso em 06 de outubro de 2013

²¹ Disponível em http://editora.globo.com/midiakit/epoca/arquivos/MidiaKit_Epoca_2013-PT.pdf, acesso em 12 de novembro de 2013.

²² Projeção Brasil calculada pela Editora Globo com base nos estudos Marplan 12 Mercados e IVC (Jan a Dez/12)

do período das edições que comporiam nossa amostra. Numa segunda etapa, exploramos o material, realizando levantamentos e codificação de características que julgamos influenciar essa pesquisa. A terceira e última etapa trata da análise, que em nosso caso foi procedida em duas dimensões: quantitativa, em que, de posse dos dados codificados e classificados, utilizamos tratamento estatístico para verificação da incidência das características escolhidas; e qualitativa, onde avaliamos as opções não captadas pelos dados codificados, apesar de permearem essas informações.

Os acontecimentos de interesse para essa pesquisa tiveram seu ápice no mês de junho de 2013, sendo que, após levantamento, ficou claro não haver menção às manifestações em edições anteriores, que já ocorriam e eram noticiadas pelos jornais diários. As revistas citadas passaram a noticiar essas manifestações apenas a partir da segunda quinzena desse período. Assim, escolhemos como data inicial o dia 17 de junho, data em que entrou em circulação a revista *Época*. As demais tiveram lançamento dois dias após essa, ou seja, no dia 19 de junho as quatro publicações estavam circulando. Na segunda semana desse estudo, três das quatro revistas publicaram edições especiais (*Veja*, *IstoÉ* e *Época*), com cobertura ampliada, sobre os protestos que aconteciam por todo o país. Na terceira semana foi possível verificar uma grande diminuição no espaço reservado ao tema, e mesmo seu foco passou a ser as instituições republicanas e como os protestos influenciaram seu funcionamento. Na quarta semana já não havia menção aos protestos, e dessa forma, delimitamos o período final dessa pesquisa como a primeira semana de julho, constando, então, três semanas sequenciais de conteúdo em quatro revistas semanais, totalizando um corpus de doze edições. Nesse período, apenas a capa da primeira edição estudada de *Carta Capital* não fez referência aos protestos. Optamos, devido à quantidade limitada de documentos, pela regra da exaustividade, em que "todos os documentos relativos ao assunto pesquisado, no período escolhido, devem ser considerados, sem deixar de fora nenhum deles por qualquer razão" (FONSECA JÚNIOR, 2005, p.292). Consideramos parte da documentação, qualquer fotografia que estivesse em conteúdo editorial com referência direta aos protestos realizados no período. Assim, constou no universo estudado fotos de arquivo (manifestações das Diretas Já, por exemplo) e de personalidades que estiveram envolvidas em algum momento no assunto abordado.

A codificação foi elaborada de forma a quantificar dados técnicos das imagens fotográficas com base nos elementos apresentados por Sousa (2002), especificamente enquadramento, ângulo de tomada vertical, equilíbrio compositivo e contraste de iluminação. Tabulamos também algumas escolhas diagramáticas, conforme White (2006), como posição na página (vertical e horizontal), posição da legenda e sua relação com a imagem.

Classificamos, ainda, informações ideológico comunicacionais, como personagens retratados, situação de pose ou flagrante e se acontecia conflito ou situação de perturbação no momento de captura da imagem. Para otimizar essa tarefa desenvolvemos folha de codificação própria (Tabela 2), como indica Fonseca Júnior (2005) em conformidade com Bardin (1977).

Dados gerais da edição			
Revista:		Edição:	
Página:		Data:	
Fotografia nº:	Página:	Dimensões (mm): L:	A:
Técnico-fotográfica			
Enquadramento: () Geral () Conjunto () Médio () Grande	Ângulo vertical: () Normal () Plongé () Contraplongé	Equilíbrio visual: () Equil. estático () Equil. dinâmico () Desequilíbrio	Contraste iluminação: () Alto () Médio () Baixo
Diagramacional			
Posição vertical: () Superior () Médio () Inferior	Posição horizontal: () Interna () Externa	Posição da legenda: () Alto () Baixo () Lado () Conjunta	Relação legenda/foto: () Evocativa () Complementar () Denotativa () Conotativa () Analítica
Ideológico comunicacional			
Personagens retratados: () Manifestantes (civis) () Policiais () Outros		Situação da cena: () Pose () Flagrante pacífico / espontâneo () Flagrante de conflito	

Tabela 2 – Modelo para análise em matérias jornalísticas

A partir do que foi levantado na avaliação quantitativa do corpus, apresentamos uma síntese dos resultados obtidos, bem como gráficos para permitir a rápida visualização desses. Levando em consideração fatores intrínsecos e extrínsecos à imagem, conforme descrito, partimos para uma segunda etapa de ordem qualitativa, onde discorreremos sobre o tratamento dado ao tema nas publicações estudadas e sua repercussão nas escolhas fotográficas que ilustram as respectivas matérias.

4.2 Apresentação dos dados

No total foram analisadas 264 imagens em três semanas de publicação. Dessas, 70 na primeira semana em que os fatos passaram a ser noticiados nas revistas. Na segunda semana, devido às edições especiais, foram publicadas 139 imagens relacionadas às manifestações, e na última semana 55 fotografias ilustraram as semanais. No Gráfico 1 mostramos a contribuição de cada periódico nesse total, por semana de publicação. No mesmo gráfico é possível comparar a importância relegada às fotografias por revista, com o total em termos de quantidade de imagens, desconsiderando a área ocupada pelas mesmas. Nesse ponto, *Época* foi a revista que mais imagens publicou, chegando à marca de 100. Para mostrar o que acontecia nas ruas brasileiras *IstoÉ*, trouxe 73 fotografias e *Veja* aproximou-se com 62. *Carta Capital*, como é característico da publicação, foi parcimoniosa em relação à quantidade de imagens, trazendo apenas 29 situações retratadas em toda sua cobertura analisada.

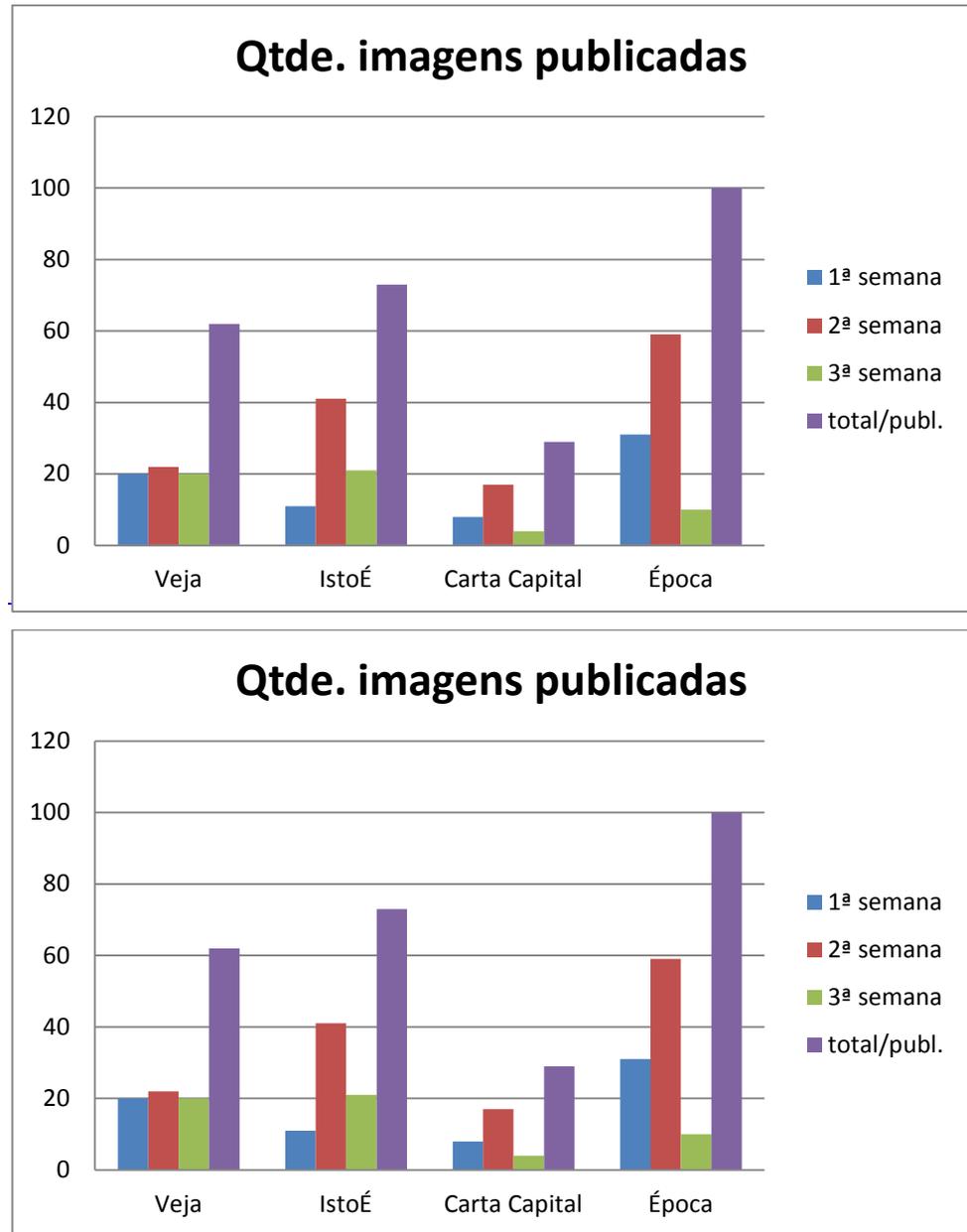


Gráfico 1 – Quantidade de fotografias publicadas por semana

O espaço dedicado ao tema também foi avaliado (Tabela 3). Observamos que as edições especiais que *Veja*, *IstoÉ* e *Época* lançaram, na segunda semana, aumentaram sensivelmente a proporção de páginas. *Carta Capital*, apesar de não aumentar a quantidade de páginas de sua edição, na terceira semana dedicou maior espaço à análise do fenômeno social, porém priorizou o texto escrito em detrimento das imagens.

	1ª semana			2ª semana			3ª semana		
	Páginas edição	Páginas manif.	%	Páginas edição	Páginas manif.	%	Páginas edição	Páginas manif.	%
<i>Veja</i>	126	10	7,94%	134	32	23,88%	126	21	16,67%
<i>IstoÉ</i>	98	9	9,18%	114	43	37,72%	114	27	23,68%
<i>C. Capital</i>	90	4	4,44%	82	13	15,85%	82	22	26,83%
<i>Época</i>	106	9	8,49%	114	49	42,98%	98	9	9,18%

Tabela 3 – Espaço semanal destinado ao conteúdo sobre as manifestações

Na relação imagem-mancha, considerando-se exclusivamente o conteúdo relacionado às manifestações (Gráfico 2), também é possível perceber um gradativo decréscimo, à exceção de *IstoÉ*, que teve em sua edição especial, na segunda semana, a melhor relação, chegando a 64% de imagens fotográficas, de onde podemos concluir que essa revista explorou mais visualmente o destaque dado e o incremento em quantidade de páginas daquela edição.

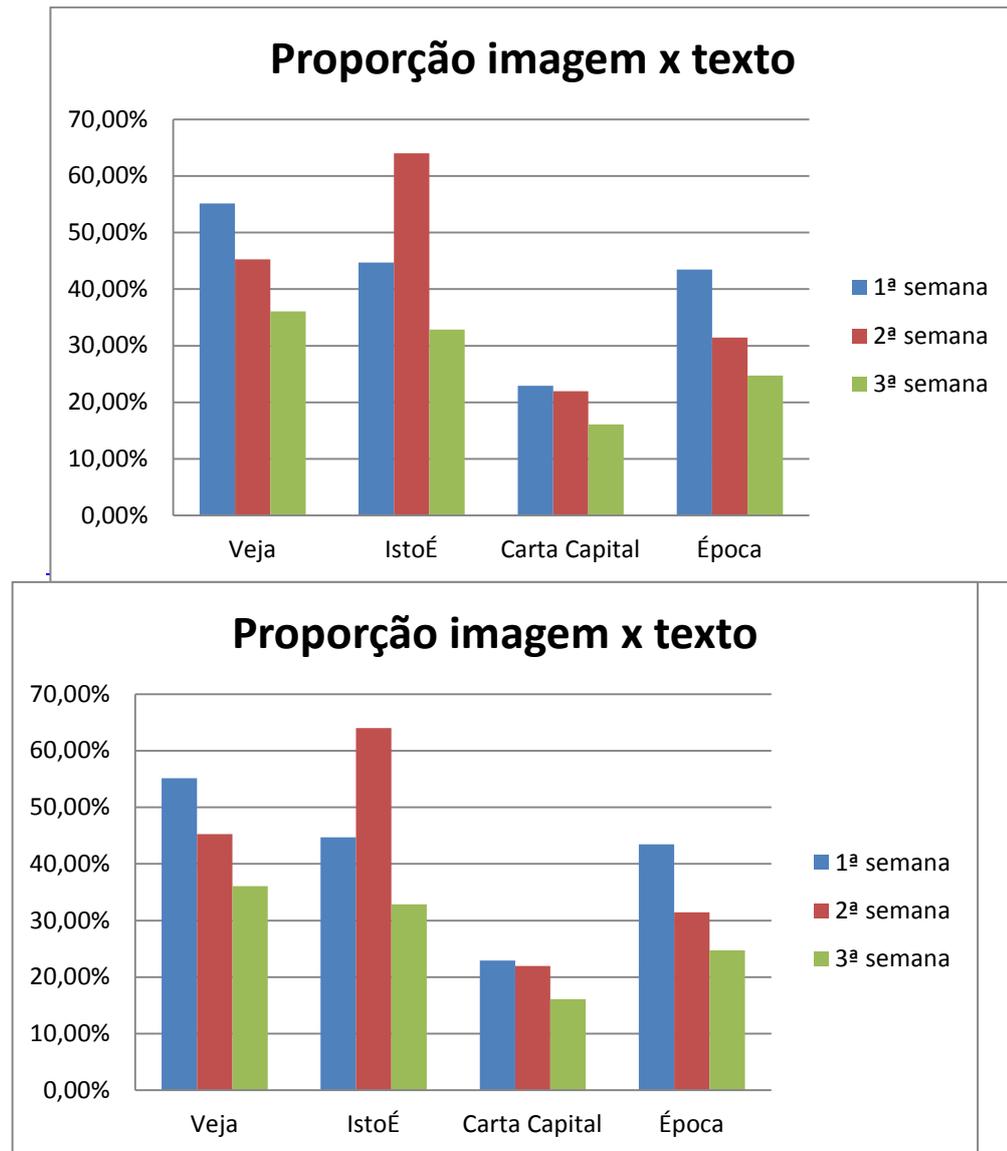


Gráfico 2 – Proporção fotografias x texto por semana

A seguir faremos análises pontuais a partir dos resultados obtidos. Essa análise, quantitativa, seguirá a sequência utilizada para o levantamento, como consta no modelo de codificação (Tabela 2). Assim, apresentaremos inicialmente aspectos técnicos da fotografia, agrupada por publicação a fim de caracterizar cada editoria de imagens.

