

ANDRE LUÍS ANDRADE SILVA

**QUANDO HISTÓRIA E JORNALISMO SE ENCONTRAM:
os enunciados jornalísticos de *Veja* como dispositivos de poder
(2011 – 2016)**

**Irati – PR
2019**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE/UNICENTRO
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação – PROPESP
Programa de Pós-Graduação em História – PPGH

ANDRÉ LUÍS ANDRADE SILVA

**QUANDO HISTÓRIA E JORNALISMO SE ENCONTRAM:
os enunciados jornalísticos de *Veja* como dispositivos de poder
(2011 – 2016)**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em História, do curso de Pós-Graduação em História, área de concentração “História e Regiões”, da Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO/PR.

Orientadora: Profa. Dra. Ariane Carla Pereira Fernandes

Linha de pesquisa: Espaços Simbólicos, Ambiente e Corporeidades.

Irati – PR
2019

Catálogo na Publicação
Biblioteca Central da Unicentro, Campus Cedeteg

S586q Silva, André Luís Andrade
Quando História e Jornalismo se encontram: os enunciados jornalísticos de *Veja* como dispositivos de poder (2011 – 2016) / André Luís Andrade Silva. -- Irati, 2019.
xii, 134 f. : il. ; 28 cm

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual do Centro-Oeste, Programa de Pós-Graduação em História, área de concentração em História e Regiões, 2019.

Orientadora: Ariane Carla Pereira Fernandes
Banca examinadora: Silvia Maria Fávero Arend, Beatriz Anselmo Olinto, Ariane Carla Pereira Fernandes

Bibliografia

1. História. 2. Revista *Veja*. 3. Análise do discurso. 4. Biopolítica. 5. Redemocratização. I. Título. II. Programa de Pós-Graduação em História.

CDD 981.62



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE/UNICENTRO
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação - PROPESP
Programa de Pós-Graduação em História – PPGH
Área de Concentração – História e Regiões



TERMO DE APROVAÇÃO

André Luís Andrade Silva

Quando História e Jornalismo se encontram: os enunciados jornalísticos de *Veja* como dispositivos de poder (2011-2016)

Dissertação aprovada em 26/07/2019, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre, no Programa de Pós-Graduação em História, área de concentração em História e Regiões, da Universidade Estadual do Centro-Oeste, pela seguinte Banca Examinadora:

Dr.ª Silvia Maria Favero Arend
Universidade do Estado de Santa Catarina
Titular

Dr.ª Beatriz Anselmo Olinto
Universidade Estadual do Centro-Oeste
Titular

Dr.ª Ariane Carla Pereira
Universidade Estadual do Centro-Oeste
Orientadora e Presidente da Banca Examinadora

Irati – PR
2019

.. a vocês, que me deram a vida e me ensinaram a vivê-la com dignidade. A vocês, que seguraram minha mão quando mais precisei. A vocês, que iluminaram meu caminho nos momentos mais obscuros. A vocês, pelos 30 anos de casamento. A vocês, pai e mãe, minha eterna gratidão!

AGRADECIMENTOS

Apreendi que quando passo a ser grato, meus sonhos e meus objetivos tornam-se muito mais próximos. O universo conspira quando exaltamos esse sentimento. Gratidão é agradecer com o coração, gratidão é sinônimo de reconhecimento. Ser grato é reconhecer que nos falta algo, é saber que a escrita de uma dissertação de mestrado não se faz sozinho. Foi assim que (re)aprendi a essência desta palavra. Deste modo, é imprescindível os agradecimentos a seguir.

Agradeço aos meus pais Renato da Silva e Vera Lucia Andrade Silva, os quais também dedico este trabalho. Sempre foram minha fortaleza! Sinto orgulho e muita admiração por vocês. Sem dúvidas, os grandes responsáveis pelo êxito desta dissertação. Obrigado, pai e mãe!

Aos demais familiares pela compreensão que tiveram comigo, pelas palavras de apoio que sempre recebi, assim como os abraços que me confortavam. Que os laços familiares que nos unem se fortaleçam e nos tragam cada vez mais perseverança e fraternidade.

À minha orientadora Profa. Dra. Ariane Carla Pereira Fernandes, pelas orientações, comprometimento e seu exemplo de vida! Mulher, feminista e defensora da equidade de gênero. Jornalista que se revolta com as injustiças sociais e luta pela igualdade de oportunidades, liberdade de expressão e direitos humanos. Levarei o aprendizado adiante, e você continuará sendo uma das minhas fontes de inspiração. Meus sinceros agradecimentos!

A todos(a) os professores(a) do PPGH e PPGL da Unicentro, em especial aos que compuseram a banca examinadora desta dissertação. Profa. Dra. Ariane Carla Pereira Fernandes (UNICENTRO), Profa. Dra. Silvia Maria Fávero Arend (UDESC), Profa. Dra. Beatriz Anselmo Olinto (UNICENTRO) e Prof. Dr. Vanderlei Sebastião de Souza (UNICENTRO). Reconheço as valiosas contribuições dadas para este trabalho. Agradeço cada minuto de atenção, as sugestões, as críticas e o carinho que tiveram por mim. Como um dia disse Isaac Newton, "se eu vi mais longe, foi por estar sobre os ombros de gigantes". Muito obrigado!

À secretária do PPGH/Unicentro Cibele Zwar, pela dedicação e comprometimento diário. Sempre atenciosa, seu trabalho é exemplo de um funcionalismo público com ética e eficiência.

Aos amigos e amigas do PPGH/Unicentro, em especial à Elisiane Zvir, Felipe Raul Rachele, Helen Karine Czarnieski, Jessica Pszdzimirski e William Correa, pelo companheirismo e por todas as nossas discussões teóricas e metodológicas que enriqueceram esta dissertação. Também, pelas mais de 30 viagens que fizemos a cidade de Irati em busca de um sonho em comum. Tenham certeza, valeu a pena! Cada centavo investido, cada quilômetro rodado e cada minuto de espera por este momento. Desejo a vocês, queridos e queridas, todo o sucesso do mundo!

Aos demais amigos(a), em especial aqueles que estiveram muito próximos a mim. Conhecendo meus medos e angústias, expondo seu alertas e conselhos durante a escrita deste trabalho. Sou grato a todos(a) vocês, Alessandro de Almeida, Claudio F. Souza, Débora Maia, Denis Fiuza, Gilvan Gomes, Marcelo Bedreski, Nayara Fernanda, Marcelo Alberto, Tiago Bomfim, Valdeni Gonçalves e Vilson Schinaider. Foi uma honra tê-los ao meu lado durante esta etapa da minha vida acadêmica.

À minha companheira de caminhada Maria Cristina Kirach, pelas sugestões e admiração por este trabalho. Também, pelo carinho, segurança e sabedoria que você transmite. Obrigado por me fazer sentir melhor, sonhar e crescer.

Agradeço a todos os integrantes do Só Canela Futebol Clube, por nossa parceria que a cada tarde de sábado se renova, e que desde 2013 nos faz sorrir e esquecer dos problemas diários. Que nosso futebol continue sendo a ferramenta para construirmos amizades. Só Canela não pode morrer! Obrigado, caneleiros!

Melhor do que concluir uma etapa tão importante como esta, é agradecer às pessoas que fizeram parte dela. São estas lembranças que pretendo guardar desta jornada, é deste modo que eu me despeço. Pois, assim é a vida, um ciclo se fecha para outro se iniciar.

*André Luís Andrade Silva
Guarapuava, 04 de agosto de 2019.*

RESUMO

O presente trabalho visa tecer discussões sobre a prática jornalística da revista *Veja*. Para isso, toma-se como *corpus* de pesquisa as edições publicadas entre 2011 e 2016, que serão examinadas pela análise genealógica de Michel Foucault, tendo como fio condutor o alerta para os possíveis efeitos do saber e a identificação das formas de exercício do poder. O principal objetivo deste trabalho é investigar de que maneira os discursos da revista *Veja* influenciam na percepção da realidade dos leitores. Ou seja, como, através do discurso jornalístico, este periódico busca subjetivar seu público leitor, conduzir condutas, perpetuando estereótipos e conceitos pré-estabelecidos em nossa sociedade. As análises partem do princípio de que a revista é um dispositivo biopolítico, o qual, convoca seus leitores à participarem e satisfazerem-se no mundo através da criação de mapas cognitivos que mostram o caminho para alcançar o sucesso. As convocações buscam em seus leitores, modulações e comportamentos conformes, no intuito de gerenciar suas vidas e conduzir suas escolhas. O primeiro capítulo focaliza no editorial *Carta ao Leitor* e as inquietações partem de como se compõe a ordem do discurso neste espaço, como torna-se possível sua produção através da seleção, do controle, da distribuição, do silenciamento, da exclusão e da limitação dos discursos. Ou seja, os objetivos são evidenciar quais vontades de verdade *Veja* busca legitimar através de seus discursos, como o periódico constrói credibilidade junto a seus leitores para que esses tomem seus enunciados como verdadeiros. No segundo capítulo, as análises direcionam-se para o espaço de entrevistas. O diagnóstico nas *Páginas Amarelas* é feito a partir de uma perspectiva de gênero, visto que homens e mulheres não são convidados a dissertar sobre as mesmas temáticas. Elas falam sobre o espaço privado, eles sobre o espaço público, contribuindo e possibilitando uma vontade de verdade favorável ao *impeachment* de Dilma Rousseff. No terceiro capítulo, nos voltamos para as capas de *Veja*. O objetivo é discutirmos como a revista busca legitimar este espaço como um lugar de autoridade, no qual, através de articulações entre textos e imagens, busca-se construir grupos identitários, responsáveis pela produção de uma polarização no âmbito político brasileiro, a construção de um *Nós* em oposição a um *Eles*. A investigação em *Veja* consiste em questionar o olhar naturalizado sobre este veículo de comunicação, nos permitindo identificar os saberes e as forças que atravessam nosso tempo presente.

Palavras-chave: revista *Veja*; análise do discurso; biopolítica; redemocratização.