O **plano de enquadramento** (Gráfico 3) foi adotado como parâmetro por traduzir a intenção de corte, os limites da realidade espacial capturada pelas lentes do fotógrafo e a possibilidade de avaliação do contexto da cena. No período analisado foi verificado o uso proeminente de grandes planos. *Época* chegou à marca de 70,83% das imagens analisadas produzidas em grande plano, enquanto *Veja* e *Carta Capital* se aproximaram dos 47%. A exceção foi *IstoÉ*, com 30,14%, que em compensação publicou mais fotos em plano médio (49,32%), enquanto as demais trouxeram índices próximos aos 30% nesse enquadramento.

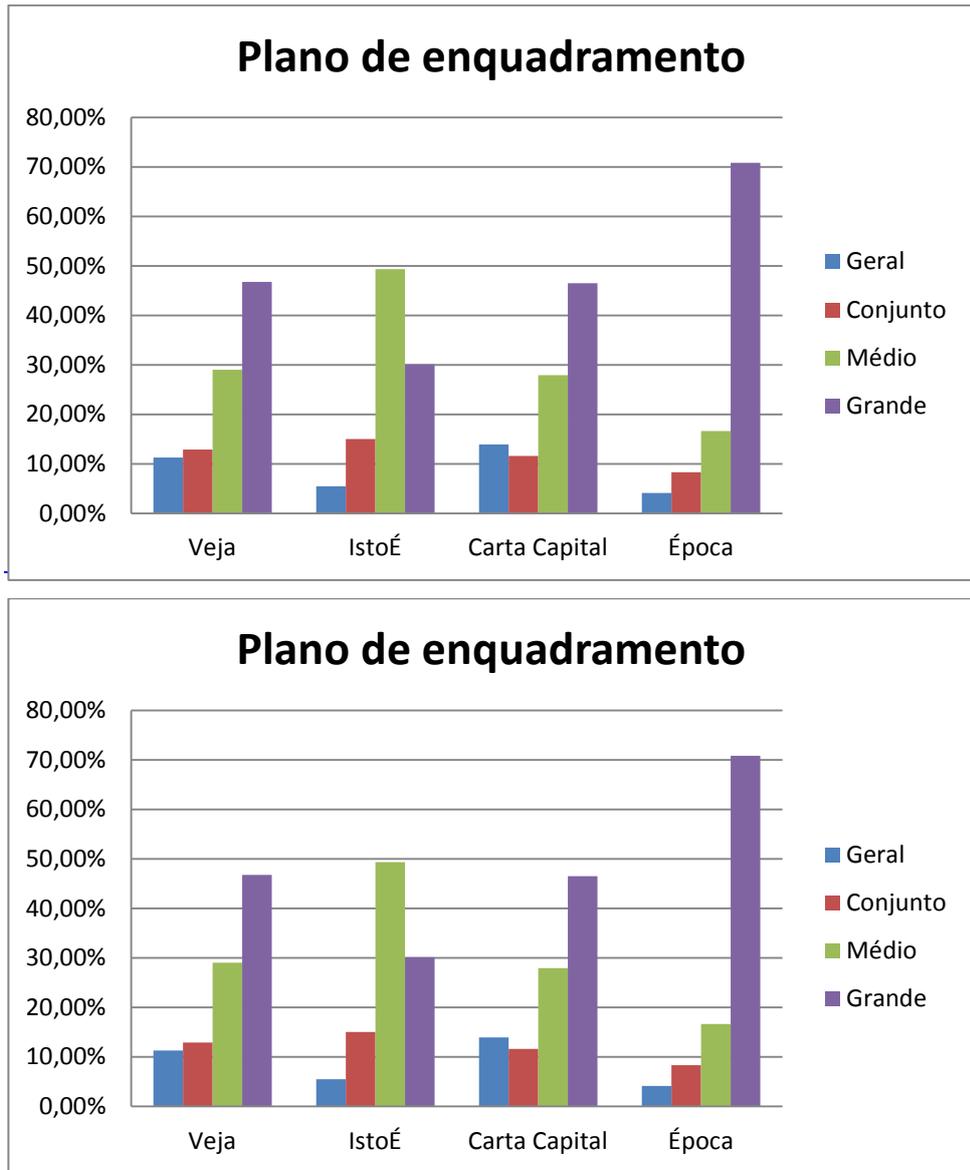


Gráfico 3 – Plano de enquadramento por revista

O **ângulo de tomada vertical** (Gráfico 4) pode valorizar ou desvalorizar um motivo. Como esperado, o predomínio das fotografias apresentadas em todas as publicações foi o ângulo normal, tendo o menor índice na *Veja*, onde constaram em 66,13% de suas fotos, seguido do ângulo *plongé*, ou picado em 20,97% e *contraplongé* em 12,90% (a maior proporção de fotos nesse ângulo de tomada). A publicação que mais explorou o ângulo normal foi *Época*, onde 82,29% do total das fotos se enquadrou nessa categoria, seguida de *Carta Capital* (76,19%) e, por fim, *IstoÉ* (72,22%).

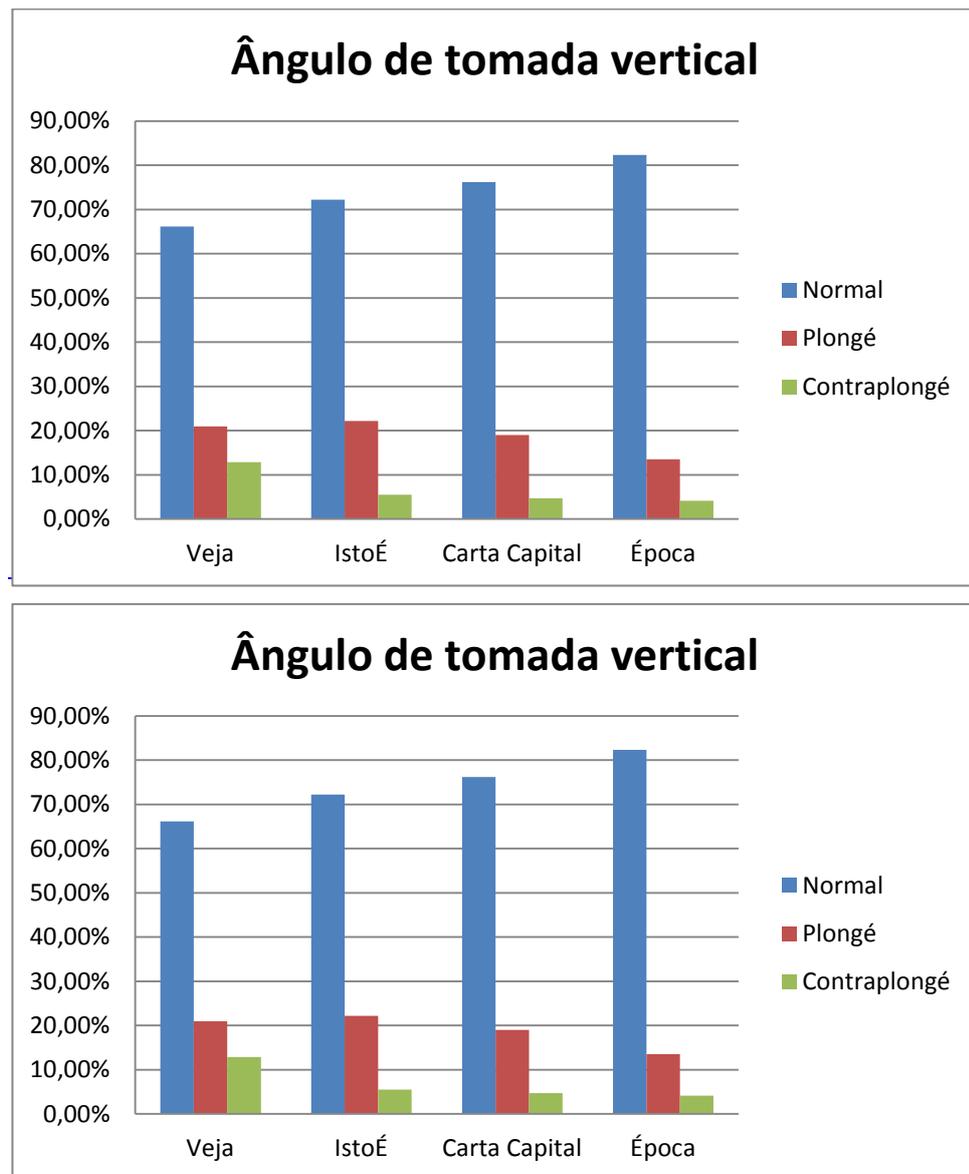


Gráfico 4 – Ângulo de tomada vertical

A regra de composição **equilíbrio visual** (Gráfico 5) pode dar a ideia de estabilidade ou conferir dinamismo a uma foto, mas também pode causar sensação de instabilidade. Diferentemente de outros parâmetros, onde se verificou uma tendência de uso e, conseqüentemente, desvios nestes, o equilíbrio visual não demonstrou tendências. Se *Veja* utilizou mais fotos onde predominou o desequilíbrio (43,55%) seguido de equilíbrio dinâmico, *Época* trouxe mais fotos equilibradas (48,96%), enquanto *IstoÉ* e *Carta Capital* trazem mais fotos em equilíbrio dinâmico (44,29% e 39,53%, respectivamente). Esta última é a que menos se utiliza de fotos em desequilíbrio, com 23,26%.

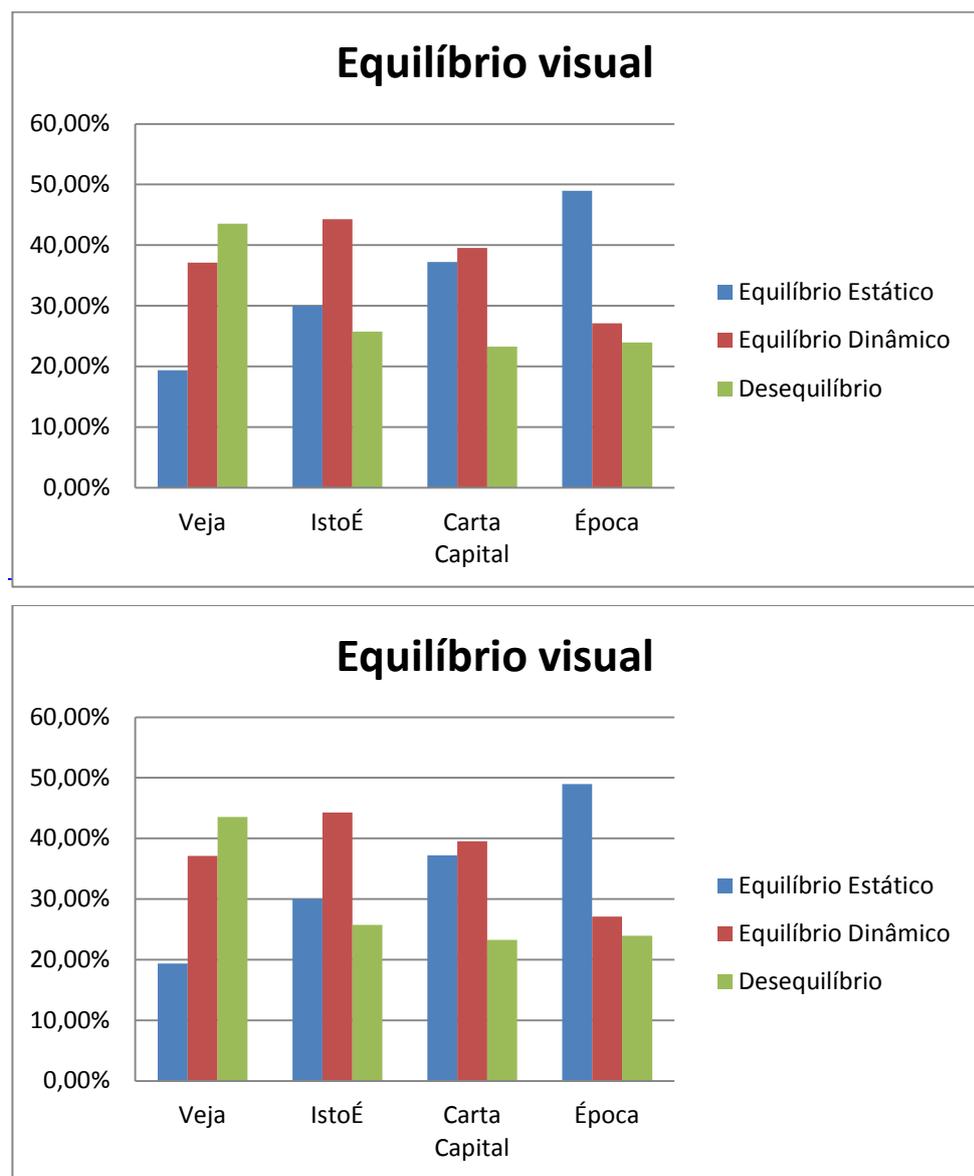


Gráfico 5 – Equilíbrio visual

Entre os casos até agora analisados, o **contraste de iluminação** (Gráfico 6) mostrou ser relativamente equilibrado, mas é possível perceber que os fotógrafos pareceram evitar baixo contraste, o que é compreensível. Apesar disso, nas amostras avaliadas houve uma quantidade considerável de fotografias com baixo contraste, provavelmente devido às condições de se fotografar à noite (caso da maioria das manifestações), e muitas vezes sem tempo adequado para regular o equipamento, devido às situações intempestivas que porventura possam ter surgido.