ABSTRACT

The present work aims at weaving discussions about the journalistic practice of *Veja* magazine. To do this, the editions published between 2011 and 2016 will be used as a *corpus* of research, which will be examined by the genealogical analysis of Michel Foucault, having as a guiding thread warns of the possible effects of know and the identification of the forms of exercise of power. The main objective of this work is to investigate how *Veja* discourses influence readers' perception of reality. That is, how, through journalistic discourse, this journal seeks to subjectify its reading public, to conduct behaviors, perpetuating pre-established stereotypes and concepts in our society. The analysis assumes that the magazine is a biopolitical device, which calls its readers to participate and be satisfied in the world by creating cognitive maps that show the way to success. Summons seek in their readers, modulations and conforming behaviors, in order to manage their lives and lead their choices. The first chapter focuses on the editorial *Letter to the Reader* and concerns start with how the order of discourse is composed in this space, how its production becomes possible through the selection, control, distribution, silencing, exclusion and limitation of the discourses speeches. In other words, the objectives are to show which desire truths *Veja* it seeks to legitimize through its discourses, as the journal builds credibility with its readers so that they take their statements as true. In the second chapter, the analyzes are directed to the interview space. The *Yellow Pages* diagnosis is made from a gender perspective, as men and women are not invited to talk about the same themes. The women talk about the private space, the men talk about the public space, contributing and enabling a will of truth favorable to Dilma Rousseff *impeachment*. In the third chapter, we turn to the covers of *Veja*. The objective is to discuss how the magazine seeks to legitimize this space as a place of authority, in which, through articulations between texts and images, it seeks to build identity groups responsible for producing a polarization in the brazilian political sphere, the construction of a *We* as opposition to a *Them*. The research in *Veja* consists in to question the naturalized gaze on this communication vehicle, allowing us to identify the knowledge and forces that cross our present time.

Keywords: *Veja* magazine; speech analysis; biopolitics; redemocratization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2290	88
Figura 02 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2349	88
Figura 03 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2376	88
Figura 04 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2327	89
Figura 05 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2328	90
Figura 06 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2395	92
Figura 07 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2187	93
Figura 08 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2452	94
Figura 09 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2476	94
Figura 10 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2398	95
Figura 11 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2424	95
Figura 12 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2458	96
Figura 13 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2480	96
Figura 14 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2280	99
Figura 15 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2363	99
Figura 16 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2285	100
Figura 17 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2291	100
Figura 18 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2265	102
Figura 19 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2368	103
Figura 20 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2403	103
Figura 21 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2397	104
Figura 22 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2436	105
Figura 23 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2468	105
Figura 24 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2450	106
Figura 25 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2478	107
Figura 26 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2496	107
Figura 27 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2317	107
Figura 28 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2330	108
Figura 29 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2366	108
Figura 30 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2417	109
Figura 31 - Capa da revista <i>Veja</i> , 1913	109

Figura 32 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2447	110
Figura 33 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2455	110
Figura 34 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2456	110
Figura 35 - Capa da revista <i>Veja</i> , 2474	111

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Temáticas de <i>Carta ao Leitor</i> , revista <i>Veja</i> (2011 - 2016)	36
Tabela 02 - Temáticas das <i>Páginas Amarelas</i> , revista <i>Veja</i> (2011 - 2016)	59
Tabela 03 - Temáticas das <i>Capas</i> , revista <i>Veja</i> (2011 - 2016)	86

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
------------------	----

Capítulo I

CARTA AO LEITOR: condução de conduta pela disseminação da vontade de verdade	33
1.1 As vontades de verdade no discurso jornalístico	33
1.2 <i>Carta ao Leitor</i> ou Guia do Leitor?	49

Capítulo II

AS AMARELAS QUE NÃO AMARELAM: os silenciamentos de gênero e o tom do discurso neoliberal	58
2.1 Do que elas falam, do que elas podem falar?	58
2.2 O discurso deles como dispositivo político	69

Capítulo III

NÓS & ELES: a construção de práticas discursivas identitárias nas capas da revista <i>Veja</i>	84
3.1 Um lugar de autoridade e saber: a construção de um <i>Nós</i>	84
3.2 A construção de um <i>Eles</i>	98

CONSIDERAÇÕES FINAIS	115
----------------------------	-----

FONTES	120
--------------	-----

REFERÊNCIAS	127
-------------------	-----

INTRODUÇÃO

O interesse pela história e pelos periódicos tiveram como consequência a edificação desta pesquisa, que visa tecer uma análise discursiva das edições publicadas entre os anos de 2011 e 2016 pela revista *Veja*, problematizando os enunciados jornalísticos do periódico por meio de uma perspectiva desenvolvida sobre os eixos do saber e, do poder, produzindo subjetividades. Instrumentos que nos permitem investigar como se desenvolvem as "relações entre sujeito e verdade"¹, como o indivíduo entra em um certo jogo de práticas que o constitui. Para que este trabalho seja possível serão analisadas todas as 313 edições publicadas no período, das quais 286 encontram-se em meu acervo particular e as 27 restantes foram consultadas através da biblioteca da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO). Como trata-se de uma quantidade ampla de fontes, apenas alguns espaços de *Veja* passarão por análises, conforme apresentei nas páginas a seguir.

Assim como nas pesquisas de Michel Foucault, a questão do discurso sempre teve seu lugar resguardado, haja visto que o discurso não se relaciona somente com a linguagem, mas também com o tempo, o espaço, o corpo (individual e coletivo)². Desse modo, a partir das fontes selecionadas e da baliza temporal estabelecida, o principal objetivo deste trabalho é investigar de que maneira os discursos de *Veja* influenciam na percepção da realidade dos leitores. Ou seja, como, através do discurso jornalístico, este periódico busca subjetivar seu público leitor, conduzir condutas, perpetuando estereótipos e conceitos pré-estabelecidos em nossa sociedade. Nesta conjuntura, ressalto a importância em pensarmos *Veja* como um dispositivo biopolítico, que tem como finalidade apresentar o mundo cada vez mais globalizado, convocar e orientar os leitores a participar e satisfazer-se em uma sociedade líquida que, segundo Bauman, nos exige renovações constantes, onde os indivíduos se movem dentro de um capitalismo flexível, implicando na construção/desconstrução de identidades³. Assim, *Veja* é um enunciador que não atua somente no campo da informação, mas também "para fornecer mapas

¹ FOUCAULT, Michel. A ética do cuidado de si como prática de liberdade. In: _____. **Ditos & Escritos V** - Ética, sexualidade e política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004, p. 274.

² Idem., **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 24ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014a.

³ BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

cognitivos/semióticos a seus leitores, pacotes para o leitor viver no mundo globalizado, situar-se nele, agir nele segundo certas direções, visando ter sucesso e prazer"⁴.

O propósito deste trabalho é desconstruir tudo o que é visto como natural, romper com a imparcialidade e com a neutralidade, questionar os discursos de *Veja*. Também, buscamos discutir o periódico como um agente político, tendo em vista que seus enunciados produzem narrativas sobre a política brasileira. Portanto, não é objetivo desta pesquisa condenar os discursos jornalísticos presentes nas páginas do periódico, até porque, como mencionou Bloch, o ofício do historiador não é julgar os fatos, como um juiz que absolve e/ou condena, nosso compromisso é buscar a compreensão, a interpretação dos acontecimentos históricos, o sentimento e o entendimento lúcido⁵.

Gostaria de explicitar mais a fundo algumas observações apresentadas nos parágrafos anteriores. A primeira delas diz respeito ao recorte temporal desta pesquisa. Este é decorrência do contexto político, já que na época o Brasil passou por momentos conturbados entre a posse presidencial de Dilma Rousseff, em 2011, e seu *impeachment* no ano de 2016. Os primeiros abalos foram sentidos no ano de 2013 com as manifestações populares⁶ de junho/julho que lotaram as ruas dos grandes centros e logo se espalharam por várias cidades do território nacional. O período também abrange as manifestações realizadas por apoiadores e contrários ao processo de *impeachment* e, ao momento em que a operação Lava-Jato⁷ tornava-se protagonista nas denúncias de corrupção ligadas à políticos e ministros do governo. Ainda assim, Rousseff foi reeleita em 2014, derrotando no segundo

⁴ PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ, 2013, p. 107.

⁵ BLOCH, Marc. **Apologia da história, ou, o ofício de historiador**. Trad. André Telles. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

⁶ Também conhecida como *Manifestações dos 20 centavos*. Foram várias manifestações populares por todo o país que inicialmente surgiram para contestar os aumentos nas tarifas de transporte público, principalmente nas principais capitais. Ver mais em: SCHERER-WARREN, Ilse. Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política. **Caderno CRH**, Salvador, v. 27, n. 71, p. 417 - 429, mai/ago, 2014.

⁷ Trata-se de um conjunto de investigações iniciado em março de 2014 pela Polícia Federal do Brasil, visando apurar um esquema de lavagem de dinheiro que movimentou milhões de reais. Até o ano de 2018 a operação contou com mais de 60 fases operacionais autorizadas, pelo então juiz Sérgio Moro, durante as quais prenderam-se e condenaram-se mais de cem pessoas. A operação investiga crimes de corrupção ativa e passiva, gestão fraudulenta, lavagem de dinheiro, organização criminosa, obstrução da justiça, operação fraudulenta de câmbio e recebimento de vantagem indevida.

turno das eleições o então candidato do PSDB Aécio Neves. No ano seguinte, aconteceria a abertura do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados, o que culminaria no afastamento de Rousseff logo no primeiro semestre de 2016, colocando a República e a democracia do Brasil em xeque. Aprofundava-se naquele momento, uma crise política que, seria responsável, em grande parte, pela crise econômica e social no país. Um mergulho profundo em um oceano de incertezas.

Outra questão, é a relevância e a abordagem de um veículo de comunicação como *corpus* de pesquisa, pois "desde seus primórdios, a imprensa se impôs como uma força política"⁸, que tem a função de despertar as consciências e, até mesmo, modelá-las dentro de uma estrutura que preserva seus valores e interesses, procurando, assim, indicar uma direção para o comportamento social e político do público leitor, pois o saber e o poder são usados pela imprensa. Como afirmam Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca, os impressos que circularam no país nos últimos 200 anos testemunham e veiculam nossa história e a construção do Brasil, pois, para essas autoras, "a história do Brasil e a história da imprensa brasileira caminham juntas, se auto explicam, alimentam-se reciprocamente, integrando-se num imenso painel"⁹.