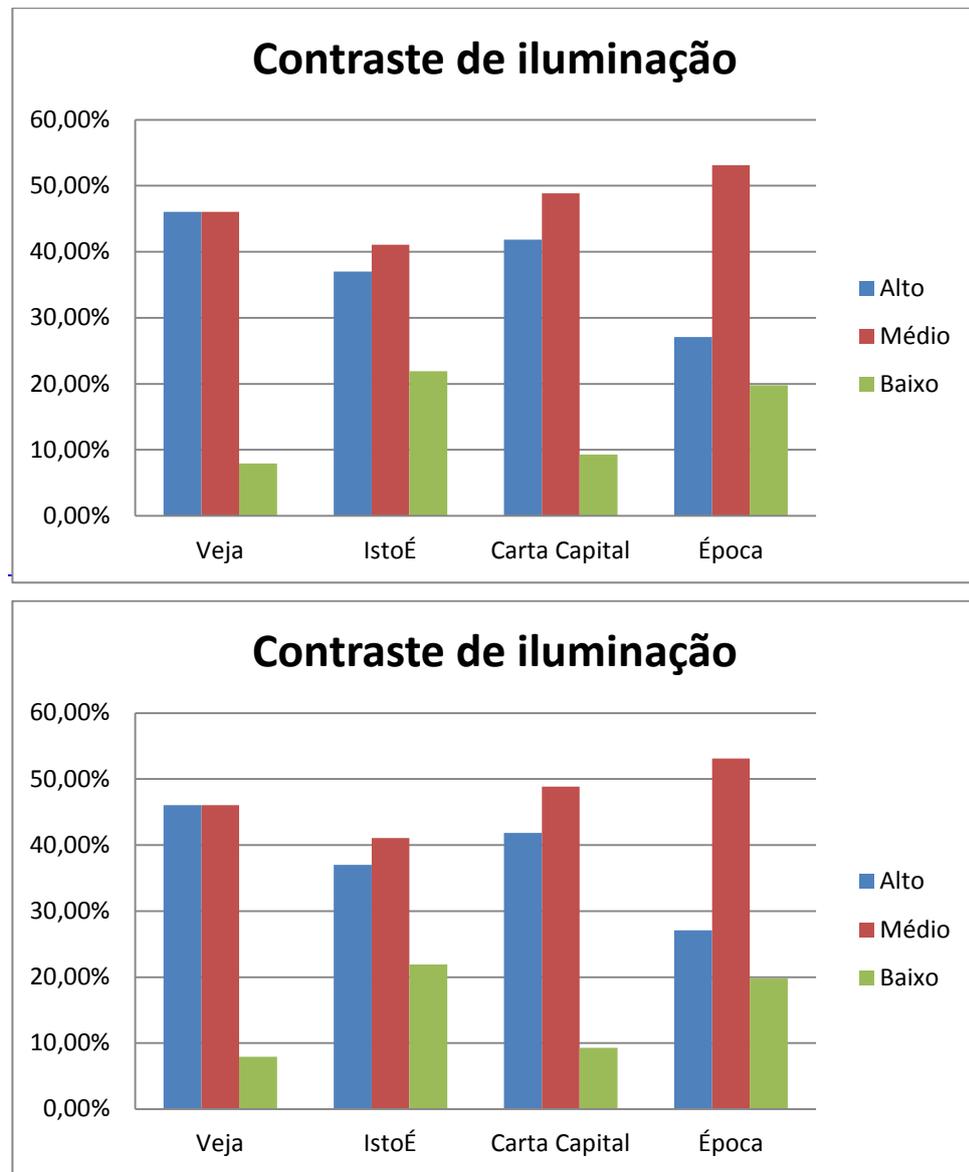


Gráfico 6 – Contraste de iluminação

Optamos, também, por avaliar alguns aspectos da diagramação pois, como já foi dito, há áreas de maior destaque em uma publicação, que devem ser exploradas com conteúdo mais

chamativo. A intenção de se medir essas estratégias é justamente fazer o caminho inverso, num exercício por entender os critérios que levaram às escolhas desses profissionais.

Avaliamos a **posição vertical** (Gráfico 7) onde foi disposta a imagem. É possível verificar que prevaleceu em todas as publicações a localização superior para as fotografias relativas às manifestações.

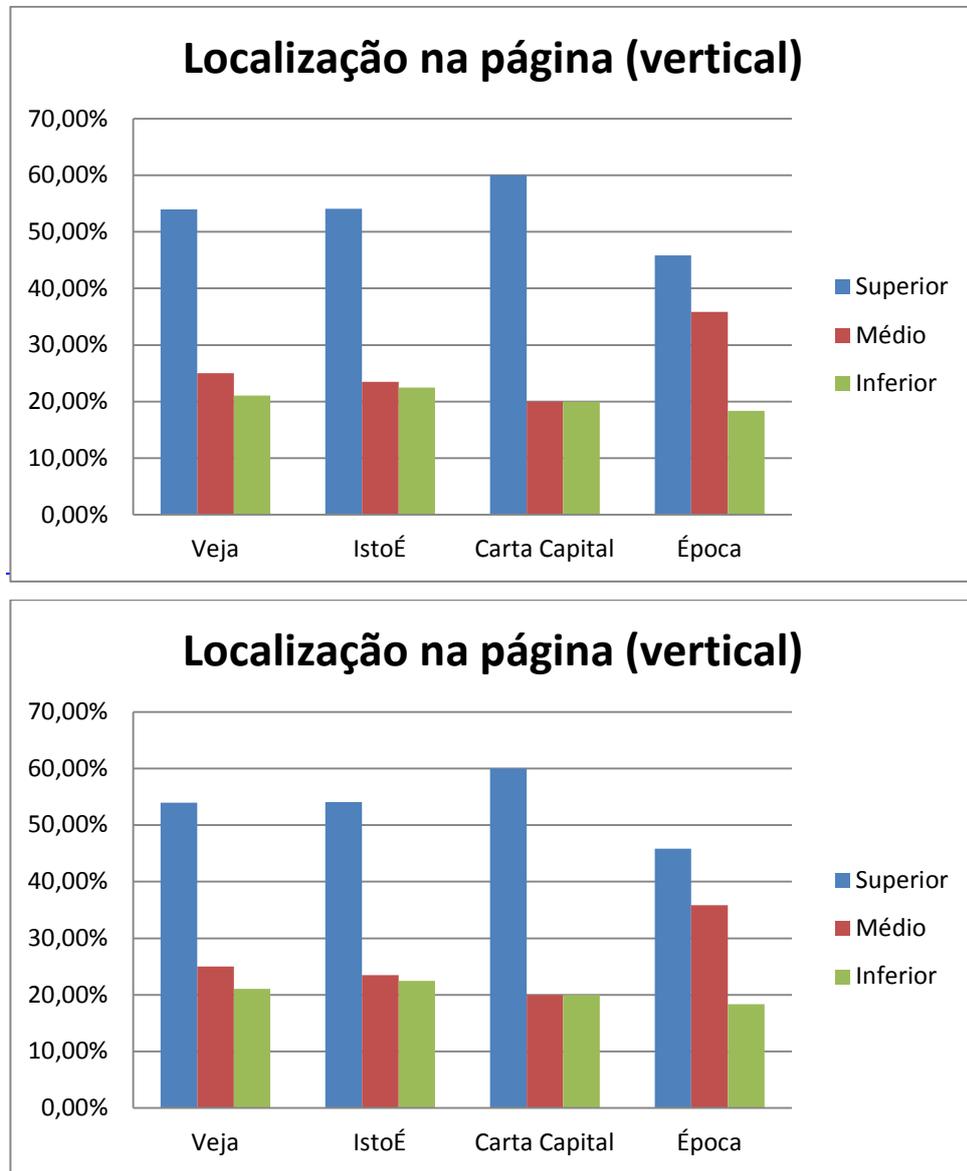


Gráfico 7 – Localização vertical na página

Carta Capital utilizou-se mais dessa disposição, conferindo destaque às imagens em 60% dos casos publicados, distribuindo os 40% restantes igualmente para os casos de disposição média ou inferior. *IstoÉ* e *Veja* aproximaram-se, aplicando a localização superior respectivamente em 54,08% e 53,95% dos casos. *Época* foi, conseqüentemente, a que menos destinou essa área às fotos das manifestações, com um índice de 45,83%.

No caso da **posição horizontal** (Gráfico 8) considerou-se duas possibilidades: interna, mais próxima da junção entre as páginas, e externa, local que é mais facilmente visível ao folhearmos uma revista. Todas as publicações, com valores bastante aproximados, apresentaram maior uso interno das fotografias. A exceção de *Época*, que optou por trazer as imagens das manifestações na área mais internalizada da publicação em 60,58% dos casos, as revistas aproximaram-se dos 54% das fotografias publicadas nessa região menos privilegiada, com variações menores que 1% entre si.

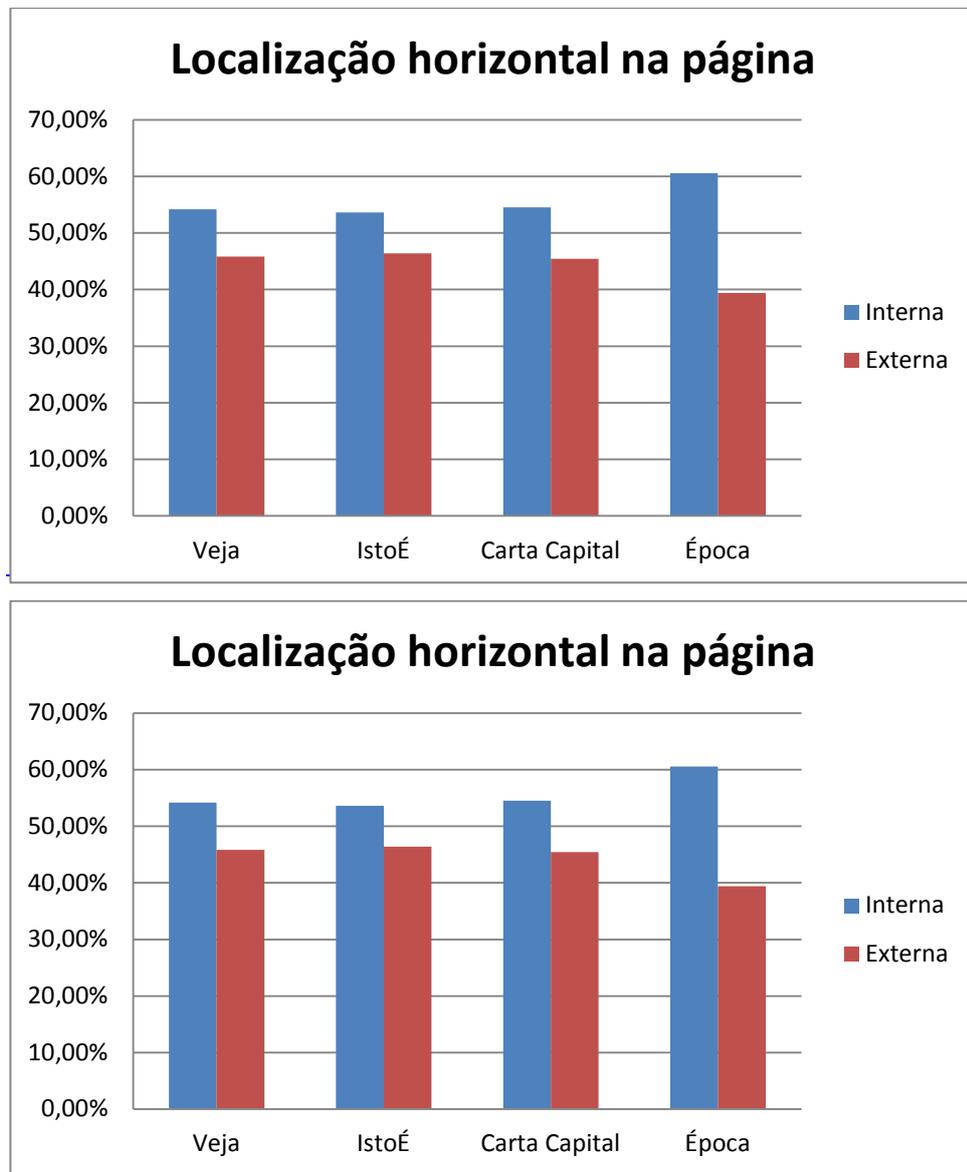


Gráfico 8 – Localização horizontal na página

As legendas, como visto, vêm ancorar as imagens, e sua visibilidade é determinante na avaliação dessas pelo leitor. Classificamos sua posição em relação à imagem (acima, abaixo ou lateral), mas também, como verificado não ser raro, quando foi utilizada para mais de uma

imagem. Em relação ao **posicionamento das legendas** (Gráfico 9), houve predomínio do uso destas abaixo das fotos, conforme recomenda White (2006), porém há ocorrência não desprezível de aplicação de legendas ao lado das fotos. Aparentemente *Época* estabeleceu como regra o uso do texto abaixo das fotos, utilizando em 69,47% dos casos. *Carta Capital* preferiu essa maneira em 61,90%, enquanto *Veja* aplicou em 51,72% e *IstoÉ* em 41,18%. A segunda posição preferida para localização de legendas para *Veja*, *IstoÉ* e *Época* foi lateral (37,93%, 33,82% e 20%, respectivamente), enquanto *Carta Capital* optou secundariamente por legendas acima das fotos em 21% dos casos.

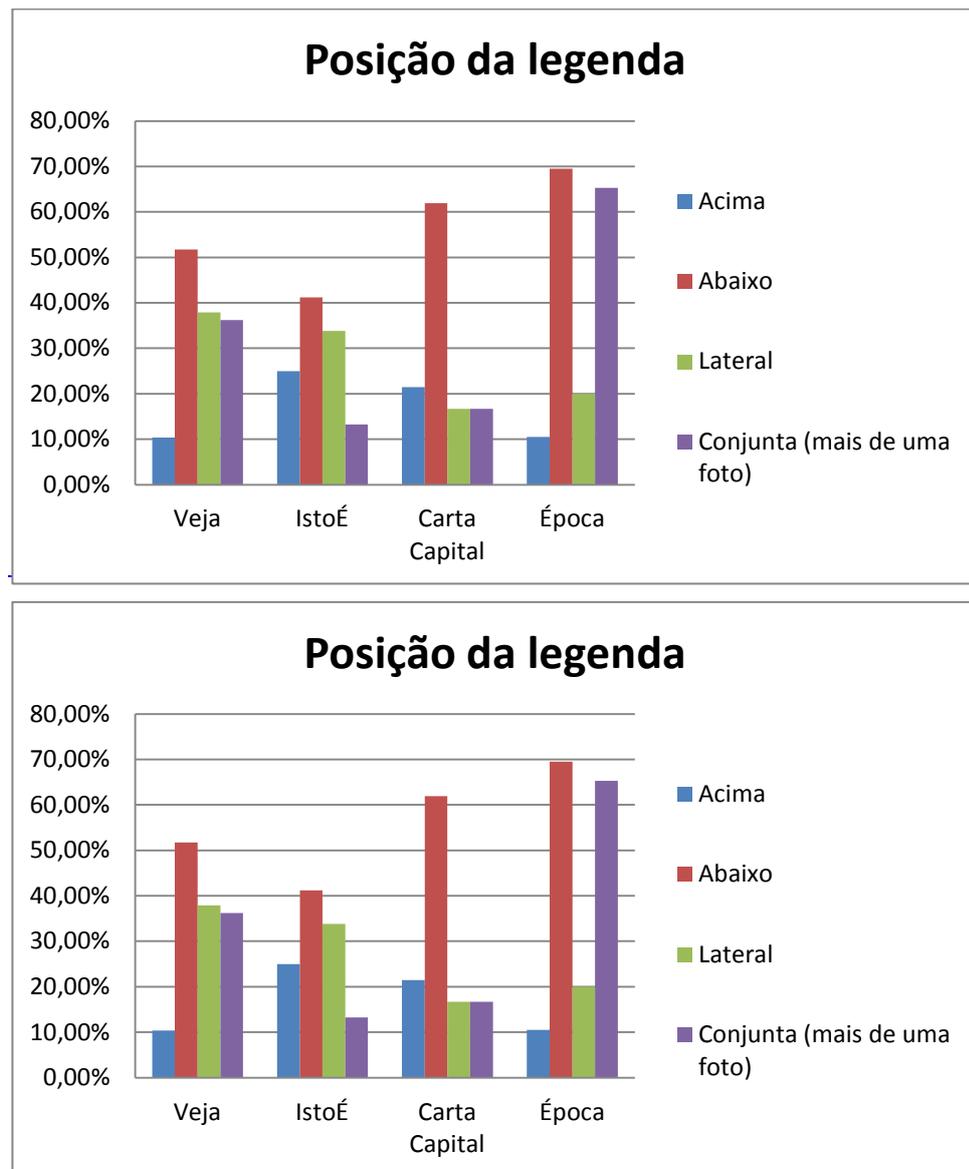


Gráfico 9 – Posição da legenda

Época também foi a publicação que mais utilizou o recurso de acumular em uma só legenda as informações de mais de uma foto, fazendo isso em 65,26% dos casos analisados,

seguida por *Veja* (36,21%). *Carta Capital* e *IstoÉ* pouco lançaram mão desse artifício (respectivamente 16,67% e 13,24%), no que parece ser uma decisão editorial do veículo.

Durante as manifestações nas ruas, havia basicamente dois **personagens** atuando: manifestantes e policiais, e assim classificamos em nossa pesquisa. Também optamos por identificar as imagens que traziam ambos simultaneamente, pois durante a leitura flutuante percebemos que os policiais raramente eram apresentados isoladamente, o que nosso levantamento acabou comprovando. Para melhor ilustrar os resultados, optamos por gráfico em forma de disco individual por publicação. O item "outros" foi utilizado para imagens de outras personagens, como políticos e especialistas.

Em todas as revistas predominou a imagem de cidadãos civis. A revista *Veja* mostrou os manifestantes em 64,52% dos casos, os policiais em 3,23% e ambos em 9,68% (Gráfico 10), valores aproximados aos de *IstoÉ*, que traz, respectivamente, 57,53%, 4,11% e 9,59% (Gráfico 11). Fugindo a essa regra, *Carta Capital* (Gráfico 12), apesar de ainda mostrar mais imagens dos manifestantes (50%), diminuiu essa diferença, apresentando 9% das fotografias de apenas policiais, e 18,18% de policiais retratados junto a civis.

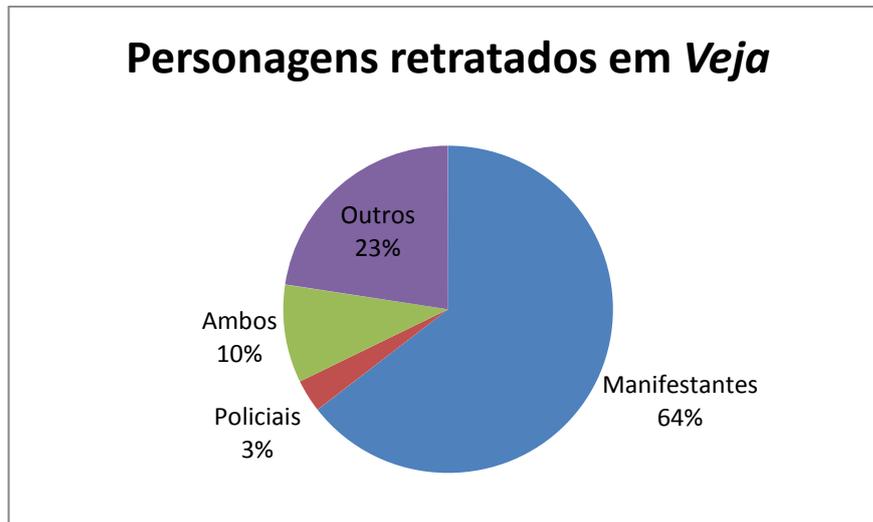
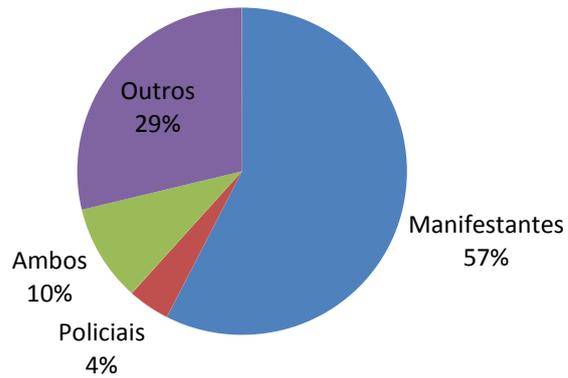


Gráfico 10 – Personagens retratados em *Veja*

Personagens retratados em *IstoÉ*



Personagens retratados em *IstoÉ*

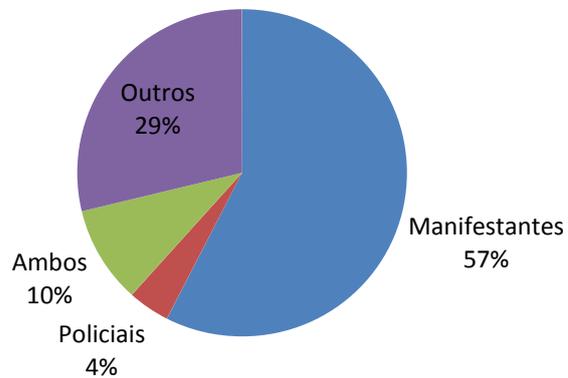


Gráfico 11 – Personagens retratados em *IstoÉ*

Personagens retratados em Carta Capital

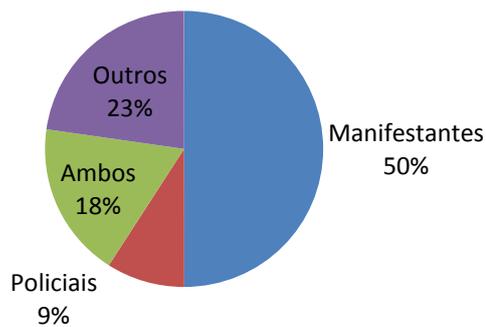


Gráfico 12 – Personagens retratados em *Carta Capital*

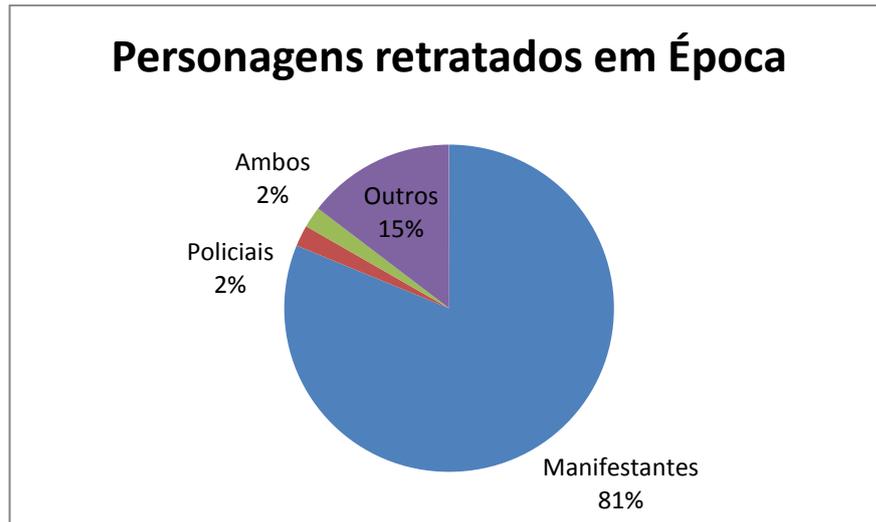


Gráfico 13 – Personagens retratados em Época

Época mostrou civis em 81,25% (Gráfico 13) do total das fotografias dedicadas ao tema dos protestos, enquanto apresentou policiais sozinhos em 2,08% dos casos, índice idêntico para as imagens em que ambos, civis e policiais, aparecem juntos na publicação da Editora Globo.

O último ponto que abordamos na análise quantitativa diz respeito à **situação fotografada**. Durante as manifestações usualmente aconteciam dois momentos: um que os meios de comunicação usaram chamar pacífico, onde não havia conflitos entre manifestantes e policiais, restringindo-se à passeatas pelas ruas das cidades, e outro, normalmente mais tarde, em que iniciava a repressão policial e os conflitos se tornavam regra, com ações dos chamados *black blocs*, incêndios, quebras de vidraças. Em nosso levantamento, classificamos três situações possíveis nas fotografias: pose, quando o personagem percebe que está sendo fotografado, muitas vezes olhando diretamente para a lente; flagrante pacífico ou espontâneo, quando o fotografado não percebe ou desconsidera a presença do fotógrafo; flagrante de conflito, quando há conflito ou perturbação, como incêndios, prisões ou ataque de uma das partes.

Podemos ver, no Gráfico 14, que as publicações, de um modo geral, apresentaram as fotos flagrante pacífico em maior quantidade que as demais, e *Veja* liderou essa categoria, publicando 58,73% das fotos nessa situação, seguida por *IstoÉ*, que mostrou esse tipo de imagem em 54,79% do total de suas edições. Coerentemente com o fato de *Carta Capital* ter retratado as situações pacíficas em 50% dos casos, foi a que mais fotografias de conflito apresentou a seu público (34,09%). *Época* optou por mostrar prioritariamente fotos posadas, com 63,54% de suas imagens sobre as manifestações nessa categoria, sendo a publicação que

menos trouxe a seu público fotos onde ocorria alguma espécie de perturbação (8,33%). *Veja* e *IstoÉ* se aproximaram na proporção de fotos de conflito, com 22,22% e 24,66% cada.

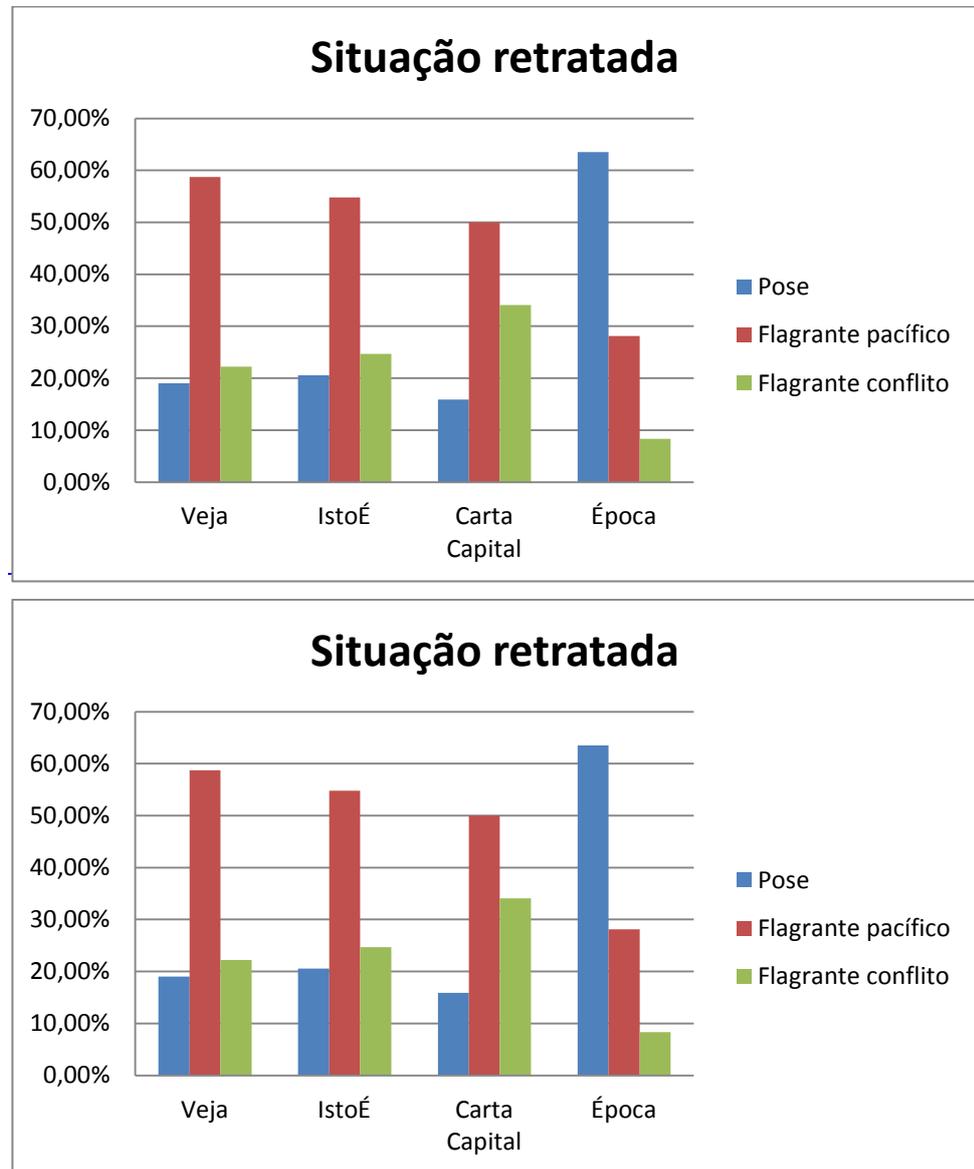


Gráfico 14 – Situações retratados

4.3 Uma avaliação qualitativa

Nessa etapa da análise pretendemos trazer algumas impressões que não foram traduzidas em números, nem poderiam. São especificidades que cada veículo apresentou durante a cobertura das manifestações percebidas já na fase de leitura flutuante, e tornadas mais evidentes ao tempo em que procedíamos as etapas seguintes.

Um consenso que transpareceu nas páginas de todas as revistas e, além delas, nos jornais, telejornais, rádios e outros círculos, muitas vezes restritos, é que ninguém entendia bem o que estava acontecendo em relação aos fatos acontecidos em junho de 2013, motivados pela demanda por não aumento da tarifa das passagens do transporte urbano. Ainda não se havia visto no Brasil manifestações dessas dimensões. Tomados de surpresa, diferentes veículos costuraram diferentes teorias. As revistas semanais tentaram explicar para os leitores o que elas mesmas não entendiam.

Na primeira semana de cobertura, *Veja* pareceu cometer uma série de equívocos. Dizemos que pareceu cometer equívocos porque nas edições subsequentes o discurso foi diferente. Na matéria que inaugura sua cobertura das manifestações, a revista afirma que "há uma grande chance de que boa parte da rapaziada que, na semana passada, foi às ruas esteja apenas dando vazão às pressões hormonais pelo exercício passageiro do socialismo revolucionário."²³ Ao descrever os manifestantes que promoveram prejuízos de ordem material, como vitrines quebradas, incêndios localizados e embates com a polícia, não receia em afirmar que são "os suspeitos de sempre: militantes de partidos de extrema esquerda (PSTU, PSOL, PCO E PCdoB), militantes radicais de partidos de centro-esquerda (PT e PMDB), punks e desocupados de outras denominações tribais urbanas, sempre dispostos a driblar o tédio burguês aderindo a algum protesto violento"²⁴. Baseados nessa premissa, apresentam alguns retratos posados de jovens universitários de classe média, com um breve perfil de um lado, e os "baderneiros" de outro (Figura 4), postura reforçada pelas legendas das fotografias. Logo, a dicotomia estava posta, mas em ambas visões estava presente a tentativa em desqualificar os protestos que levaram milhares de cidadãos às ruas. Os policiais, protagonistas cuja violência insuflou em grande parte o aumento da participação nas manifestações, foram retratados simplesmente monitorando o movimento ou efetuando prisões, em ângulos onde não se percebe uso de, segundo palavras da publicação ao encerrar a matéria, "repressão policial necessária em batalhas campais".

²³ Revista *Veja* edição 2326 - ano 46 - nº25, 19 de junho de 2013, p.86. Editora Abril.

²⁴ Revista *Veja* edição 2326 - ano 46 - nº25, 19 de junho de 2013, p.86. Editora Abril.