Publicada semanalmente pela Editora Abril, a revista *Veja* foi criada pelos jornalistas Roberto Civita (1936 - 2013) e Mino Carta (1933) em 11 de setembro de 1968, apenas um ano depois da recém implantada Lei de Imprensa, que restringia a liberdade dos meios de comunicação, e três meses antes do AI-5. Seus primeiros anos de circulação no Brasil coincidiram com os primeiros anos de ditadura militar. *Veja* nascia dentro de um Brasil que contava com uma grande parcela da população vivendo na zona rural e que também possuía grandes índices de analfabetismo¹⁰. Os desafios de *Veja* eram grandes. Afinal, como examinou Corrêa Netto, inaugurava-se no Brasil o formato semanal de publicações, novas técnicas de edição - como títulos, subtítulos, imagens e legendas - no intuito de transmitir ao leitor uma mensagem mais clara do tema e conteúdo noticiado. Nascia no Brasil um veículo de comunicação inovador que contava com uma estrutura complexa

⁸ CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto, 1988, p. 13.

⁹ LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 08.

¹⁰ Segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, na década de 1960 o Brasil possuía cerca de 39,6% da população acima dos 15 anos de idade analfabeta. O estudo foi registrado em abril de 2012 e pode ser consultado de forma completa através do site do IBGE: ww2.ibge.gov.br.

inspirada nos moldes de revistas dos Estados Unidos e da Europa. De imediato, *Veja* traçava objetivos, como trazer notícias rápidas e objetivas, encurtar a distância geográfica entre as regiões através da comunicação, combater a ignorância e o preconceito, além de colocar seu leitor dentro dos debates e perspectivas que aconteciam mundo afora¹¹. Foi ao longo de suas mais de 2600 edições que *Veja* conquistou seus leitores e o respectivo espaço nas bancas de revistas.

De década em década, *Veja* oscilou em seus posicionamentos políticos, embora algumas vezes tenha afrontado a ditadura militar, não era uma revista de esquerda. Segundo Musa Velasques e Beatriz Kushnir, *Veja* teria sofrido com baixas vendas ainda no final dos anos 1960 e início dos anos 1970 e por pouco não decretou sua retirada do mercado. Entre os anos de 1971 e 1974, *Veja* foi alvo de censuras devido ao seu conteúdo não estar dentro dos padrões impostos pelos militares na época. Na década de 1980 *Veja* consolidou-se como um dos principais veículos de comunicação, especialmente por suas publicações que abordaram o processo de redemocratização do Brasil. Foi no final desta mesma década que *Veja* começou a deixar mais claro para quem escrevia, sua postura e orientação política. Durante a década de 1990, *Veja* incorporou de vez o caráter de jornalismo investigativo, devido as várias denúncias de corrupção que envolveram o ex-presidente Fernando Collor de Mello, ocasionando seu *impeachment*¹². Nos anos 2000, *Veja* se destacou pela repercussão e denuncia do esquema de corrupção do mensalão. Também colecionou reportagens polêmicas, tornando-se a principal mídia opositora do presidente petista Luiz Inácio Lula da Silva.

O levantamento dos dados para essa pesquisa permite afirmar que a revista evidencia traços conservadores do ponto de vista social, pois suas pautas voltam-se, por exemplo, contra as cotas sociais/raciais em universidades e concursos públicos; a descriminalização da maconha e do aborto; também é desfavorável à manifestações de movimentos sindicais e movimentos reformistas, como MST e MTST. *Veja* se mostra liberal no que se diz respeito à economia, com expressiva inspiração nos Estados Unidos, sendo uma defensora das pautas neoliberais, como a meritocracia, as privatizações, o Estado mínimo e o livre mercado, sem

¹¹ CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 207 - 232.

¹² KUSHNIR, Beatriz; VELASQUEZ, M. C. C. . VEJA (verbete). In: Alzira Alves de Abreu; Israel Beloch; Fernando Lattman-Weltman; Sérgio Tadeu de Niemeyer Lamarão. (Orgs.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro pós-1930**. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001, v. 5, p. 6001 - 6005.

intervenção estatal. Esse alinhamento com o neoliberalismo¹³ diz muito sobre seu público alvo, a classe média urbana brasileira. Portanto, *Veja* apresenta-se como um manual para esta camada social que ainda necessita galgar o último degrau em direção ao sucesso. Desse modo, "aquele que busca a vitória precisa de uma revista vitoriosa, de um enunciador potente, de opinião forte"¹⁴, necessita também que apresentem a imagem do vitorioso, do maior, do primeiro, do mais importante, daquele que conseguiu conquistar o sucesso, é preciso mostrar seu percurso e seus feitos que o levaram ao pódio. Uma análise das publicidades de *Veja*, como a efetuada por Douglas Voks, também acusa nessa direção, pois muitos dos produtos anunciados, como os automóveis e os eletrônicos, não cabem no bolso da grande massa dos trabalhadores. A produção publicitária em *Veja* "não se trata apenas da venda de um produto, mas a venda de um estilo de vida que norteia a construção de uma nova classe média"¹⁵ que, ao consumir determinados produtos ou marcas, estabelece relações de pertencimento social. Cada exemplar de *Veja* possui, em média, 125 páginas, das quais 1/4 é destinada à publicidade. Em um levantamento feito pelo *Mídia Dados* em 2011, revela que a tiragem média semanal de *Veja* já chegou a ser mais de 1 milhão de exemplares. Segundo o *Instituto Verificador de Comunicação (IVC)* de 2018, a revista *Veja* possui tiragem média semanal de 850 mil unidades¹⁶.

Desta maneira, compreendo ser pertinente pensar a revista *Veja* como uma construtora de lugares. Nesse sentido, o historiador Michel de Certeau destaca que os discursos e relatos podem organizar e delimitar lugares, selecionar, reunir e construir percursos e espaços e, assim, através de seus enunciados jornalísticos, os

¹³ Política econômica que teria emergido no final da década de 1930 como uma crítica ao Keynesianismo. Suas bases foram definidas pelos professores de economia da Escola de Chicago e disseminadas, principalmente, por Henry Simons (1889 - 1946) e Milton Friedman (1912 - 2006). Para Michel Foucault, o neoliberalismo é um conjunto de estratégias que nascem do liberalismo clássico do final do século XVIII e foram aperfeiçoadas. Assim, essa nova arte de governar, é caracterizada pelo individualismo extremo, desempenho e busca contínua pelo lucro, livre empreendimento, concorrência e máxima eficiência. Ver mais em: FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978 - 1979). Trad. Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70, 2018.

¹⁴ PRADO, **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, p. 115.

¹⁵ VOKS, Douglas Josiel. Propagandas na *Veja*: construindo uma "nova" classe média (década de 1970). In: AREND, Sílvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014, p. 197.

¹⁶ Ambos os levantamentos podem ser conferidos de forma completa em *Mídia Dados* - Grupo de Mídia de São Paulo: www.gm.org.br e, Instituto Verificador de Comunicação (IVC): www.ivcbrasil.org.br.

periódicos são dispositivos que interferem na construção de regiões, por exemplo: o Brasil e o mundo. Ainda em Certeau, é importante destacarmos que seus estudos possibilitaram uma nova reflexão a respeito da influência que a historiografia desempenha sobre os estudos no campo da mídia, como ela contribui para construir/desconstruir identidades, imagens e discursos, forjando assim, o espaço de sociabilidade e também nosso cotidiano¹⁷. No caso da sociedade brasileira do período da pós-redemocratização, essa temática adquiriu maior importância justamente pelo protagonismo da mídia nos processos que envolveram a construção e a consolidação do regime democrático. Nesta conjuntura, os discursos veiculados por *Veja* foram fundamentais na constituição de narrativas do campo político no Brasil.

É fato que o estudo com periódicos acaba nos mostrando sujeitos e práticas sociais que atuam na formação do nosso modo de vida, da nossa perspectiva e consciência histórica. Portanto, a imprensa, segundo Capelato, acaba impondo-se como uma força política, pois ela tem a função de despertar as consciências e, até mesmo, modelá-las dentro de uma estrutura que preserva seus valores e interesses, procurando, indicar uma direção para o comportamento social e político do público leitor. Muitas vezes, esses meios de comunicação têm como meta conseguir adeptos para uma causa política¹⁸. Analisar periódicos não é simplesmente perceber seus traços, mas sim buscar compreender o contexto histórico em que ele está inserido, perceber relações indiretas que aparecem em segundo plano "e para isso é necessário ler os documentos nas entrelinhas"¹⁹. O fato é que uma investigação histórica desenvolvida sobre a análise de uma imprensa escrita pode nos mostrar novas possibilidades de trabalho com periódicos e, também, consolidar os caminhos já abertos pela historiografia.

É primordial lembrarmos que, ao trabalharmos com periódicos, três importantes fatores devem ser levados em consideração. O primeiro deles seria analisar o contexto histórico em que o periódico está inserido, primeiramente do recorte temático e posteriormente da fonte, assim ocasionando um choque entre texto e contexto, pois, de fato, "as revistas selecionadas não se caracterizam como

¹⁷ CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. artes de fazer. Trad. Ephraim Ferreira Alves. 22ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

¹⁸ CAPELATO, **Imprensa e História do Brasil**.

¹⁹ BURKE, Peter. Abertura: a nova história, seu passado e seu futuro. In: _____ (Org.). **A escrita da História**: novas perspectivas. São Paulo: Unesp, 2011, p. 26.

um transmissor imparcial e neutro dos acontecimentos"²⁰, questão essa que, enfatizamos logo no primeiro capítulo. O segundo fator a ser considerado é que o discurso desses periódicos acaba interferindo, de maneira direta ou indireta, nos âmbitos político e social. Afinal, a imprensa participa constantemente da história e a tarefa do historiador é acompanhar e analisar este percurso para, então, construir sua narrativa. Este acompanhamento é realizado no segundo capítulo, tornando-se uma questão chave, pois é através dele que discutiremos a construção do discurso que legitimará o *impeachment* de Dilma Rousseff. O terceiro fator diz respeito a atender para as características de ordem material, como periodicidade e publicidade; caracterizar o grupo responsável pela impressão e venda desse periódico; e o público a qual ele se destina²¹.