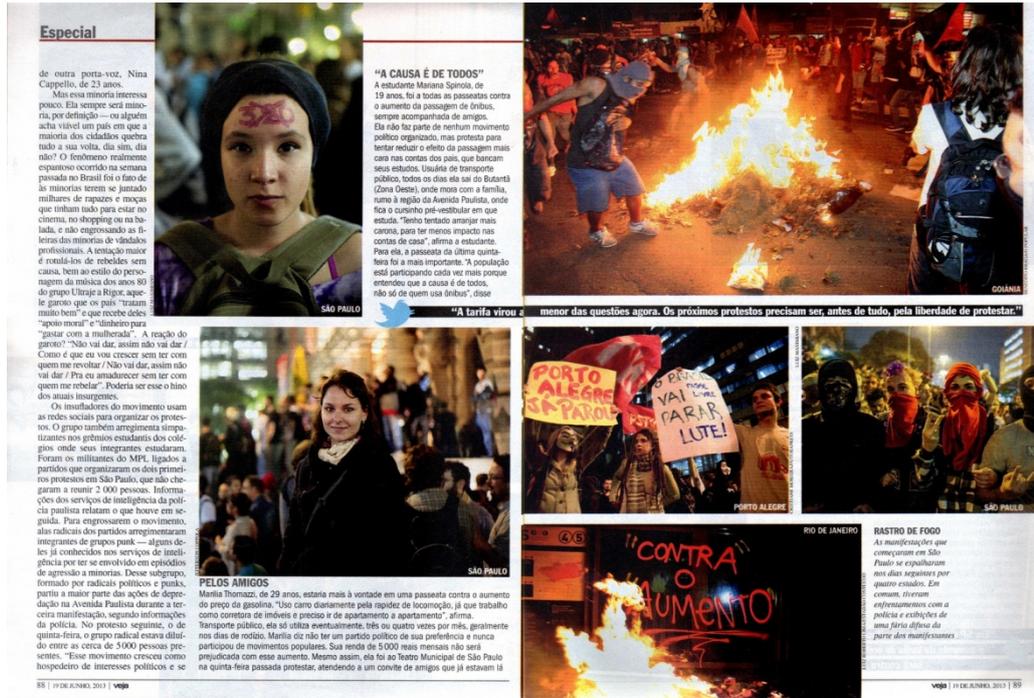


Figura 4 - Veja ed.2326, p. 88-89

Época, apesar de ideologicamente próxima a *Veja*, pareceu mais cautelosa em sua primeira avaliação. Centrou sua cobertura em tentar explicar o que é o Movimento Passe Livre (MPL) e apresentou fotografias tanto dos manifestantes quanto dos policiais, inclusive em posição conflituosa, como a do policial Wanderlei Vignoli, que foi flagrado com sua cabeça ensanguentada e com uma arma de fogo em punho para supostamente defender-se de manifestantes, enquanto mantinha um deles sob sua guarda (foto na parte inferior central da Figura 5). Porém adotou estratégia parecida a de *Veja*, mostrando na abertura da matéria principal fotos de rostos cobertos por máscaras ou lenços, e no fechamento da mesma apresentando outros jovens, esses sem máscara, com os devidos nomes e instituições onde estudam.



Figura 5 – *Época* ed.0786, p.32-33

Um detalhe pertinente de nota é o fato de, nessa mesma edição, a despeito de pouco se falar sobre os protestos no Rio de Janeiro e apresentar o tema de capa em oito páginas, *Época* traz matéria de doze páginas sobre o prefeito da capital carioca, Eduardo Paes Leme. Nessa matéria, com direito a fotos de arquivo pessoal e apesar de se falar em transporte público, não foi citado o caso das manifestações.

IstoÉ, por outro lado, apresenta um dos maiores problemas enfrentados durante as manifestações já em sua capa: mostra um policial militar com uma expressão de fúria a golpear uma mulher, que está caindo por cima de um homem quase ao chão, com a manchete "Nada justifica a volta da repressão". Abrindo a revista, outra surpresa: uma foto de duas páginas mostra uma manifestante ajoelhada com as mãos ao alto em frente à tropa da polícia de choque, enquanto os policiais miram nos manifestantes e recarregam seus lançadores de bombas de gás lacrimogêneo. Virando a página, a publicação explora sintaxe nas imagens, mostrando uma faixa superior com três fotografias: uma em preto e branco que mostra manifestantes parisienses armados com paus e pedras, na revolução de 68, outra onde manifestantes depredam um ônibus coletivo e, por fim, em uma cena brutal um policial, furioso, lança jato de gás de pimenta em um cinegrafista, em pleno centro de São Paulo, enquanto ao fundo um manifestante é custodiado à força por outros policiais. Abaixo dessa faixa fotográfica, o fio condutor costura o encadeamento entre imagens e palavras: em letras

brancas sobre um fundo vermelho, traz a inscrição "Do sonho ao vandalismo e à brutalidade" (Figura 6).

No texto, a revista aborda com serenidade e indignação os excessos da polícia militar, que atingiu dois jornalistas com balas de borrachas nos olhos (ambos fotógrafos, corriam o risco de ficar cegos), e também discute o valor da tarifa de forma razoável.



Figura 6 – IstoÉ ed.2274, p.38-39

Carta Capital foi parcimoniosa em sua primeira cobertura sobre os protestos, trazendo apenas quatro páginas dedicadas ao tema. Porém faz uma abordagem diferenciada, mostrando que outras realidades que não apenas as da classe média habitaram as manifestações de rua. Apresenta, no texto, dois Caios: um (Caio Martins), estudante de história, classe média, mora a dez quilômetros do Centro de São Paulo; o outro (Caio Miranda) mora a 30 quilômetros do Centro da capital. Ambos compartilharam as ruas durante as manifestações. Uma curiosidade observada é que a revista reproduz uma foto que foi publicada em *Época*, porém dá outro enfoque. Enquanto a publicação da Editora Globo dá um caráter heroico ao policial (na legenda pode-se ler: "No dia 11, o policial Wanderlei Vignoli agarra um manifestante e, sem disparar um tiro, se defende de um linchamento"), *Carta Capital*, através de narrativa sintática, afirma, em sua legenda: "A PM também é alvo da revolta...", e logo ao lado dá continuidade às reticências: "...mas coleciona denúncias de abuso e prisões arbitrárias" (Figura 7), em uma imagem que mostra um manifestante imobilizado por dois policiais, enquanto um terceiro lança jato de spray de pimenta sobre o civil. Dessa forma, *Carta Capital*

mostra que não são fatos isolados, mas frutos de um contexto de violência de ambas as partes e que, ao contrário do que querem nos fazer crer algumas mídias, tem mais que dois lados.



Figura 7– *Carta Capital*, ed.2274, p.33

Na segunda semana da cobertura, Veja esqueceu o que disse na semana anterior, e conclama os leitores a fazer o mesmo. "Esqueçamos os vândalos e os anarquistas, gente que não estava lutando por um governo melhor, mas por governo nenhum – o que é uma estupidez. A revolução verdadeira foi a que começou a ser feita pelos brasileiros que foram às ruas protestar por estar sendo mal governados". A partir dessa nova ótica, a publicação reposiciona também a editoria de imagens. Se na primeira semana de cobertura Veja não trouxe qualquer fotografia de plano geral, na segunda semana apresentou três exemplos que mostravam o povo nas ruas. A imagem que abre a edição histórica da revista da editora Abril retrata, em duas páginas e plano médio, manifestantes na passarela do Palácio do Itamaraty, em Brasília, e remete a uma leitura sintática, com os dizeres "Os sete dias que..." (Figura 8), instigando o leitor a virar a página e relacionar os conteúdos. A sequência dessa leitura traz a frase "...mudaram o Brasil" (Figura 9), sobre outra foto de duas páginas, porém em plano geral, e mostra uma grande passeata, em local não identificado (a fotografia não traz legenda, mas a cidade é possivelmente São Paulo).



Figura 8– *Veja*, ed.2327, p. 60-61



Figura 9 – *Veja*, ed.2327, p. 62-63

Vira-se a página, e novamente uma imagem em página dupla, essa em enquadramento grande plano, mostra manifestantes que manuseiam tecidos nas cores verde e amarelo. Ao fundo vislumbram-se algumas bandeiras nacionais, utilizadas como capas. Também há uma torre de comunicação, próxima ao terço superior direito (ponto de atração visual), que está iluminada em verde-amarelo. Os manifestantes têm suas bocas entreabertas, num gesto que faz crer que entoam grito de ordem, ou cantam. O texto que acompanha a imagem fala na queda do Muro de Berlim e o fim do comunismo, sobre a Argentina e a perpetuação do

kirchnerismo por lá. E encerra a página com um recado: Isola Brasil. Ao virar a página, mais uma imagem, de uma página e meia, mostra o Palácio do Planalto iluminado e protegido por obscurecidos policiais do Exército, numa bela demonstração de grande contraste de iluminação (Figura 10). O título, na parte superior, diz "O poder acuado". Na legenda, lê-se: "ISOLADA - Um cordão de militares protegia o Palácio do Planalto na noite de quinta. Da janela do 4º andar, a presidente Dilma olhava os protestos". A mensagem de *Veja* é clara: a responsabilidade repousa sobre os ombros da presidenta.



Figura 10 – *Veja*, ed.2327, p. 66-67

A revista também apresenta, em um infográfico, uma pesquisa que buscava entender a motivação das manifestações. Entre as principais bandeiras a campeã é [o combate a] a corrupção, mas figuram o não à PEC 37, melhoras na educação e na saúde, até mesmo prisão para os políticos envolvidos em corrupção (como no caso dos chamados "mensaleiros"), mas surpreendentemente a pesquisa não aponta o primeiro e principal motivo das manifestações: o valor da tarifa do transporte urbano. Ao lado desse infográfico, outra fotografia, essa com legenda, onde se vislumbra uma multidão nas proximidades do Palácio do Itamaraty.

O QUE PENSAM AS RUAS

Na quarta-feira 19 e na quinta 20, o Departamento de Inteligência e Pesquisa de Mercado Abril ouviu pela internet 9.088 pessoas em todo o Brasil para entender a motivação das imensas manifestações.

As principais bandeiras:

- Corrupção: 53%
- Regra 37: 49%
- Melhora na educação: 45%
- Melhora no sistema de saúde: 38%
- Prisão para os políticos envolvidos em corrupção: 28%
- Conta as penas da Copa do Mundo: 23%

Os grandes perdedores:

- Partidos políticos: 59%
- Imagem do Brasil para o mundo: 20%
- Talento: 4%
- PSDB: 33%
- F50: 58%

As instituições mais enfraquecidas:

- Congresso Nacional: 70%
- Govos estaduais: 47%
- Govos municipais: 49%
- Igreja: 26%
- Polícia: 24%

Entre os que participaram de ao menos uma manifestação,...

- 100% pretendem votar às ruas
- 99% não saíram

Perfil dos entrevistados:

Idade	Escolaridade	Renda
50 anos ou mais: 3%	Superior completo até doutorado: 61%	Classe A: 29%
40 a 49 anos: 22%	Superior incompleto: 23%	Classe B: 55%
30 a 39 anos: 21%	Médio completo: 13%	Classes C/D/E: 16%
15 a 29 anos: 28%		

FOME DE QUÊ?

VEJA ouviu 119 brasileiros de oito cidades para saber o que os levou às ruas e os motivos que alegam para continuar protestando.

- RAFAEL CALABRIA**, 32 anos, Advogado, Recife: "O candidato do lado por um país mais justo. É a melhor presente que eu posso dar a minha filha, que hoje faz 2 anos".
- MELISSA ALVES**, 19 anos, Estudante de medicina, Belo Horizonte: "As pessoas agoram parecem preferir outras coisas. Se não quiserem ter paz e sua, a governar será obrigado a tomar uma atitude".
- FERNANDO SCHERER**, 36 anos, Ex-soldado, São Paulo: "O povo está de saca cheia de corrupção e os políticos precisam refletir mais nas suas decisões e ter um comportamento compatível com os anseios da população".
- RAFAEL FERREIRA**, 42 anos, Advogado, São Paulo: "O político precisa refletir mais nas suas decisões e ter um comportamento compatível com os anseios da população".
- DORIVALDO RIBEIRO**, 50 anos, Consultor de empresas, São Paulo: "Quer que o presidente Dilma se desligue da sua função antes de ir para o Congresso, onde se vai jogar e fazer a vontade política".
- RENÉE CALABREZ**, 63 anos, Inseticida, Rio de Janeiro: "Eu me sinto uma mulher em discussão com a maioria da população e não consigo me fazer ouvir".
- PATRICIA LUCASIA**, 44 anos, Administradora, São Paulo: "O governo precisa ouvir a voz da população e não os políticos. Fazer mudanças com esse silêncio".
- MARCELO SERRADO**, 46 anos, Ator, Brasília: "Jornais, sites, professores, artistas, todos em uma só voz. Eles terão medo do poder".
- FREDERICO FERREIRA**, 29 anos, Estudante, Brasília: "Acordamos para engolir tudo e cada um nos dos nossos governantes".
- LIVIA MARCO ALCALDI**, 38 anos, Jornalista, São Paulo: "Não é por 20 centavos, é por 20 milhões de milhões. Este país está todo errado".
- VIVIANE MARIANO**, 34 anos, Servidora pública, São Paulo: "Acabar com as regras dos parlamentares e com corrupção. Esse dinheiro vem dos nossos impostos".

Figura 11 – Veja ed.2327, p. 68-69

Os editores criaram, para sequencializar a leitura, uma faixa na parte inferior da página, "Fome de quê?" (Figura 11), onde trazem depoimentos curtos de uma diversidade de 119 brasileiros de oito cidades. Essa estratégia dá ritmo e continuidade, proporcionando uma leitura da íntegra da publicação por partes, que serão retomadas em momentos diferentes. Dessa forma, a publicação apresenta sua narrativa, que contém uma lógica editorial e pretende contar uma história, nem sempre percebida pelo público. Inicia pelos protestos, relacionando-os à Brasília, passa por maio de 68 (em uma foto central, em preto e branco, com a imagem do ex-presidente direitista francês, Georges Pompidou), visita "o ministro chefe da oposição", numa referência ao ministro da Secretaria-Geral da Presidência, Gilberto Carvalho (apresentado em uma fotomontagem onde ele aparece em primeiro plano, e ao fundo um grande incêndio em pneus, em um dos protestos realizados contra a Copa das Confederações), mostra manifestantes festejando enquanto queimam uma bandeira do PT. Nessa extensa trajetória pelas páginas da revista, conduzidas pela faixa "Fome de quê?" ainda encontramos uma *drag queen* que porta uma placa contra a PEC 37, passamos por matéria sobre as contas da Copa do Mundo de 2014 (a se realizar no Brasil), "aprendemos" que a conta pela redução da tarifa anunciada por Alckmin e Haddad será paga pelas cidades (que poderão investir menos em outras áreas), conhecemos o "cartel da roda presa" que fala sobre o financiamento de campanha dos empresários, em troca de uma fiscalização leniente por parte dos políticos eleitos, e finalmente chegamos aos vândalos, "os organizadores do caos" (retratados atacando

um blindado da PM do Rio de Janeiro, em foto bastante escura). Por fim, *Veja* encerra o passeio por suas páginas falando sobre os integrantes do Movimento Passe Livre, e anuncia: "depois da catraca, os casarões". É claro, todo o passeio é coroado por uma faixa verde-amarela no topo das páginas, artifício que visualmente faz a integração da seção especial dessa edição histórica.

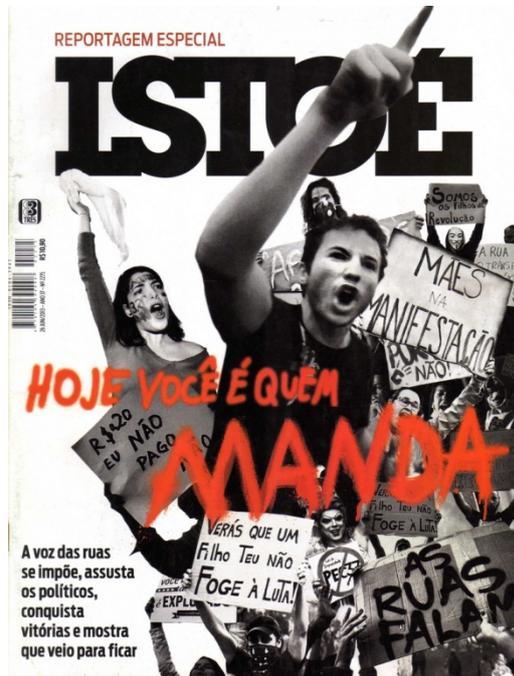


Figura 12 – *IstoÉ* ed.2275, capa

IstoÉ anuncia em sua capa, uma colagem com pichação onde se lê: "Hoje você é quem manda" (Figura 12). Ao abrir a primeira página interna do destaque, percebemos a sequência, inspirada nos versos da música "Apesar de você", de Chico Buarque, com o título "Falou, tá falado" (Figura 13). Com isso, aliado à tática da tipografia semelhante à da capa nas capitulares que abrem as matérias especiais (em estilo pichação), a revista conseguiu não só estabelecer um encadeamento interno, utilizando os versos da canção, como também indica a sequência na própria capa. A revista da Editora Três utilizou fotos em páginas duplas para abrir o destaque da edição especial. A primeira delas em médio plano mostra vários manifestantes na Ponte Estaiada, em São Paulo. Um deles, que encontra-se em ângulo contraplongé, pois está em local mais alto que os demais, segura uma bandeira nacional, enquanto os cabos da ponte conferem, por trás dele, uma sensação de movimento, de dinâmica apontando para o alto. Uma frase na parte inferior da página convida o leitor a conferir o que encontrará adiante: "Os rostos jovens e as vozes firmes se multiplicaram,...". Na sequência, uma foto de manifestantes que ocuparam o teto do prédio do Congresso

Nacional, com suas sombras projetadas na cúpula, e a inscrição que dá sequência "...cresceram e assustaram o que agora é o antigo poder,...". Seguindo esse desfile, nas páginas seguintes vemos outra foto em página dupla, dessa vez do Rio de Janeiro, com a Avenida Rio Branco tomada por manifestantes, do alto e refletida nas vidraças de um prédio (o que dá a sensação de que a manifestação é ainda maior do que, de fato, é), e novamente traz escrito, no pé da página "...que conheceu uma nova ordem: as ruas mandam!".



Figura 13 – *IstoÉ* ed.2275, p. 44-45

Ao contrário de *Veja*, *IstoÉ* não responsabiliza unicamente o executivo federal pelas insatisfações denunciadas nos protestos, mas distribui essas responsabilidades entre o próprio sistema político, atribuindo a uma crise de representatividade. Seguindo a ideia dos versos de Chico Buarque, a reportagem que fala sobre os baderneiros é intitulada "Apesar de vocês" e apresenta quatro fotos, todas mostrando cenas de depredação ou fortes conflitos, tendo sequência na página seguinte, com mais três imagens. Em seguida, *IstoÉ* apresenta notícias do Planalto e traz uma imagem da presidenta Dilma em contraluz, de forma que apenas sua silhueta fica aparente, opção que parece evitar especular sobre seu humor, uma vez que a expressão facial é poupada (Figura 14). Mas a presidenta está olhando em direção à outra página, onde é possível ver os guardas da polícia do Exército de prontidão, vigiando o Palácio do Planalto.

ESPECIAL A VOZ DAS RUAS

A NOVA VISÃO DO PLANALTO

Os bastidores de uma das semanas mais difíceis do governo Dilma. Quem a presidenta ouviu e como ela influenciou na revogação do reajuste em São Paulo

Isabelle Torres

Ninguém sabe como as manifestações iniciadas pela revogação do aumento da passagem de ônibus vão terminar, mas é certo que o governo Dilma Rousseff não poderá funcionar como antes. Na manhã da sexta-feira 21, uma reunião entre Dilma Rousseff e o ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, e demais autoridades ligadas à área de segurança, inclusive da Copa do Mundo, ocorreu num ambiente de dúvida e impasses. A proposta mais natural, nessa situação, seria um pronunciamento ao País – mas a presidenta gostaria de ter uma noção clara sobre o estado de

coisas antes de se manifestar perante todos os brasileiros, gesto que pode produzir um efeito decisivo sobre o País e sobre seu governo.

Em qualquer caso, os tempos são outros. O programa de gestão pelo piloto automático, num governo de altos índices de aprovação aliados cada vez mais numerosos para somar tempo na tevê e enfrentar uma campanha presidencial sem sustos, se desfez na medida em que a mobilização cresce nas ruas e o grito das multidões se transformava num urro de cidadania e raiva. Sem receber sequer um alerta dos serviços de inteligência sobre eventuais riscos de um vesperano na inauguração do estádio Mané Garrincha, Dilma enfrentou uma vaia gigantesca, que não permitia que suas palavras fossem ouvidas pela plateia.

No dia seguinte, a presidenta perguntou, durante uma reunião inicialmente convocada para debater a viagem de uma comitiva brasileira à Rússia, a opinião de ministros e assessores mais próximos sobre os rumos que a situação política poderia tomar. Ouvia palpites, ora triviais, ora perplexos. O vice-presidente Michel Temer assegurou que o Congresso não criaria dificuldades para aprovar um pacote de medidas que pudessem melhorar o transporte público. Convidado em nome de sua "experiência", o senador

José Sarney (PMDB-AP) recomendou "silêncio". Na semana mais difícil de seu governo, a presidenta cancelou uma viagem a Salvador, na sexta-feira passada, pelo receio de enfrentar protestos. Também desistiu de uma viagem ao Japão, no início desta semana, pelo receio de estar ausente quando sua presença pudesse tornar-se, particularmente, necessária. Num governo frequentemente acusado de submeter a política às estratégias publicitárias, Dilma resolveu fugir de

teorias conspiratórias, semelhantes aquelas que deram um ar patético a tantos governantes – ditadores ou não – que já enfrentaram manifestações de caráter semelhante na Ásia e no Oriente Médio.

Num discurso pronunciado na terça-feira 4, Dilma colocou as coisas em seu devido lugar. Lembrando o gigantesco protesto da véspera, que dera uma dimensão nacional às manifestações, ela disse, em tom de reconhecimento, que "o Brasil hoje acordou mais forte". Falou também que era "bon ver tantos jovens e adultos, o neto, o pai, o avô, juntos com a bandeira do Brasil". Procurando unir seu destino aos dos manifestantes, disse que "as vozes das ruas querem mais. Mais cidadania, mais educação, mais transporte, mais oportunidades. Meu governo também quer mais". Quando a presidenta discursou, um twitter chamado "Fora Dilma" atingiu o pico, ficando entre os dez mais vistos do dia pela internet, o discurso atingiu um padrão superior a 250 mil acessos, patamar que o Planalto comemorou.

Convençada de que a labareda inicial da crise se encontrava em São Paulo, Dilma mobilizou o governo e aliados para convocar o prefeito Fernando Haddad a revogar o reajuste de R\$ 0,20. Ela e Luiz Inácio Lula da Silva tiveram uma conversa a três com Haddad, quando conferiram relatos feitos à ISTOÉ, o ex-presidente disse ao prefeito:

DE PRONTIDÃO
Com receio de parecer ausente num momento delicado, Dilma cancelou viagens ao Japão e a Salvador



"Se estivesse em seu lugar, eu revogaria."

Mas a decisão de Haddad pela revogação só saiu aos 45 do segundo tempo, depois que o prefeito do Rio, Eduardo Paes, decidiu baixar a tarifa em sua cidade. Já isolado do Planalto, ele recorreu ao governador Geraldo Alckmin em busca de apoio para, enfim, recuar.

Os movimentos de uma turba fora de controle que se infiltrou nas manifestações para atacar dois ônibus e o hotel em Salvador onde estão alojados os cartolas da Fifa levaram a entidade máxima do futebol a fazer uma pressão esmagadora contra a presidenta. Na quinta-feira 20, a Fifa teria levado o seguinte recado à Dilma: se mais algum membro da entidade, das seleções que participam da Copa das

Confederações ou da imprensa internacional sofrer algum tipo de violência advinda dos protestos que tomaram conta do País, a Copa das Confederações será cancelada. Oficialmente, o porta-voz da entidade nega a pressão. É compreensível que os cartolas exijam segurança, mas a ameaça é desproporcional. As manifestações também ajudaram a elevar vozes dentro do governo e da base aliada que antes só faziam crítica em voz baixa. Problemas que ficaram camuflados por

uma perspectiva confortável de renovar o mandato em 2014 tornaram-se preocupantes e urgentes. Convencidos de que o governo Dilma realiza movimentos cada vez mais conservadores, lideranças históricas cobram uma volta às origens, sugerindo que assim seria possível recuperar direitos hoje desafiados. De outro lado, no entanto, mais notável do que ocorre, nos últimos dias o ex-presidente Lula cresceu um pouco mais como liderança paralisada, consolidando o instituto que leva seu nome como uma fonte de poder dentro do partido. Referindo-se ao bairro que dá sede ao instituto, militantes veteranos do PT se referem ao lugar como "o diretório do Ipiranga".

INTEGRANTES DA BASE ALIADA APROVEITAM O MOMENTO PARA QUESTIONAR O GOVERNO E IMPORTÂNCIA DE LULA CRESCER

Figura 14– IstoÉ ed.2275, p. 72

Talvez não seja mera casualidade que a legenda que mostra a presidenta inicie com as palavras "de prontidão", grafadas em letras maiúsculas. Na página seguinte, 74, *IstoÉ* lança mão do artifício da sinalização, indicando falas contraditórias do governador de São Paulo, Geraldo Alckmin e do prefeito da capital, Fernando Haddad, sobre uma foto com bom contraste de iluminação (onde o fundo é escuro, e os rostos claros). Tanto a grafia das falas quanto o título da matéria aparecem em branco. O último conteúdo especial de *IstoÉ* trata do papel das redes sociais na organização dos protestos, e traz uma imagem que ocupa duas metades superiores de página dupla, com manifestantes segurando uma faixa onde se lê "Somos a rede social". Abaixo da foto, na primeira das páginas duplas, o título "O grande líder" e, logo abaixo deste, um ícone da rede social Facebook, precedido da etiqueta (em inglês, hashtag) #vemprarua. Outras matérias que a edição especial traz são uma entrevista com a mulher agredida que foi personagem da capa do número anterior da revista, uma matéria sobre as chamadas "armas menos letais", que abre com uma das tantas imagens de abuso policial que se viu nesse período, nesse caso novamente um policial lançando jato de spray de pimenta no rosto de uma mulher, à queima-roupa. O último conteúdo da série fala sobre os protestos contra a Copa das Confederações. Porém, o encerramento é dado com nova fotografia em página dupla, e quatro manifestantes envolvidos na bandeira brasileira em primeiro plano, e a inscrição "Amanhã há de ser outro dia", novamente referindo-se aos versos de Chico Buarque.

Uma ideia que destoou da edição, e não pareceu adequadamente explorada, sem título, limitando-se a apresentar as personagens e a cartola da edição especial, trouxe algumas fotos posadas de manifestantes, em um mesmo fundo e plano médio. Foi uma tentativa de mostrar as dicotomias que permearam as manifestações. Na primeira dicotomia (Figura 15), uma mulher apresentada pela legenda "Mãe engajada..." e, ao lado, outra mulher, mais jovem, "...a ...filha apartidária". Na página seguinte, novamente a dicotomia, porém as fotos foram capturadas no ambiente das manifestações (Figura 16). Os personagens, uma senhora de 82 anos e um menino de cerca de 8 anos, traziam cartazes, e as legendas os apresentavam: "A experiência da maturidade..." e "...a esperança de um futuro". Na terceira dicotomia explorada (Figura 17), um policial, fardado, "A defesa..." de um lado, e "...o ataque", de outro, mostrando um manifestante praticante de jiu-jitsu que foi preso e admitiu ter quebrado vidros da prefeitura, conforme as poucas informações que constam nas legendas.



Figura 15 – IstoÉ ed.2275, p. 60-61



Figura 16 – IstoÉ ed.2275, p. 62-63



Figura 17 – *IstoÉ* ed.2275, p. 64-65

Carta Capital não apresentou novidades. Foi a única revista informativa que, na segunda semana, não publicou uma edição especial. Abrindo a matéria de destaque trouxe, em meia página, uma imagem do Teatro Municipal do Rio de Janeiro e da Avenida Rio Branco tomada de manifestantes, refletido na vidraça do alto de um prédio, muito semelhante à fotografia que *IstoÉ* apresentou em página dupla na mesma semana. Na metade da outra página, um manifestante com uma placa de sinalização de rua (Rua da Assembleia, no Rio de Janeiro) posa, com o rosto coberto, para o fotógrafo.



Figura 18 – *Carta Capital*, ed.0754, p. 26-27

Na página seguinte (Figura 18), uma foto do teto do prédio do Congresso Nacional, também muito parecida com outra foto publicada em *IstoÉ*. O destaque fotográfico ficou por

conta de uma imagem do protesto em Salvador, onde um manifestante vestiu-se como Jesus Cristo, usando máscara contra gases, posa com uma mão no peito e outra com o dedo levemente em riste, tal qual imaginamos que Cristo faria.

No dia 24 de junho, a edição especial de *Época* trouxe vários retratos posados, o que contribuiu para que fosse a campeã nessa modalidade de fotografias. Abre, porém, sua seção especial, localizada na cartola Tempo, com uma chamada alarmista: "Brasil em chamas" (Figura 19) e, a exemplo de *Veja*, dá recomendações ao governo. A imagem que abre a matéria foi publicada em página dupla, e mostra imagem semelhante à publicada por *Veja*, na rampa do Palácio do Itamaraty, em Brasília. A página seguinte mostra duas fotos, cada uma delas ocupando pouco mais que meia página. Numa delas vê-se grandes labaredas, e a silhueta de alguns manifestantes que parecem festejar, no Rio de Janeiro. Na página oposta, manifestantes caminham tranquilamente pelas ruas de São Paulo.



Figura 19 – *Época* ed.0787, p.30-31

Na página 34, *Época* agrupa diversas fotos onde figura a bandeira nacional, em diferentes cidades do território brasileiro. Traz também uma série de imagens posadas de manifestantes portando seus cartazes, que seria uma estratégia interessante para dar uma mostra das diferentes demandas reclamadas nos protestos não fosse a escassez dessas nos cartazes, que mostram mais frases como "O povo acordou", "Sou pequeno...Mas a vontade de mudança é grande" ou "Basta de corrupção". Há porém, na página seguinte, uma foto

Caracteristicamente essa edição de *Época* apresenta vários retratos posados. Outros exemplos: traz, em outra matéria, as opiniões de diversos especialistas, com fotos posadas em preto e branco; adiante retrata diversos manifestantes em ambiente que não o das manifestações (Figura 21), em fotos não flagrantes, numa tentativa de caracterizar os participantes dos protestos

Nas edições da terceira semana as revistas semanais trouxeram análises, apresentando basicamente imagens de personalidades do mundo político. Pois, considerando que se trata exclusivamente das repercussões das manifestações, avaliamos que esta análise qualitativa das imagens das manifestações de junho tenha cumprido seu papel de fornecer subsídios para compreender melhor a forma como esse movimento, que mobilizou cidadãos de todo o país. A seguir, procedemos à discussão dos dados.