Uma das problemáticas que permeia este trabalho parte exatamente, do último fator mencionado no parágrafo anterior. A enorme influência que *Veja* desempenha, semanalmente, em todo território nacional. Todavia, é necessário que nós, historiadores, compreendamos que os periódicos trabalham com inúmeras representações, portanto, não podem ser vistos como verdades unívocas, mas sim como uma das várias formas de representações e perspectivas encontradas em nossa sociedade, assim como a televisão, o cinema, o rádio, a internet, as HQs, entre outros veículos de comunicação que também forjam nosso meio social. Neste sentido, penso ser importante trabalharmos com o conceito de representação social apresentado pelo historiador francês Roger Chartier, assim podemos partir do pressuposto de que os periódicos são produtos que forjam as representações cotidianas, interferindo no modo de agir, sentir e pensar dos sujeitos, encaixando-se dentro de uma perspectiva de saber e poder²². Dessa forma, torna-se indispensável identificarmos o modo, o lugar e os diferentes momentos em que essas representações são construídas e transmitidas por *Veja*, "levando em conta as classificações, divisões e delimitações que organizam a apreensão do mundo social como categorias fundamentais de percepção e de apreciação do real"²³.

²⁰ CAPELATO, op. cit., p. 29.

²¹ LUCA, Tania Regina de. A história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 111 - 153.

²² CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Estudos avançados**, São Paulo, v. 5, p. 172 - 191, Jan/Abr 1991.

²³ Idem., **A História Cultural: entre práticas e representações**. Trad. Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990, p. 17.

Dentro desta perspectiva, os conceitos de saber e de poder intercalam-se no desdobramento deste trabalho como instrumentos para analisarmos as relações entre os sujeitos. De acordo com Foucault, o saber é mais do que um mero conhecimento, é o conjunto de construções humanas de um dado momento histórico. O saber é uma maneira de dominação para se chegar a uma verdade. Portanto, o(s) saber(es) precisa(m) ser compreendido(s) dentro das relações de poder²⁴. Logo, sua definição sobre poder é essencial para entendermos as relações humanas. Quando pensamos em poder temos a tendência de relacioná-lo à alguma coisa grande, como o Estado ou o governo. Foucault, porém, tem uma concepção mais estendida sobre poder. Para ele, o poder não é algo que se tem, mas algo que se exerce; é dinâmico, encontra-se em movimento, exercendo-se em forma de rede. Nesta concepção, não existe um único centro de poder, pois ele está espalhado em inúmeros lugares e momentos. Sem que percebamos, ele se entrelaça entre todos os sujeitos²⁵.

A temática da mídia vem ganhando cada vez mais destaque dentro do campo historiográfico. Este interesse por parte dos historiadores pode ser explicado devido a interdisciplinaridade, a aproximação e o contato da história com a comunicação, a publicidade e o jornalismo. Em todo caso, é importante que os historiadores e demais pesquisadores compreendam que o termo mídia consiste em todo e qualquer meio de comunicação que tem por finalidade transmitir informações, como jornais, revistas, panfletos, cartazes, outdoors, HQs, televisão, rádio, internet, entre outros. Deste modo, podemos dizer que, em nossa atualidade, vivemos dentro de um universo midiático. Assim como Capelato, também destaco a relevância de uma análise profunda sobre a finalidade da imprensa no Brasil, pelo fato de não ser apenas uma fonte de informação, mas uma formadora de opiniões na sociedade, dirigindo o modo como as pessoas enxergam o meio social, o sistema econômico e político²⁶.

No Brasil, várias obras sobre a temática da imprensa emergiram desde a segunda metade do século XX e algumas ganharam destaque nacional, sendo referenciadas em trabalhos acadêmicos. Exemplo disso é a extensa obra *A História*

²⁴ FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2016.

²⁵ Idem., **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 42.ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

²⁶ CAPELATO, **Imprensa e História do Brasil**.

*da Imprensa no Brasil*²⁷, de Nelson Werneck Sodré, datada de 1966. Nela, o autor faz um trajeto minucioso da imprensa escrita no Brasil, desde seu surgimento no início do século XIX, incentivada pela chegada da família real portuguesa, até meados de 1960, discutindo como o Estado e os meios de comunicação apresentaram relações muito próximas, mas, também, proporcionaram grandes entraves, divergindo em seus interesses.

As historiadoras brasileiras Maria Helena Capelato e Maria Ligia Prado debruçaram-se a sobre o jornal *O Estado de S. Paulo*. O resultado da pesquisa está no livro *O Bravo Matutino*²⁸. Publicada em 1980, a obra focaliza a atuação da imprensa brasileira dentro do processo político durante a primeira República do Brasil (1889 - 1930). Também, focalizando seus estudos na primeira República do Brasil, a historiadora Ana Luiza Martins publicou, em 2001, *Revistas em revista: práticas culturais em tempos de República (1890 - 1922)*²⁹, tendo como objeto de estudo as revistas ilustradas brasileiras. Sua análise buscou compreender o papel social que estes periódicos desempenhavam, pois - mesmo se autodenominando revistas literárias ou de arte - cobriam diversas temáticas e dialogavam com diferentes leitores. A investigação também destacou os aspectos técnicos e estratégicos das vendas destes periódicos, além de seus modelos de publicidade. Outra obra que possui grande notoriedade dentro deste campo historiográfico é o livro *A revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação*³⁰, originalmente publicado em 1999 pela historiadora Tania Regina de Luca. Nesta obra, a autora faz uma articulação entre política e cultura, analisando a participação e influência da *Revista do Brasil* como um importante veículo de comunicação no início do século XX, sendo responsável pela publicação de debates e propostas ligadas à construção da nação, eugenia e raça.

Saliento, também, algumas obras recentes que influenciaram na percepção e no diálogo com os pesquisadores do campo, como é o caso da obra *História cultural*

²⁷ Ver: SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

²⁸ Ver: CAPELATO, M. H; PRADO, M. L. **O bravo matutino: imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo**. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.

²⁹ Ver: MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: práticas culturais em tempos de República (1890 - 1922)**. São Paulo: Fapesp/Edusp/Imprensa Oficial do Estado, 2001.

³⁰ Ver: LUCA, Tania Regina de. **A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Unesp, 1999.

da imprensa³¹, publicada em dois volumes (2007 e 2010), em que a historiadora e jornalista Marialva Barbosa, delinea o cruzamento entre História e Comunicação, resultando em um trabalho detalhado e minucioso, que mapeia os múltiplos movimentos da imprensa brasileira ao longo dos séculos XIX e XX. Outros dois trabalhos são os organizados por Silvia Maria Fávero Arend, *Um país impresso: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980)*³², e por Reinaldo Lindolfo Lohn, *História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas*³³, ambos professores e pesquisadores da Universidade do Estado de Santa Catarina. As coletâneas trazem trabalhos produzidos por docentes e discentes, abordando as inúmeras práticas comunicacionais e as mais relevantes transformações que as principais revistas semanais obtiveram, assumindo um importante espaço na vida cotidiana e na constituição de uma cultura política no país.

Teses de doutoramento também abordaram a temática da imprensa escrita, tendo como objeto de análise a revista *Veja*. Uma delas, de quase 600 páginas, é a da historiadora Carla Luciana Souza, intitulada *Veja: o indispensável partido neoliberal (1989 a 2002)*³⁴, que fez uma investigação minuciosa, discutindo como o periódico se apresenta como um partido político neoliberal, que cobra repressão policial, desmantelamento de movimentos sociais e a desmoralização das ações coletivas de trabalhadores, tornando-se assim a voz de defesa dos interesses políticos e econômicos da classe dominante. Outra tese utilizando a revista *Veja* é da historiadora Luciana Klanovicz, intitulada *Erotismo na cultura dos anos 1980: censura e televisão na revista Veja*³⁵, que discute questões voltadas ao gênero, como o comportamento das mulheres, o erotismo, a heterossexualidade e a censura, frente ao processo de redemocratização no Brasil.

³¹ Ver: BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil - 1800 - 1900**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. Também: BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil - 1900 - 2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

³² Ver: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980)**. Curitiba: Editora CRV, 2014.

³³ Ver: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016.

³⁴ Ver: SILVA, Carla Luciana. **Veja: o indispensável partido neoliberal (1989 a 2002)**. Tese de Doutorado em História. UFF, Niterói, 2005.

³⁵ Ver: KLANOVICZ, L. R. F. **Erotismo na cultura dos anos 1980: censura e televisão na revista Veja**. Tese de Doutorado em História. UFSC, Florianópolis, 2008.

Na área da Comunicação Social, faço referência à obra *Ser mãe é... A maternidade normalizada pelo discurso jornalístico*³⁶, da jornalista Ariane Pereira, tendo como proposta mapear e discutir os processos de objetivação que levam as mulheres a se reconhecerem como mães, a partir de uma análise discursiva da revista *Pais & Filhos*, utilizando-se de um referencial teórico metodológico foucaultiano, o qual penso ser uma abordagem pouco explorada pelos historiadores da imprensa, pois grande parte dos trabalhos trilham nos caminhos abertos pelos filósofos Theodor Adorno e Max Horkheimer, da Escola da Frankfurt.

Ainda, destaco a expressividade das centenas de artigos científicos publicados nos últimos anos, tratando dos mais variados temas que abordam a imprensa brasileira. Conteúdo atualizado que permite aos pesquisadores novos e diferentes olhares, revisões e compreensões sobre a trajetória e complexidade dos impressos que circulam/circularam no Brasil. Importante considerar que a revisão e o diálogo feito com as produções dos trabalhos neste campo, embora alguns não citados diretamente nesta pesquisa, foram essenciais para o embasamento teórico-crítico e para o direcionamento do meu olhar.

Como a investigação deste trabalho focaliza um recorte temporal recente de nossa história, penso ser pertinente o engajamento nas discussões que abrangem o campo da história do tempo presente, visto que, as apreciações desta pesquisa e a utilização do passado para compreensão do presente, já estariam presentes em outros momentos de nossa história, por exemplo, no longo e lento processo de redemocratização que o Brasil ainda atravessa.

Os debates sobre tempo se acaloraram com a criação do Instituto de História do Tempo Presente (IHTP), em 1978, na França, que veio implicar diretamente nas reflexões sobre tempo, memória, identidade e, sobretudo, historicizar a emergência do novo campo. Na historiografia brasileira, este debate é ainda mais recente. Segundo Ferreira, o interesse pela história do tempo presente acompanhou o processo de redemocratização do Brasil no final da década de 1980 e, consolidou-se na década seguinte devido a uma demanda social em descobrir a trajetória dos

³⁶ Ver: PEREIRA, Ariane Carla. **Ser mãe é...** A maternidade normalizada pelo discurso jornalístico. Curitiba: Appris, 2018.

grupos e minorias reprimidos, já que estes estavam preocupados em resgatar suas heranças culturais e suas memórias³⁷.

Desde a criação do ITHP e sua propagação principalmente pela Europa, a história do tempo presente foi alvo de inúmeras críticas e pré-julgamentos, o que à obrigou a buscar consistência, definir sua metodologia e legitimar-se como "uma nova concepção da operação historiográfica"³⁸. O historiador francês Henry Rousso, apresenta grandes contribuições neste sentido. Para ele, é necessário uma distinção entre história do tempo presente e história contemporânea que se caracteriza pela técnica e pela semântica. O historiador do presente enfatiza a investigação de seu próprio tempo, partindo de uma compreensão que, necessariamente, não é de um passado distante, mas sim de um passado próximo, partindo de uma experiência que o próprio historiador participa com os demais indivíduos e também com seu objeto; enquanto a concepção de história contemporânea provém de um recorte temporal que, para os historiadores franceses se inicia com a Revolução Francesa, em 1789, e, portanto, pode abranger a totalidade dos séculos XIX e XX³⁹. Outra contribuição importante para o campo parte de François Dosse. O francês distinguiu a história do tempo presente de uma história imediata, instantânea, que para os críticos seria uma espécie de história/jornalismo. Neste campo historiográfico, a concepção sobre presente é entendida como uma lacuna entre o passado e o futuro, no qual o historiador do tempo presente pode interferir sobre a verdade histórica, nunca absoluta, pois sempre uma interpretação. Dosse ainda ressalta que a importância da compressão do presente neste campo historiográfico é essencial e trata-se de uma tarefa básica, inicial em uma investigação histórica. Afinal, um sólido conhecimento de seu tempo auxiliará o historiador a partir deste presente condensado e límpido para ingressar em um passado denso e opaco⁴⁰.

Para René Rémond é relevante que o historiador do tempo presente inicie uma reflexão sobre seu objeto de estudo, já que conhecê-lo bem ajudaria a pensar nosso tempo presente e descrevê-lo. Logo, a tarefa não faria da história do tempo

³⁷ FERREIRA, Marieta de Moraes. Notas iniciais sobre a história do tempo presente e a historiografia no Brasil. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 10, n. 23, p. 80 - 108, jan/mar, 2018.

³⁸ DOSSE, François. História do tempo presente e historiografia. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 05 - 22, jan/jun. 2012, p. 07.

³⁹ ROUSSO, Henry. Sobre a história do tempo presente: entrevista com o historiador Henry Rousso. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 201 - 216, jan/jun. 2009.

⁴⁰ DOSSE, op. cit.

presente algo de maior facilidade. É uma falsa impressão acreditar que o historiador sendo uma testemunha viva de seu tempo, no qual vivencia experiências e lembranças, tornaria sua investigação histórica simples, superficial e sem compromisso com a verdade⁴¹. Como em qualquer campo historiográfico, independente do objeto, fonte e período histórico, deve prevalecer a ambição do historiador pela busca da verdade, "mesmo sabendo que não conseguimos jamais dominar essa verdade, mas apenas nos aproximar dela"⁴². Portanto, o desfecho de toda e qualquer investigação histórica são os consensos, resultantes de uma verdade possível.

Com efeito, a única diferença na investigação de um passado remoto e um passado muito recente seria o grau de distanciamento. Como afirmou Bloch, é imprescindível que nós, historiadores, compreendamos o passado como um dado que nada mais modificará, mas o conhecimento do passado é algo em progresso, que incessantemente se transforma e se aperfeiçoa⁴³. Assim, caminhando por este campo ainda estreito na historiografia, penso tratar-se de uma necessidade a discussão e a compreensão do nosso tempo presente. O historiador pode contribuir sobre as reflexões de nossa atualidade, disputando espaço com os cientistas políticos, sociólogos, economistas e jornalistas. O lugar do historiador já não é mais exclusivamente o arquivo, solitário e transcrevendo documentos empoeirados. Sua presença deve ser ativa nos debates públicos. É uma demanda discutirmos o presente em uma sociedade que se modifica rapidamente.

Também é necessário que o historiador do tempo presente tenha a consciência de que a história é parte de um todo e não algo que lhe pertence. Nosso ofício é confrontarmos nossa atualidade, diagnosticar nosso presente sob um olhar relativamente curto, que nos permita uma compreensão muito maior sobre aos detalhes, sobre as particularidades, minúcias, relações e articulações que envolvem os sujeitos. De fato, para o historiador do tempo presente "parece infinitamente menor a distância entre a compreensão que ele tem de si mesmo e a dos atores

⁴¹ RÉMOND, René. Algumas questões de alcance geral à guisa de introdução. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.). **Usos & Abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 203 - 209.

⁴² BÉDARIDA, François. Tempo presente e presença histórica. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.). **Usos & Abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 222.

⁴³ BLOCH, **Apologia da história, ou, o ofício de historiador**.

históricos, modestos e ilustres, cujas maneiras de sentir e pensar ele reconstrói"⁴⁴.

Desta forma, podemos afirmar que o manuseio de *Veja* como objeto de estudo e a história do tempo presente fazem relações entre si, visto que os periódicos são compostos por práticas discursivas que atravessam nossa atualidade. Neste panorama, apresento como fio condutor deste trabalho a organização dos saberes e o exercício do poder através das conduções de condutas pelos enunciados jornalísticos. Por meio da prática jornalística, *Veja* dissemina vontades de verdade que visam criar comportamentos conformes para/com seu público leitor. E, assim, o periódico configura-se como um guia social, político, econômico e cultural, que norteia e ilumina os caminhos a serem seguidos.

Em nossa atualidade vivemos dentro de uma malha infinita de discursos, que a todo momento se cruzam, provocam choques, lutas e conflitos, compreendidos, muitas vezes, como algo natural e não construído. Como afirma Foucault, "as práticas discursivas ganham corpo em conjuntos técnicos, em instituições, em esquemas de comportamento, em tipos de transmissão e de difusão, em formas pedagógicas, que ao mesmo tempo as impõem e as mantêm"⁴⁵. A produção do discurso em toda sociedade é controlada, selecionada e distribuída através de procedimentos de controle internos e externos, também por processos de funcionamento do discurso⁴⁶. Nesta perspectiva, o discurso torna-se objeto de desejo e veículo de poder, *Veja* é apenas mais um enunciativo em meio a um emaranhado de discursos.

Buscando uma metodologia para o manuseio dos periódicos e, também, para a análise dos enunciados jornalísticos disseminados por *Veja* no tempo presente, me atento para a arqueogenealogia do filósofo francês Michel Foucault. Esta metodologia busca desconstruir os conceitos, os saberes, as noções, o dito como essencial e fundamental na condição humana, dispõe-se pela desconstrução do que é visto e apresentado como natural.

A arqueologia, compreendida como a primeira parte desta metodologia, encarrega-se de fazer uma intensa investigação sobre a construção dos saberes humanos. Assim como Foucault minuciou na obra *As palavras e as coisas*, de 1966,

⁴⁴ CHARTIER, Roger. A visão do historiador modernista. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.). **Usos & Abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 216.

⁴⁵ FOUCAULT, Michel. **Resumo dos cursos do Collège de France (1970 - 1982)**. Trad. Andréa Daher. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997, p. 12.

⁴⁶ Idem., 2014a.

tendo como foco a emergência de saberes entre séculos XVI e XIX, como a filologia, a economia política e a biologia. Logo, "o homem é uma invenção recente"⁴⁷. No método arqueológico proposto por Michel Foucault, ainda na década de 1960, percebe-se sua inquietação ao propor uma metodologia que desfrutasse de um aprofundamento do problema, que percorresse as várias camadas que formam a história, cada uma com seu tempo e características próprias. São perceptíveis, também, as inquietações de Foucault ao propor uma metodologia que rompe com a velha história tradicional, linear, cronológica e contínua, segundo a qual estaríamos em uma constante evolução, sempre progredindo. Em todo caso, a arqueologia não é um método estrutural, nem mesmo "uma disciplina interpretativa"⁴⁸ que buscaria um discurso ou uma representação oculta, ou ligar um discurso ao outro, tão pouco definir pensamentos. A arqueologia parte do nosso presente e tem a tarefa de compreender as regras, as práticas e as condições que tornaram possível um discurso e não outro. Seu papel é analisar os arquivos e seu objeto são as coisas ditas e, em última análise, busca explicar as condições de possibilidades da emergência de saberes. A genealogia, proposta por Foucault no início da década de 1970, pode ser compreendida como um momento de ampliação do seu campo de estudo. Justamente por incluir nas análises as práticas não-discursivas, o não-dito, os silenciamentos, as expressões faciais, as arquiteturas, entre tantas outras formas discursivas. Se a arqueologia se preocupava com a emergência dos saberes, a preocupação da genealogia é analisar as formas de exercício do poder, examinar o saber em termos de estratégias e táticas⁴⁹.

Neste trabalho a arqueogenealogia será a base para a discussão da nossa sociedade atual. Afinal, "as relações de poder são muito mais fragmentárias do que unitárias. Mais do que compreender as inúmeras fragmentações do poder, é entender em que lugar ocorrem seus fluxos"⁵⁰, é buscar posicionar-se diante dessa rede de poder no momento da investigação histórica. Arqueologia e genealogia estão imbricadas. Afinal, todo saber é político e todo poder é uma relação de força.

⁴⁷ Idem., **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. 9ª ed. Tradução Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2007, p. 536.

⁴⁸ Idem., 2016, p. 170.

⁴⁹ Idem., 2014.

⁵⁰ SILVA, André Luís A. A ascensão dos periódicos dentro da historiografia e uma proposta teórico-metodológica a partir de uma leitura de Michel Foucault. **Sobre Ontens**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 55 - 68, jul/dez. 2018, p. 66.

Na perspectiva foucaultiana, o problema saber/poder são os instrumentos de análise das relações entre sujeito e jogos de verdade.