4.4 Discussão dos dados

No ofício jornalístico, diversos fatores influenciam as escolhas editoriais que afetam o produto final, em diferentes níveis do processo de produção. Os critérios que regem essas escolhas nem sempre são claros, tampouco constantes, principalmente em situações novas. Nossa pesquisa se propôs a verificar de que forma foi realizada a cobertura nas revistas informativas semanais em relação ao uso de imagens dos protestos que assolaram o Brasil. A partir da metade de junho de 2013, as quatro principais publicações trouxeram às suas páginas esse tema, que já fervilhava pelas ruas das grandes cidades e era noticiado nos principais jornais brasileiros. Colaborou para que o tema entrasse em pauta a reação da polícia, que reprimiu duramente os manifestantes, inclusive atingindo gravemente jornalistas que realizavam a cobertura dos protestos. Já não era apenas a imprevisibilidade que agia como critério de notícia, tampouco a significância. A violência foi um componente decisivo para que o assunto estampasse as páginas das revistas semanais. Já na semana seguinte, três das publicações estudadas trouxeram edições especiais sobre os protestos. Nesse gesto percebe-se a importância que as revistas conferiram às manifestações.

Nosso foco, dentro das imagens, foi a fotografia. No total foram 264 imagens publicadas e analisadas. Nas três edições especiais analisadas no período considerado as publicações procuraram responder aos anseios dos leitores, utilizando diferentes estratégias para alcançar os resultados esperados. *Veja*, apesar disso, não alterou significativamente a quantidade de imagens fotográficas, totalizando um incremento de apenas duas fotos. Mas foi

a única. As demais revistas, mesmo *Carta Capital*, que não teve edição especial, incrementou a contagem de fotos.

Por outro lado, *Veja* apresentou uma inflexão em sua abordagem. Se inicialmente considerou os protestos algo como um arroubo juvenil, apresentando imagens mais individuais, grandes e médios planos, já em sua intitulada "edição histórica" corrigiu sua cobertura, mostrando, em enquadramentos de plano geral a verdadeira dimensão dos protestos. Para isso podem ter colaborado valores-notícia, além da significância, imprevisibilidade e negatividade (pela violência), a continuidade, uma vez que os protestos seguiram acontecendo e, mais que isso, cresceram exponencialmente. As avaliações que seguem dizem respeito exclusivamente à cobertura do tema, não se estendendo para os demais temas cobertos pelas publicações.

A proporção entre a imagem e a mancha de texto nos informa qual a importância que é dada à imagem, ou seja, quanto maior o valor da proporção, mais imagens e menos texto escrito encontraremos. Em nosso estudo, a relação variou entre as diferentes publicações e períodos, apresentando um comportamento decrescente ao longo do tempo avaliado (à exceção de *IstoÉ*, que chegou à marca de 64% em sua edição especial, o que representou um crescimento de 20% em relação à semana anterior). O menor índice foi encontrado em *Carta Capital*, com valores próximos a 20% do total da área utilizada. *Veja* variou entre 55% (índice verificado na primeira semana) e 36% (na terceira semana).

Para conhecer que tipo de imagens as publicações lançam mão na produção de suas edições, decidimos fazer levantamento de algumas características técnicas da editoria de imagens. Essas decisões estão relacionadas com a visão de realidade da publicação, e são pensadas e escolhidas com base nos ideais que norteiam suas ações.

O plano de enquadramento, uma das decisões mais elementares do fotógrafo, representa os limites da realidade que se pretende mostrar, é o corte espacial da imagem. Representa o que e quanto o veículo pretende mostrar, a decisão entre mostrar um policial em guarda ou retratar outro que lança bombas de gás lacrimogêneo na multidão, entre imprimir em suas páginas a imagem de um manifestante quebrando uma vidraça ou de outros impedindo a depredação de bens alheios. Há diversos valores envolvidos em cada uma dessas decisões, e, e nesses valores, implícita uma visão de mundo. Em nossa pesquisa, verificamos que a preferência no enquadramento foi pelo grande plano em três das quatro publicações: *Veja*, *Carta Capital* (ambas em 46%) e *Época* (70%). Por razão do enquadramento em grande plano ser menos polissêmico, sua predominância pode significar que as editorias pretendem trazer um aspecto mais realista para seu conteúdo, porém com uma visão mais restrita. Apenas *IstoÉ*

optou preferencialmente pelo plano médio, situação que se verificou em quase 50% das imagens publicadas e que, de fato, conferiu uma visão mais objetiva da realidade, mantendo algum detalhamento e abrindo espaço para mostrar um pouco mais do contexto de captura da cena e apresentando ao leitor uma melhor contextualização do instante retratado.

O ângulo de tomada vertical também foi considerado um parâmetro de decisão importante. Com um ângulo normal, ao nível dos olhos, podemos mostrar uma visão mais realista e objetiva do objeto retratado, e foi a opção preferencial de todas as publicações, tendo seu uso variável de 65% (caso de *Veja*) a mais de 80% (*Época*). O uso em plongé, a segunda opção em todos os veículos estudados, tende a desvalorizar o objeto retratado, porém no caso das manifestações foi necessário para que o observador pudesse ter uma visão mais realista da quantidade de pessoas presentes às passeatas, efeito que não seria obtido com ângulo natural.

O equilíbrio visual influencia subjetivamente o olhar do leitor. Apesar de uma imagem simétrica poder dar uma sensação de estabilidade, o equilíbrio estático, ou mesmo o desequilíbrio, faz com que se busque outros elementos na imagem. Dependendo do contexto, porém, pode significar desajuste. *Veja* foi a publicação que, no período, mais apresentou imagens em desequilíbrio visual, com a marca de 43%. Na outra ponta, *Época* optou por fotos com equilíbrio estático (simetria) em mais de 53% dos casos publicados. *IstoÉ* e *Carta Capital* optaram pela regra intermediária, atingindo o equilíbrio dinâmico em 44% e 39%, respectivamente, de onde inferimos uma posição mais moderada, uma opção que desacomoda a visão do leitor, porém não causa estranhamento.

Da mesma maneira que um baixo contraste torna a imagem esmaecida, um alto contraste na iluminação confere maior dramaticidade à imagem, mas não é sempre que o fotógrafo opta ou tem condições de retratar dessa forma. Fotos em alto contraste sensibilizam o leitor, chamando mais a atenção para os motivos expostos. Nas quatro publicações estudadas prevaleceu o uso de fotos com médio contraste de iluminação, à exceção de *Veja*, onde houve um empate no uso do médio e do alto contraste.

Decisões ao nível de diagramação também foram estudadas, especialmente sobre a localização das imagens na página. A área superior e a área externa (mais próxima da borda) são regiões mais nobres e fáceis de visualizar em uma folheada pela revista, e por isso são consideradas áreas mais nobres da publicação, tanto para conteúdo quanto como espaço publicitário de boa exposição. Em nosso estudo pudemos verificar que a área superior foi bastante explorada para inserção de imagens, chegando a 60% (em *Carta Capital*), mas não se afastando muito desse índice nas demais, ficando perto dos 53%, à exceção de *Época*, que

utilizou esse recurso em 45% dos casos. Já o posicionamento horizontal apresentou um certo equilíbrio com uma leve tendência ao uso mais internalizado das imagens, variando em torno dos 54% em *Veja*, *IstoÉ* e *Carta Capital*. *Época* aplicou as fotos na faixa mais interna da publicação em 60% dos casos, o que denota uma intenção de dar menor destaque as imagens, ao menos no tema estudado.

Um dos levantamentos mais relevantes de nossa pesquisa diz respeito aos personagens retratados. Durante as manifestações, podiam ser vislumbrados basicamente dois lados distintos, dois protagonistas: manifestantes e policiais. Nos interessava saber de que forma e em que proporção esses personagens apareceram nas publicações. Assim categorizamos nossa pesquisa em imagens onde apareceram manifestantes, policiais, ambos e outros. Para maior clareza na interpretação dos resultados, apresentamos gráficos do tipo disco, individuais por publicação. Houve um franco predomínio de imagens onde apareciam manifestantes, o que é mesmo desejável por serem o foco das coberturas, mas os índices variaram. *Carta Capital* foi a publicação que trouxe maior equilíbrio, apresentando 50% das imagens dos manifestantes, 9% de policiais, 18% onde ambos (policiais e manifestantes) estavam presentes nas fotos, e 29% de outros. No extremo, *Época* mostrou manifestantes em 81% , e as fotos em que ambos e apenas policiais aparecem contabilizaram 2% cada. *Veja* e *IstoÉ* apresentaram índices aproximados, trazendo respectivamente 64% e 57% manifestantes em, 3% e 4% de imagens de policiais e igual proporção de fotos onde ambos aparecem (10%).

Por fim, avaliamos as situações fotografadas, considerando flagrantes pacíficos ou espontâneos os casos em que manifestantes e policiais estariam compartilhando as ruas harmonicamente, flagrante conflituoso quando a situação fotografada foi de conflito ou perturbação, e pose quando o fotografado sabe dessa condição. *Época*, muito devido a sua edição especial, foi a campeã absoluta em fotos posadas, com a marca de 63,54% do total de suas fotografias nessa situação. *Veja* foi a que apresentou maior proporção de flagrantes pacíficos, caso presente em 58% de suas imagens dos protestos. *IstoÉ* e *Carta Capital* também apresentaram mais imagens de flagrantes pacíficos, com 54% e 50%, respectivamente. A publicação que, proporcionalmente, apresentou mais imagens de conflitos foi *Carta Capital*, em 34% dos casos.

A estratégia sintática de *Veja* merece destaque nesse ponto de nossa pesquisa. A publicação foi muito hábil em conduzir o leitor através de suas páginas, especialmente em sua chamada edição histórica. A barra "Fome de quê?", além de conduzir o leitor por toda sua seção especial, através de diversas matérias sobre as manifestações, que abordaram desde as manifestações propriamente ditas, discutiu política, falou sobre a PEC 37 entre outros

assuntos, sempre conduzidos pela barra criada. Outra função, que tem especial importância, é chamar o leitor de volta para as matérias, caso ele tenha desistido de ler ou não tenha tido tempo.

Todos esses aspectos avaliados são fundamentais para proporcionar uma experiência de leitura eficiente e eficaz, requisitos essenciais quando se trabalha com informação, e para compreendermos os mecanismos que orientam as diferentes esferas de decisão que compõem a prática jornalística.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo avaliar a cobertura das manifestações de junho de 2013 por meio das imagens, considerando que o material publicado resulta de processos e etapas decisórias que envolvem a produção de uma publicação desde o estabelecimento de critérios para decidir o que será ou não publicado, passando pela maneira como isso será apresentado e qual a forma final que terá ao chegar ao leitor. Para isso é preciso ter alguma compreensão dos processos envolvidos, das técnicas utilizadas e, principalmente, da ideologia dominante. Os resultados obtidos dão uma ideia do que resulta da produção das redações de grandes publicações como as estudadas, a partir do produto.

É necessário que periodicamente se proceda esse exercício, para que se compreenda melhor os mecanismos que movem essa grande máquina de produção simbólica que chamamos de mídia. Costumamos folhear as revistas, alguns têm o hábito de criticá-las, mas não temos a real percepção de como as decisões editoriais nos afetam. Por isso optamos pelo tema proposto: as imagens, especialmente as fotografias no jornalismo de revistas semanais brasileiras. É um esforço por compreender de que forma somos afetados pelos discursos invisíveis, que não são entregues em palavras, mas de forma muito mais sutil e, porque não dizer, perversa, já que as imagens nos dão aquela ideia primitiva de que, se está na fotografia, é ou foi real, então é verdadeira. Esquecemos que, ao nos depararmos com uma imagem impressa, essa passou por diversas instâncias de seleção. Iniciou na escolha de pautas, nos critérios de noticiabilidade utilizados. Passou pela escolha do fotógrafo, que, a partir de então, tem em suas mãos, ou melhor, em seu olhar, as diversas escolhas que vão influenciar a leitura daquela imagem que irá produzir. A influência que está no próprio olhar, no local onde ele se posicionou para clicar, na lente utilizada, no ângulo escolhido, no enquadramento obtido, na

iluminação do ambiente, nas personagens que ele escolheu mostrar. Em cada uma dessas decisões, uma imagem diferente, um outro retrato da realidade. Vejam só, esse é apenas o início. Feitas as fotografias, um editor de imagens irá escolher, de acordo com a matéria redigida e com a intenção da publicação, a imagem mais adequada, a tecnicamente melhor composta, aquela que transmite a ideia pretendida com mais eficiência e eficácia, objetiva ou subjetivamente. O diagramador irá escolher a posição em que essa imagem será exibida na página, o local da legenda, se irá, de alguma forma, destacar, agrupando com outras imagens, enfim, irá definir de que forma a imagem será lida.

Buscamos, para essa compreensão, auxílio entre os autores do tema. Para a metodologia de pesquisa por análise de conteúdo, Fonseca Júnior (2005), precedido por Bardin (1977) foram essenciais. Em função dos ensinamentos que nos legaram, foi possível organizar e viabilizar essa pesquisa de forma que seja verificável, reproduzível e, principalmente, comparável com outras que sigam os mesmos procedimentos. A partir dessa organização pudemos levar a cabo os devidos levantamentos, a análise quantitativa e também a análise qualitativa.

Entre as características verificadas, todas tiveram real importância, mas talvez as que mais tenham nos surpreendido sejam as de cunho ideológico. Avaliações quantitativas trazem importantes dados para embasar nosso estudo, contudo isoladamente restam inconclusivas. Um exemplo é a situação dos índices de ocorrência de personagens. Apesar de, naturalmente, ter havido muitos manifestantes nos protestos, os policiais não foram, de maneira nenhuma, discretos. Tiveram, sim, papel protagonista, e deveriam ter sido, a exemplo de *IstoÉ* e *Carta Capital*, mais e melhor contemplados nas imagens. Nesse ponto, *IstoÉ* foi exemplar pela forma como retratou o comportamento dos PMs. Eles não estavam apenas cumprindo ordens, estavam descarregando um rancor que talvez sequer fosse deles, mas da cadeia hierárquica em que estão inseridos, e a publicação da Editora Três conseguiu fazer com que esse sentimento fosse transmitido ao leitor, ilustrando policiais agredindo, com disparos, bombas e spray de pimenta, cidadãos que exerciam seu direito de manifestar. *Veja*, apesar de quantitativamente contar com a mesma proporção de policiais retratados, mostrou a PM agindo energicamente, porém em situações em que os policiais não apareciam como violentos agentes do Estado, mas como os “responsáveis por manter a ordem”. Quem se informou sobre os protestos apenas pelo recorte de *Veja* não teve conhecimento da violência, muitas vezes absolutamente gratuita, praticada pela polícia militar, e possivelmente ficou com a convicção que essa violência partiu apenas dos manifestantes e dos “mesmos baderneiros de sempre”. As situações de conflito entre manifestantes e policiais ficaram obscurecidas pela cobertura da

principal revista semanal. Esses conflitos, apesar de muitas vezes necessários, são uma forma de violência, que consta em qualquer lista de critérios de noticiabilidade. Então, porque *Veja* apresentou apenas pouco mais que 20% de suas imagens em situação de conflito? Que critérios aplicou *Época* para apresentar menos de 10% de situações conflituosas? Se cruzarmos os dados de personagens x conflitos, as imagens recairão, basicamente, sobre alguns manifestantes que promoveram atos que a imprensa adotou chamar vândalos. Convém assinalar que a violência dos manifestantes recaiu sobretudo em objetos, como lixeiras e vitrines, enquanto a violência policial teve como principal alvo aglomerações de pessoas.