É fato que as pesquisas de Foucault são complexas, seu diagnóstico do presente relaciona os sentidos e os acontecimentos para destruir evidências, romper com as forças e interrogar o que parece natural. Foucault não buscava as causas, mas sim os movimentos. Sua ontologia tem como propósito tornar visível o que é visível. Segundo Foucault, o diagnosticador do presente tem o propósito de fazer as pessoas perceberem o que está acontecendo, "ele torna visível o que é visível, faz aparecer o que está tão próximo, tão intimamente ligado a nós que, por isso mesmo, não o vemos"⁵¹. Suas pesquisas possibilitam a eclosão de personagens marginalizados, como o louco, o doente, o anormal, o segregado, o homossexual, entre outros. A Nova História articulou-se com os caminhos abertos por Foucault e, portanto, acabou adotando muitos destes personagens que antes não eram vistos como agentes históricos. A proposta teórico-metodológica de Foucault também apresenta-se como um caminho alternativo para o historiador ao trabalhar com periódicos, uma trilha na qual podemos compreender os impressos dentro de um jogo de forças, a mídia como um espaço de inúmeras práticas, onde se articulam elementos, objetos e ações dos sujeitos que organizam, inventam, definem e vivenciam experiências diversas.

Dos vários espaços de *Veja*, este diagnóstico será feito especificamente em três deles. Cada capítulo deste trabalho é produto da análise de um espaço e todos são compostos pelo choque interior - interior (*Veja* com *Veja*) e interior - exterior (*Veja* com outros discursos em circulação). O primeiro local examinado é a *Carta ao Leitor*, justamente por se tratar do editorial de *Veja*. Escrito semanalmente pelos redatores-chefes, este espaço é identificado como uma seção informativa e opinativa. As *Cartas* possuem um fato e uma opinião. O fato informa sobre o que aconteceu e a opinião apresenta-se como a interpretação do acontecimento. *Carta ao Leitor* é publicada desde a primeira edição da revista em setembro de 1968, Situado nas primeiras páginas de cada exemplar, as *Cartas* buscam apresentar a reportagem principal da edição, levantar críticas e, também, falar sobre a própria revista e suas práticas. *Carta ao Leitor* tem por objetivo informar, mas sem compromisso com a imparcialidade e objetividade. No eixo inicial deste primeiro

⁵¹ FOUCAULT, Michel. A cena da Filosofia. In: _____. **Ditos & Escritos VII** - Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 246.

capítulo, o objetivo é examinarmos as *Cartas* que evidenciam vontades de verdade. Como, através de seus enunciados, *Veja* busca construir credibilidade junto a seus leitores para que esses tomem seus discursos como verdadeiros. Nestas *Cartas*, a prática jornalística de *Veja* é utilizar o espaço para fala de si mesma, no intuito de alimentar sua autenticidade e legitimidade como veículo de comunicação. No segundo eixo do capítulo, as análises focalizam nas *Cartas* que evidenciam conduções discursivas, ou seja, como *Veja* conduz a conduta de seus leitores, interferindo em seu modo de pensar, agir e sentir. Sustentada por sua autoria e seu poder de fala, *Veja* torna-se um guia, um manual com todas as indicações, fórmulas e receitas para resolver os problemas da economia e da política brasileira.

O segundo espaço analisado são as *Páginas Amarelas*, o ambiente semanal de entrevistas de *Veja*. Assim como *Carta ao Leitor*, as *Páginas Amarelas* também acompanham o periódico desde seus primórdios⁵². Cada entrevista tem entre 10 e 15 perguntas, que somam três páginas escritas, sendo a única ilustração a fotografia do entrevistado na página de abertura. As entrevistas têm manchete, chamada e algumas janelas⁵³ que ressaltam frases ditas pelos convidados entrevistados. No primeiro eixo deste segundo capítulo o foco são as temáticas das entrevistadas mulheres, segregadas por *Veja* à discutirem sobre estética, beleza, sensualidade, música e educação dos filhos, caracterizando-se, assim, por falarem do espaço privado. As *Páginas Amarelas* apresentam-se como um espaço sexuado, já que homens e mulheres não são convidados a dissertarem sobre os mesmos assuntos, também, os homens possuem uma representatividade de 86,5% das entrevistas, enquanto as mulheres 13,5%. Assim, as temáticas reforçam a construção social de uma dualidade patriarcal, responsável pela emergência do espaço privado/mulher e público/homem. Neste contexto é necessário discutirmos gênero como uma categoria para a análise histórica, assim como propôs Joan Scott. Seu conceito e definição de gênero são fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho⁵⁴. No segundo eixo deste capítulo, atentaremos para as temáticas dissertadas pelos entrevistados homens, dando ênfase para os assuntos políticos e econômicos

⁵² Em junho de 1969 o dramaturgo e cronista Nelson Rodrigues foi o primeiro entrevistado na seção *Entrevista*, somente ao longo de 1970 o espaço de entrevistas passou a ser chamado de *Páginas Amarelas*, fazendo referência à coloração do papel utilizado em suas páginas.

⁵³ Falas pronunciadas pelos entrevistados que são publicadas em destaque nas páginas, geralmente em negrito e com tamanho da fonte ampliado.

⁵⁴ SCOTT, Joan. *Gênero: uma categoria útil para análise histórica. Gênero e a política da história*. Trad. Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. New York, Columbia University Press, 1989.

referentes ao espaço público. As diretrizes neoliberais são apresentadas e discutidas para/com os leitores e, mais tarde, utilizadas contra a presidenta Dilma Rousseff, em uma busca constante pela legitimação de sua má condução do país, resultando em seu *impeachment*. Neste exame é necessário compreendermos as *Páginas Amarelas* como um espaço de relação de poder, já que dentro dele estão inseridos o jornalista entrevistador, o convidado entrevistado e, também, os leitores.

O terceiro espaço de análise são as capas de *Veja*. Como em qualquer periódico, este espaço é o principal e, por conta disso, possui melhor acabamento ilustrativo. As capas selecionadas para análises trazem pautas políticas e jurídicas que, geralmente, estão ligadas à denúncias de corrupção. A manchete e a chamada de capa buscam causar impacto, tem por finalidade reforçar e legitimar o conteúdo visual, ao mesmo tempo que convocam o público à leitura. As capas de *Veja* tem por objetivo principal chamar a atenção de seus leitores para determinado fato e/ou reportagem que, a própria revista classifica como mais importante e por isso merece maior destaque. Assim, o objetivo deste capítulo é discutir o espaço da revista como um lugar de autoridade, no qual, através de articulações entre textos e imagens, busca-se construir grupos identitários. No primeiro eixo do capítulo, as capas examinadas evidenciam a construção de um *Nós*, formado por *Veja* e pelos leitores que aderem as objetividades, mas, também por personagens forjados como heróis, aqueles que lutam por um Brasil com justiça, ordem e sem corrupção, logo, compartilham das mesmas condutas e por este motivo podem nos servir de referência. Em contraponto, no segundo eixo de análises, as capas selecionadas evidenciam a pretensão de *Veja* em identificar e articular *Eles*, os corruptos, aqueles que provocam a desordem no país e colocam em risco a soberania nacional. Trata-se, portanto, em distinguir *Eles* de *Nós*, criando dois grupos identitários. Dentro desta dualidade, as capas de *Veja* trabalham forjando um maniqueísmo, uma dicotomia entre bem e mal, heróis e vilões.

Em suma, a proposta é analisar como os discursos jornalísticos constroem narrativas sobre a história política brasileira, tendo em vista que seus enunciados produzem efeitos de verdade e encontram-se mergulhados em uma ampla rede de poder, no qual, a todo momento, prosperam articulações de elementos, objetos e ações dos sujeitos que inventam, organizam, definem e vivenciam experiências diversas no tempo presente. Assim, a relevância deste trabalho é por examinar o papel das mídias em nossa atualidade, em discutirmos como *Veja* apresenta-se

como enunciadora dos projetos políticos que estão em jogo dentro do país, disputando com a História a produção de narrativas sobre o Brasil. As discussões de cunho teórico, são uma possibilidade de reflexão sobre o encontro de dois campos de saber: História e Jornalismo.

Capítulo I

CARTA AO LEITOR: a condução de condutas pela disseminação de vontades de verdade

A imprensa brasileira fala muito de si mesma e gosta que falem dela. Mas é pouco competente na reflexão sobre a sua própria história.

João Batista Natali

1.1 As vontades de verdade no discurso jornalístico

O que é um autor? Que importa quem fala? Estas foram algumas das indagações que motivaram as reflexões durante a conferência apresentada pelo filósofo francês Michel Foucault à *Société Française de Philosophie*, em 1969, na França. A proposta inicial foi pensar o que é um autor e as características fundamentais da função-autor. Foucault também questionou e criticou a autenticidade autoral que, muitas vezes, é sobreposta ao que é dito, fazendo o anonimato desprezível. Segundo Foucault, até o final do século XVIII, a maioria dos escritos circulavam sem assinatura e a expressão do autor poderia ser digna de pena. Decorrente das conquistas burguesas, entre elas o individualismo e a propriedade, emergiu, então, o autor individualizado e, junto com ele, a confiabilidade e a credibilidade em sua produção. "Estatuto que foi dado, a partir de que momento, por exemplo, pôs-se a fazer pesquisas de autenticidade e de atribuição"⁵⁵. Tal noção de autoria individualizou as ideias e os conhecimentos. Assim, o conceito de autoria funciona dentro dos domínios do saber, individualizado, autêntico e valorizado. Portanto, o autor passou a ser

Não é simplesmente um elemento em um discurso, ele exerce um certo papel em relação ao discurso: assegura uma função classificatória; tal

⁵⁵ FOUCAULT, O que é um autor? In: _____. **Ditos & Escritos III** - Estética: Literatura e pintura, música e cinema. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009, p. 267.

nome permite reagrupar um certo número de textos, delimitá-los, deles excluir alguns, opô-los a outros. (...) o nome do autor funciona para caracterizar um certo modo de ser do discurso⁵⁶.

Ainda segundo Foucault, o autor passou a desempenhar uma função que é "característica do modo de existência, de circulação e de funcionamento de certos discursos no interior de uma sociedade"⁵⁷. Para Chartier, a função autor tem como característica a classificação dos discursos, permitindo exclusões ou inclusões em um *corpus*, atribuível a uma identidade única. Seguindo este mesmo princípio, "a função autor não é nem universal, nem atemporal"⁵⁸, pois a sociedade possui diversos discursos que apresentam diferentes relações com a função autor.

Como detentor de um discurso apresentado, muitas vezes, como autêntico e confiável, os veículos de comunicação, como a imprensa escrita, são, assim, disseminadores de vontades de verdade. Desse modo, logo em sua primeira edição, *Veja* já explanava qual seria sua missão na sociedade brasileira em texto assinado por Victor Civita e publicado como *Carta ao Editor*.

O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo de *Veja*⁵⁹.

A seção *Carta ao Leitor* só ganhou este nome a partir das edições de abril de 1969, substituindo a antiga coluna denominada *Carta do Editor*, presente em *Veja* desde sua primeira edição. As primeiras *Cartas* publicadas ainda nos anos 1968 e 1969, contavam com a assinatura dos editores-chefes da época, Victor Civita (1907 - 1990) e Mino Carta (1933). A mudança do nome da principal seção de *Veja*, afirmava ainda mais seus objetivos: falar diretamente com seus leitores e buscar um contato mais próximo, o que ao longo das décadas tornou-se uma característica da revista.

⁵⁶ Ibidem., p. 273.

⁵⁷ Ibidem., p. 274.

⁵⁸ CHARTIER, **O que é um autor?** Revisão de uma genealogia. Trad. Luzmara Curcino e Carlos Eduardo de Oliveira Bezerra. São Carlos: EdUFSCar, 2014, p. 12.

⁵⁹ *Veja*, edição 01, 11/setembro/1968, p. 21.

Assim, logo em seu primeiro discurso, Civita traça objetivos, busca promover a autenticidade e o compromisso de *Veja*, visando dar legitimidade à um veículo de comunicação que acabava de nascer no país. Seu discurso inaugural compreende o Brasil como um sujeito e os regionalismos como uma ignorância a ser combatida. Mais do que uma revista de informação semanal, nascia, naquele contexto brasileiro, um dispositivo que interviria dentro dos espaços de sociabilidade, responsável pela fiscalização do poder público, contribuindo semanalmente na interpretação dos fatos, atuando na construção/desconstrução de identidades e na constituição do nosso modo de vida. *Veja* é apenas mais um entre os inúmeros outros já existentes que aproveitam-se de seu caráter autêntico para noticiar, opinar, classificar, esconder, manipular, ludibriar, ou simplesmente optar pelo silenciamento do fato, visto que o que é publicado em um periódico parte de uma seleção.

Partindo do princípio da autoria, de sua função e do reconhecimento de *Veja* como um potente dispositivo interventor no meio social, o objetivo deste capítulo é examinar como *Veja* busca reforçar/manter sua credibilidade frente aos leitores em um período politicamente e economicamente conturbado e confuso da história recente do Brasil, no qual os indivíduos encontram-se em uma crise moral, sem rumo e perspectiva de futuro. A investigação neste primeiro capítulo encarrega-se em examinar (1) a prática que *Veja* utiliza para alimentar sua legitimidade e seu compromisso como veículo de comunicação, destacando sua trajetória e promovendo sua funcionalidade dentro do convívio social; (2) a prática da legitimação da verdade, o comprometimento de *Veja* com a objetividade, trazendo sempre a veracidade dos fatos para seus leitores; (3) o trabalho impetuoso e eficiente de *Veja* na apuração e investigação dos fatos relacionados à política brasileira. Para auxiliar na compreensão de tais práticas, a tabela a seguir foi elaborada de modo a permitir uma melhor visualização das temáticas abordadas em *Carta ao Leitor* das edições publicadas entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016. Também, destaco através de um sombreamento na tabela, as temáticas que serão abordadas para as investigações em torno deste primeiro capítulo.

Tabela 01 - Temáticas de *Carta ao Leitor*, revista *Veja* (2011 - 2016)

TEMÁTICA DA CARTA	QUANTIDADE DE CARTAS
Temática central: Política brasileira Sub-temas: Democracia; Eleições; Corrupção; Congresso; Burocracia; Reforma política; Patrimonialismo; <i>Impeachment</i> ; Diplomacia.	80
Temática central: Revista <i>Veja</i> Sub-temas: Missão jornalística; Função social; Compromisso; Jornalismo investigativo; Conquistas; Trajetória; Liberdade de expressão, Revista <i>Veja</i> como manual; Guia político e econômico.	59
Temática Central: Economia brasileira Sub-temas: Protecionismo; Mercosul; Privatizações; Investimentos; Gastos públicos; Infraestrutura; Impostos; PIB; Inflação; Taxa de juros; Plano Real.	42
Temática Central: Sociedade brasileira Sub-temas: Cultura; Movimentos sociais; Desenvolvimento; Direitos Humanos; Manifestações; Consumo; Exclusão social.	39
Temática central: Poder Judiciário Sub-temas: Constituição; Investigações; PEC; Ministério Público.	35
Temática central: Política/Economia externa Sub-temas: Terrorismo; ONU; Manifestações; Eleições; União Europeia; Desenvolvimento; PIB; Conflitos.	26
Temática central: Carreira pessoal/profissional Sub-temas: Empreendimentos; Homenagens póstumas; Biografia; Celebidades.	18
Temática central: Cultura Sub-temas: Programas de TV; Internet; Novelas; Música; Religião; Redes sociais.	9
Temática central: Esporte Sub-temas: CBF; Olimpíadas 2012 e 2016; Copa do Mundo 2014; UFC.	5
TOTAL:	313

Fonte: O autor.

Das 313 edições publicadas no período analisado, 59 *Cartas* (18,8%) são utilizadas por *Veja* para se autorreferenciar, reforçando sua imagem de veículo digno de credibilidade e papel social:

A missão primordial de uma revista semanal de informação é organizar os fatos de modo que o leitor possa entender a realidade de uma forma coerente, contextualizada e útil para a vida dele. O mundo é complicado e, a cada semana, *Veja* se esmera em descomplicá-lo para você⁶⁰.

⁶⁰ *Veja*, edição 2206, 02/março/2011, p. 11.

Neste trecho, é importante destacar o que *Veja* elege como imprescindível para ser uma boa revista de informação. O periódico cria a noção de um mundo complicado e difícil se viver, depois encarrega-se de trazer para seu leitor notícias coerentes e contextualizadas, a fim de organizar sua vida, pois para *Veja*, seu público é alguém que necessita de um dispositivo que apresente o mundo de forma fácil, que o descomplice. *Veja* entende seu público apenas como receptores de notícias que, são organizadas e selecionadas para serem úteis em sua vidas.

Ao organizar e descomplicar os fatos, *Veja* confere à seus leitores uma versão, aquela apresentada como a correta, digna de confiança. Essa organização e esse descomplicar, dirigem o olhar do leitor que passa a ler o mundo, ser e estar nele a partir da perspectiva orientada por *Veja*, como é possível perceber na *Carta* publicada na edição de 13 de julho de 2011:

Veja não mudou. Continua, como sempre, fiel à missão definida por Rui Barbosa de ser "a vista da Nação", o instrumento pelo qual "(...) ela acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonegam, ou roubam (...)"⁶¹.

Assim, na edição 2225, *Veja* reafirma para seus leitores e também para quem duvida do conteúdo publicado por ela que não se deixa cegar, ensurdecer e, muito menos, se calar diante dos acontecimentos. Características que ela confere a si mesma para reforçar o status de verdade de seus discursos num momento sócio-histórico de grande polarização política-ideológica no país. Ao presenciar a emergência de novas formas de produção e disseminação de informação, *Veja* exalta sua condição de "imprensa tradicional, que apura exhaustivamente os fatos, esmiúça a realidade, fiscaliza o poder e denuncia os malfeitores"⁶². Nesse sentido, sua história é usada como argumento:

Veja nunca perdeu de vista essa dimensão humana no cumprimento de sua missão de "informar, esclarecer e entreter o leitor, elevando seu nível de compreensão dos fatos, dos fenômenos sociais, políticos, culturais, econômicos e tecnológicos relevantes para sua vida pessoal, familiar e profissional". Regularmente, desde sua criação, há 46 anos, a revista traz reportagens que abordam a necessidade de as pessoas

⁶¹ *Veja*, edição 2225, 13/julho/2011, p. 12.

⁶² *Veja*, edição 2226, 20/julho/2011, p. 12.

buscarem respostas a suas mais profundas ansiedades, indagações e perplexidades⁶³.

Desta forma, *Veja* configura-se como um dispositivo biopolítico que busca regular, modular e transformar a vida pessoal, familiar e profissional dos indivíduos, levando respostas para suas ansiedades, indagações e perplexidades. *Veja* mostra a que veio, é necessário lembrar a todo instante à seus leitores qual é sua missão e funcionalidade, seu compromisso e sua utilidade em uma sociedade democrática. Também é notável em algumas *Cartas*, a exaltação de *Veja* a si mesma. O orgulho demonstrado pelas reportagens que faz, edições que publica, pela própria história e pela história do Brasil que desde 1968, não só conta mas ajuda a escrever. Gloriosa, então, afirma ao seu leitor que "se orgulha da excelência de seu jornalismo. Mas se orgulha, sobretudo, de mais uma vez cumprir o papel da imprensa livre"⁶⁴, quando na edição de 10 de setembro de 2014 publica a *Carta: Uma edição memorável*. O mesmo já havia ocorrido anteriormente, por exemplo, na edição 2214, quando a revista publicou em 27 de abril de 2011 a *Carta: Veja funciona*, a qual a dava ênfase para suas denúncias de corrupção.

Nada dá maior sensação do dever cumprido a *Veja* do que verificar que um determinado trabalho de apuração resultou em providências por parte das autoridades no sentido de investigar as revelações feitas pelos profissionais da revista. Para nossa satisfação, isso tem sido uma constante história de *Veja*. São sinais gratificantes não apenas de que a missão jornalística continua essencial, mas também de normalidade democrática e vigor das instituições no Brasil⁶⁵.

Também, na edição de 25 de dezembro de 2013 em *Carta* que tratava da sua função dentro da sociedade brasileira, tendo como princípios institucionalizados desde sua criação em 1968, a vigilância do poder público, denúncia de abusos e a busca por transparência.

Veja se mantém firme na trajetória vitoriosa que fez dela a maior, mais lida e mais respeitada revista do Brasil. Uma análise de sua história de quase meio século mostra como traços definidores a independência, a coragem, o compromisso com a busca honesta da verdade, a

⁶³ *Veja*, edição 2420, 08/abril/2015, p. 10.

⁶⁴ *Veja*, edição 2390, 10/setembro/2014, p. 13.

⁶⁵ *Veja*, edição 2214, 27/abril/2011, p. 14.

disposição inarredável de servir em primeiro lugar o leitor e, nisso posicionar-se sempre a favor do Brasil⁶⁶.