Por outro lado, avaliando a dimensão política do que foi visto e relatado neste trabalho, podemos inferir que a publicação da Editora Abril buscou responsabilizar o governo petista de Dilma Rousseff pelas motivações dos protestos, e parece conduzir o pensar do leitor em direção à oposição ao atual governo de esquerda, cumprindo sua missão de insistir "na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil", segundo suas crenças e visões de mundo. Ao mesmo tempo, e coerente com seu discurso, *Veja* diminuiu a responsabilidade e cobranças dos governos estaduais, especialmente de São Paulo. Esse aspecto possivelmente tem relação com a forma que a polícia foi mostrada nas páginas da publicação.

Todas essas são questões que se mantêm, que se renovam e para as quais é importante manter-se vigilante, pois não basta consumirmos indiscriminadamente as notícias. Há de se aplicar o senso crítico, sob pena de sermos iludidos pela realidade das imagens.

6 REFERÊNCIAS

AUMONT, Jacques. **A imagem**. 3ª edição. Campinas: Papyrus, 1999.

BALDWIN, Jonathan. ROBERTS, Lucienne. **Comunicación visual: De la teoría a la práctica**. Barcelona: Parramón, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1977.

DUBOIS, Philippe. **O ator fotográfico e outros ensaios**. 13ª edição. Campinas: Papyrus, 2010.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In:DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas da pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, Ana Luiza. LUCA, Tania Regina de. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. 303 p. : il.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**. São Paulo: Olho D'Água, 2009.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 3ª edição. São Paulo: Contexto, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**, 2008. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>, acesso em 29 de setembro de 2013.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo - Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**, 2002. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>, acesso em 29 de setembro de 2013.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma história social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

WHITE, Jan V. **Edição e Design : para designers, diretores de arte e editores : o guia clássico para ganhar leitores**. São Paulo : JSN Editora, 2006.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 9.ed. Lisboa: Presença, 2006. 271p.

7 ANEXOS

ANEXO A - Editorial Folha de São Paulo (13/06/2013): Retomar a Paulista²⁵

Oito policiais militares e um número desconhecido de manifestantes feridos, 87 ônibus danificados, R\$ 100 mil de prejuízos em estações de metrô e milhões de paulistanos reféns do trânsito. Eis o saldo do terceiro protesto do Movimento Passe Livre (MPL), que se vangloria de parar São Paulo --e chega perto demais de consegui-lo.

Sua reivindicação de reverter o aumento da tarifa de ônibus e metrô de R\$ 3 para R\$ 3,20 --abaixo da inflação, é útil assinalar-- não passa de pretexto, e dos mais vis. São jovens predispostos à violência por uma ideologia pseudorrevolucionária, que buscam tirar proveito da compreensível irritação geral com o preço pago para viajar em ônibus e trens superlotados.

Pior que isso, só o declarado objetivo central do grupelho: transporte público de graça. O irrealismo da bandeira já trai a intenção oculta de vandalizar equipamentos públicos e o que se toma por símbolos do poder capitalista. O que vidraças de agências bancárias têm a ver com ônibus?

Os poucos manifestantes que parecem ter algo na cabeça além de capuzes justificam a violência como reação à suposta brutalidade da polícia, que acusam de reprimir o direito constitucional de manifestação. Demonstram, com isso, a ignorância de um preceito básico do convívio democrático: cabe ao poder público impor regras e limites ao exercício de direitos por grupos e pessoas quando há conflito entre prerrogativas.

²⁵ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2013/06/1294185-editorial-retomar-a-paulista.shtml>, acesso em 12 de novembro de 2013.

O direito de manifestação é sagrado, mas não está acima da liberdade de ir e vir --menos ainda quando o primeiro é reclamado por poucos milhares de manifestantes e a segunda é negada a milhões.

Cientes de sua condição marginal e sectária, os militantes lançam mão de expediente consagrado pelo oportunismo corporativista: marcar protestos em horário de pico de trânsito na avenida Paulista, artéria vital da cidade. Sua estratégia para atrair a atenção pública é prejudicar o número máximo de pessoas.

É hora de pôr um ponto final nisso. Prefeitura e Polícia Militar precisam fazer valer as restrições já existentes para protestos na avenida Paulista, em cujas imediações estão sete grandes hospitais.

Não basta, porém, exigir que organizadores informem à Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), 30 dias antes, o local da manifestação. A depender de horário e número previsto de participantes, o poder público deveria vetar as potencialmente mais perturbadoras e indicar locais alternativos.

No que toca ao vandalismo, só há um meio de combatê-lo: a força da lei. Cumpre investigar, identificar e processar os responsáveis. Como em toda forma de criminalidade, aqui também a impunidade é o maior incentivo à reincidência.

ANEXO B - Editorial O Estado de S.Paulo (13/06/2013): Chegou a hora do basta²⁶

No terceiro dia de protesto contra o aumento da tarifa dos transportes coletivos, os baderneiros que o promovem ultrapassaram, ontem, todos os limites e, daqui para a frente, ou as autoridades determinam que a polícia aja com maior rigor do que vem fazendo ou a capital paulista ficará entregue à desordem, o que é inaceitável. Durante seis horas, numa movimentação que começou na Avenida Paulista, passou pelo centro - em especial pela Praça da Sé e o Parque Dom Pedro - e a ela voltou, os manifestantes interromperam a circulação, paralisaram vasta área da cidade e aterrorizaram a população.

O vandalismo, que tem sido a marca do protesto organizado pelo Movimento Passe Livre (MPL), uma mistura de grupos radicais os mais diversos, só tem feito aumentar. Por onde passaram, os cerca de 10 mil manifestantes deixaram um rastro de destruição - pontos de

²⁶ Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,chegou-a-hora-do-basta-,1041814,0.htm>, acesso em 12 de novembro de 2013.

ônibus, lojas, nove agências bancárias e ônibus depredados ou pichados. Uma bomba foi jogada na Estação Brigadeiro do Metrô e a Estação Trianon teve os vidros quebrados. Em algumas das ruas e avenidas por onde circularam, principalmente a Paulista, puseram fogo em sacos de lixo espalhados para impedir o trânsito e dificultar a ação da Polícia Militar (PM).

Atacada com paus e pedras sempre que tentava conter a fúria dos baderneiros, a PM reagiu com gás lacrimogêneo e balas de borracha. O saldo foi de 20 pessoas detidas e de dezenas com ferimentos leves, entre elas policiais.

A PM agiu com moderação, ao contrário do que disseram os manifestantes, que a acusaram de truculência para justificar os seus atos de vandalismo. Num episódio em que isso ficou bem claro, um PM que se afastou dos companheiros, nas proximidades da Praça da Sé, quase foi linchado por manifestantes que tentava conter. Chegou a sacar a arma para se defender, mas felizmente não atirou.

Em suma, foi mais um dia de cão, pior do que os outros, no qual a violência dos manifestantes assustou e prejudicou diretamente centenas de milhares de paulistanos que trabalham na Paulista e no centro e deixou apreensivos milhões de outros que assistiram pela televisão às cenas de depredação.

O reconhecimento por parte de dirigentes do MPL de que perderam o controle das manifestações, assim como a diversidade dos grupos que o compõem - anarquistas, PSOL, PSTU e juventude do PT, que têm em comum o radicalismo -, não atenuam a sua responsabilidade pelo fogo que atearam. Embora fragmentado, o movimento mantém sua força, porque cada grupo tem seus líderes, e eles já demonstraram sua capacidade de organização e mobilização. Sabem todos muito bem o que estão fazendo.

A reação do governador Geraldo Alckmin e do prefeito Fernando Haddad - este apesar de algumas reticências - à fúria e ao comportamento irresponsável dos manifestantes indica que, finalmente, eles se dispõem a endurecer o jogo. A atitude excessivamente moderada do governador já cansava a população. Não importa se ele estava convencido de que a moderação era a atitude mais adequada, ou se, por cálculo político, evitou parecer truculento. O fato é que a população quer o fim da baderna - e isso depende do rigor das autoridades.

De Paris, onde se encontra para defender a candidatura de São Paulo à sede da Exposição Universal de 2020, o governador disse que "é intolerável a ação de baderneiros e vândalos. Isso extrapola o direito de expressão. É absoluta violência, inaceitável". Espera-se que ele passe dessas palavras aos atos e determine que a PM aja com o máximo rigor para conter a fúria dos manifestantes, antes que ela tome conta da cidade.

Haddad, que se encontra em Paris pelo mesmo motivo, também foi afirmativo ao dizer que "os métodos (dos manifestantes) não são aprovados pela sociedade. Essa liberdade está sendo usada em prejuízo da população". Mas insinuou que por trás das manifestações há pessoas que não votaram nele. A gravidade da situação exige que o prefeito esclareça se com isso quis dizer que a oposição é responsável pela baderna.

ANEXO C - Editorial Carta Capital (03/07/2013): O significado ainda obscuro²⁷

Só mesmo a direita reacionária afirma suas certezas

QUEM ENTENDE que as manifestações dos últimos dez ou mais dias mudam o Brasil? Justifica-se ainda a incerteza quanto ao real significado do protesto, mas a direita já proclama a sua verdade. Deste ponto de vista, exemplares são *Veja* e *Época* da semana passada. Esmeram-se em edições retumbantes, uma histórica, outra especial, e invocam o suporte do "auriverde pendão de minha terra, que a brisa do Brasil beija e balança", desfraldado em suas capas. E o conluio da retórica, do pieguismo e da hipocrisia, bem ao contrário dos versos de Castro Alves, extraídos do poema O Navio Negreiro, repto contra a casa-grande e seus desmandos e prepotências.

Não é preciso ser de esquerda para entender que este nosso trópico tanto se inclina facilmente à festa quanto à ilusão. Para não cair no engodo, basta a razão, mercadoria raríssima, no entanto, nas nossas latitudes, como diz

Thomaz Wood na sua magistral coluna, publicada à página 43. A razão, fruto resplandecente do Iluminismo, do qual brotou a Revolução Francesa, aquela capaz de desencadear a Idade Moderna. A revolução que, 224 anos depois, ainda não aconteceu por aqui.

E nem haveria de se dar no país da casa-grande e da senzala, ainda de pé, implacáveis na sua permanência. A burguesia da França de 1789 soube envolver o povo no seu projeto de derrubar a monarquia por direito divino, e a aristocracia e o alto clero que a cercavam. A turba serviu a suas intenções e, cumprida a tarefa voltou a ser povão. Ainda assim, aprendeu algo novo, e mais tarde tira ria proveito do aprendizado. Não é por este caminho, em todo caso, que o protesto das ruas nativas se move, mesmo porque os alvos são vagos e até insondáveis, a não ser aqueles do começo do movimento, quando a periferia elegeu o aumento das

²⁷ Disponível em <http://conteudolivrenews.blogspot.com.br/2013/07/o-significado-ainda-obscur-mino-carta.html>, acesso em 13 de/novembro de 2013

passagens de ônibus como símbolo dos maus-tratos que, em geral, o Estado lhe impõe. O descaso ignóbil que lhe reserva.

Há uma questão contingente, visível a olho nu. O crescente descolamento das instituições ditas democráticas, dos poderes do Estado, do governo e dos partidos, daqueles que são interesses e necessidades da nação, da maioria dos cidadãos, conscientes ou não da cidadania. A difusa insatisfação, popular e nem tanto, talvez não passe de uma sensação nebulosa, mas se explica pela falta de comando e, portanto, de referência. De *sancta sanctorum* a quem recorrer. Anunciada a falência dos partidos, clamorosa a do PT. O verdadeiro partido de oposição é a mídia nativa, Como tal age, à vontade diante da condescendência de um governo incapaz de reagir à altura, por motivos desconhecidos, às agressões diuturnas.

Parece até vocação de mulher de apache na sua mais inspirada exibição na Place Pigalle. Perfeito no papel de ministro do plim-plim, Paulo Bernardo. Nas páginas amarelas da já citada edição histórica da *Veja*, o ministro aparece, com direito a foto em pose de varão de Plutarco, para anunciar o propósito de acabar de vez com "a obsessão do PT de censurar a imprensa". Quem sabe o nosso herói seja apartidário.

Ora, ora, o ministro endossa a tese da mídia nativa, e ilie oferece o indispensável (decisivo?) apoio, enquanto a Secom. entidade inexistente em países mais democráticos e civilizados, distribui à mídia a publicidade governista com generosidade invulgar, especialmente às Organizações Globo, premiadas anualmente com mais de 900 milhões de reais.

A liberdade reclamada pelo jornalismo pátrio é a liberdade de fazer o que bem entende, inclusive inventar, omitir e mentir. E o que diz Paulo Bernardo? Que assim seja. Interessante observar que na última página da mesma edição da nau capitania da frota abriliana leio a seguinte interpretação das passeatas: "O povo (?) está dizendo que este governo de farsa montado por Lula há mais de dez anos rouba, mente, desperdiça, não trabalha, trapaceia, entrega-se aos escroques, cobra cada vez mais imposto e fornece serviços públicos vergonhoso. Suponho que, na opinião de *Veja*, o governo de Fernando Henrique tenha trafegado por rotas opostas e fornecido ao povo serviços públicos primorosos.

Na opinião de *Carta Capital*, a própria democratização, por ora apenas esboçada, e com timidez, traria a solução ao limitar os alcances dos oligopólios midiáticos por meio de leis eficazes, hoje inatingíveis por obra de um Congresso totalmente comprometido, sem falar de ministros como Paulo Bernardo. Há quem diga que a concentração é o destino do poder

jornalístico no mundo todo, mesmo assim o Reino Unido não hesitou recentemente em expulsar das terras britânicas Rupert Murdoch, o grande concentrador.

As considerações devem induzir quem concorda com elas a uma reflexão mais racional a respeito da situação que vivemos, de sorte a evitar as costumeiras decepções. Sem esquecer que os problemas contingentes plantam raízes no imanente. Ou seja, são próprios do país da casa-grande e da senzala, são o fruto de três séculos e meio de escravidão ainda vivos embora enverguem trajes aparentemente contemporâneos. Tal é a questão que inquietava Castro Alves e, até hoje, serpenteia nas vísceras do Brasil. E vem à tona para impedir que a nação se una e compacte, a não ser na hora de aplaudir Neymar. Contra, aliás, as conveniências de uma burguesia sempre pronta a afirmar sua fé no capitalismo, sem saber do que se trata.