Enaltecendo sua trajetória vitoriosa, *Veja* intitula-se como a maior, a mais lida e respeitada revista do Brasil, justamente em um período de baixa em suas vendas⁶⁷. Desde 2012 a tiragem e a quantidade de páginas por edição de *Veja* têm diminuído por conta de uma crise instalada em todo o setor de impressos. O acesso a informação nas redes sociais de modo gratuito fez fechar editoras, livrarias, jornais e revistas. É justamente para enfrentar essa crise que *Veja* recupera sua história, para se mostrar importante frente seu leitor, leva-lo a compra-la seja em banca ou através de assinaturas. Nesta busca constante por legitimidade em *Carta ao Leitor*, *Veja* toma posse de sua história, apropria-se dela para se legitimar, por exemplo, quando *Veja* discursa sobre a censura⁶⁸ que sofreu logo em seus primeiros anos de circulação, esse é um discurso no qual *Veja* retoma a um acontecimento que viveu, para se legitimar junto ao seus leitores no sentido de que ela sofreu censura, mas nunca deixou de cumprir sua missão, de esclarecer minuciosamente os fatos para seu público leitor.

Ao longo de quase 43 anos de existência, *Veja* teve de driblar a censura da ditadura militar, foi ameaçada por extremistas de direita e esquerda (...) *Veja* ultrapassou toda sorte de obstáculos para exercer sua missão de fiscalizar o poder e denunciar os que subtraem a nação⁶⁹.

Ao retomar as características do jornalismo para se autoexaltar, *Veja* tece comentários, ou seja, adiciona ideias novas e discursos já estabelecidos. Segundo Foucault, o comentário é conceituado como um dos procedimentos de controle

⁶⁶ *Veja*, edição 2353, 25/dezembro/2013, p. 12.

⁶⁷ O levantamento completo poder ser conferido em Mídia Dados 2011 - Grupo de Mídia de São Paulo: www.gm.org.br.

⁶⁸ Segundo a biografia de *Veja* feita pelas historiadoras Muza Velasquez e Beatriz Kushnir de 2001, a revista teria sofrido censura inúmeras vezes entre os anos 1968 e 1976, a qual obrigava *Veja* a retirar parcialmente textos, fotografias e reportagens que colocassem em risco os princípios de defesa nacional. Entre 1974 e 1976 a revista passou a ser vigiada, toda edição antes de ser publicada deveria ser conferida por um censor do governo. A edição nº 15 de 18/dezembro/1968 e a edição nº 168 de 01/dezembro/1971 foram apreendidas pelos militares e retiradas de circulação. Ver mais em: KUSHNIR, Beatriz; VELASQUEZ, M. C. C. . *VEJA* (verbete). In: Alzira Alves de Abreu; Israel Beloch; Fernando Lattman-Weltman; Sérgio Tadeu de Niemeyer Lamarão. (Orgs.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro pós-1930**. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001, v. 5, p. 6001 - 6005. Reintero que *Veja* legitima-se pelo fato para enaltecer sua persistência em informar os leitores mesmo dentro de um regime totalitário.

⁶⁹ *Veja*, edição 2229, 10/agosto/2011, p. 12.

interno do discurso, surge da repetição, baseando-se em discursos pré-existentes ou pré-estabelecidos⁷⁰. Em *Veja*, os discursos que fiz referência se ocupam desta prática, pois são repetitivos, dentro de um pequeno espaço de tempo, mas que com o decorrer das publicações de cada edição, um discurso vem sempre se sobrepondo sobre o outro, seu reaparecimento é algo novo, pois trata-se de outra edição, de outro momento histórico. Complementar ao conceito de comentário, o autor, o qual possui a função de agrupar os discursos, portanto, nas *Cartas de Veja*, "o autor, não entendido, é claro, como o indivíduo falante que pronunciou ou escreveu um texto, mas o autor como princípio de agrupamento do discurso"⁷¹. Ao retomar já-ditos para adicionar novos posicionamentos, *Veja* se vale de um comentário sem autor, já que a *Carta ao Leitor* não é assinada. Ainda em Foucault, uma crítica radical é feita sobre o conceito autor, no qual o filósofo manifesta uma recusa ao autor como uma propriedade biográfica, chegando até mesmo a defender a ideia de um anonimato, que nos permitiria descobrir as lacunas, funções e espaços deixados pelo autor⁷². Alinhando-se a este pensamento e, trazendo a discussão para dentro da análise dos periódicos, Prado frisa que:

Quando examinamos um texto, como uma capa de revista ou uma reportagem, por exemplo, dele é possível deduzir um contrato de comunicação posto por um enunciador e dirigido a um enunciatário, caracterizando uma ação comunicativa em que um discurso se instala ou se reinstala. O enunciador não é o jornalista em carne e osso, mas uma função-autor, uma entidade institucional de autoria⁷³.

Essa entidade é a própria revista - a mais antiga e tradicional entre as generalistas em circulação no Brasil. Ao exaltar o cumprimento, edição após edição, de sua missão enquanto veículo jornalístico, *Veja* também reitera que o faz porque seu compromisso é com seu público leitor, que espera dela sempre a versão mais próxima do que seria a realidade, isto é, a verdade. A prática de dizer o verdadeiro, então, também é explorada na *Carta ao Leitor* como característica crucial de *Veja* e seu maior diferencial.

⁷⁰ FOUCAULT, **A ordem do discurso**.

⁷¹ *Ibidem.*, p. 25.

⁷² *Idem.*, 2009.

⁷³ PRADO, **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, p. 45.

Desde o seu primeiro número, em setembro de 1968, nunca paramos de buscar a verdade, de pôr a mão onde muitos tiveram medo de fazê-lo, de denunciar o que deveria ser denunciado (...) o rigor no trato com as informações sempre nos guiou, sem compromisso com o erro⁷⁴.

Novamente, *Veja* trabalha com seu passado, um passado legitimador de seus atos, salientando seu comprometimento desde sua primeira edição, exercendo seu dever em denunciar as mentiras e buscar rigorosamente a verdade, sem espaços para erros. É importante para *Veja*, lembrar os leitores de sua trajetória, o que *Veja* fez e o que *Veja* enfrentou. Utilizar-se do passado, continua sendo para *Veja* uma estratégia, também, um suporte no qual em vários momentos ela recorre. E, assim, *Veja* convoca seu leitor a compartilhar de suas mesmas posições, como na edição de 17 de setembro de 2014, quando publica uma *Carta* sobre a campanha política suja, mentirosa e manipuladora que Dilma Rousseff e o Partido dos Trabalhadores (PT) estão fazendo na televisão. A edição 2391, então, mais uma vez, é responsável por jogar luz nas trevas políticas brasileiras.

O que o PT produz quando controla a mídia? Mentiras, exageros, manipulações e acusações falsas, que fariam a desgraça de qualquer órgão de imprensa sério e independente. Felizmente vivemos em uma democracia e *Veja*, mais uma vez, cumpre seu papel nela, desmascarando mentiras dadas como verdades. Esse é o nosso compromisso com o leitor, e nele vamos perseverar⁷⁵.

A legitimação da verdade no discurso de *Veja* vem sempre acompanha de palavras como democracia e Brasil, as quais potencializam o discurso na medida que unem os leitores, independente do viés político. É uma estratégia de persuasão utilizar palavras, símbolos e valores morais para criar laços de pertencimento e emocionais. Trata-se de um meio fácil de quebrar barreiras com o público e, assim, conquistar empatia e construir uma imagem limpa e honesta de si mesma.

Em seus 46 anos de história, *Veja* sempre esteve ao lado do Brasil e, nessa trincheira, muitas vezes contrariou governantes, partidos e políticos por revelar fatos incômodos que eles preferiam manter longe dos olhos do público. *Veja* tem compromisso com a verdade, com o leitor e com o Brasil⁷⁶.

⁷⁴ *Veja*, edição 2338, 11/setembro/2013, p. 13.

⁷⁵ *Veja*, edição 2391, 17/setembro/2014, p. 12.

⁷⁶ *Veja*, edição 2398, 05/novembro/2014, p. 14.

Seu compromisso com a verdade, também está associado em confrontar políticos e partidos, ao mesmo tempo que enaltece seus leitores, é algo que fortalece os discursos de *Veja*.

É missão e vocação editorial de *Veja* discutir os temas que afetam a vida de todos nós. (...) Esse é o papel da imprensa livre e também é, simultaneamente, causa e efeito da democracia. Com iniciativas assim, *Veja* acredita manter seu compromisso de aprofundar o conhecimento e buscar a verdade⁷⁷.

A obseção pela verdade é uma estratégia eficaz de convocação dos leitores para que consumam o mesmo posicionamento - já que verdadeiro - da revista. Ou seja, é uma convocação que tem como intuito "construir um conjunto de pertencimento em que os valores comuns são postos e repostos na busca de uma identidade"⁷⁸.

As razões de *Veja* são sempre as mesmas: a busca pela verdade em nome do leitor e no interesse do Brasil. Sempre. (...) É assim porque o compromisso de *Veja* não é com os amigos, os governos, os anunciantes, nem mesmo com os acionistas da editora que publica a revista. Faz parte do código genético da revista ter, manter e honrar o compromisso com Sua Excelência, o Leitor⁷⁹.

A verdade de *Veja* é, apenas uma das verdades possíveis na medida em que, segundo Foucault, a verdade não existe a priori, ela é permanentemente inventada, construída e imposta; trata-se de uma produção que emerge através de relações de saber e poder⁸⁰. Antes dele, o filósofo alemão Friedrich Nietzsche conceituou a verdade como uma ilusão, uma enganação feita para manter nosso corpo e nossa mente adestrados. A verdade, assim, trata-se de uma imposição daqueles que exercem o poder⁸¹. A verdade não é algo natural, mas uma invenção útil.

Ela é produzida graças a múltiplas imposições. É ela que detém efeitos regulados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, ou seja, os tipos de discursos acolhidos por ela os quais ela faz funcionar

⁷⁷ *Veja*, edição 2477, 11/maio/2016, p. 10.

⁷⁸ PRADO, **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, p. 54.

⁷⁹ *Veja*, edição 2493, 31/agosto/2016, p. 10.

⁸⁰ FOUCAULT, **A arqueologia do saber**.

⁸¹ NIETZSCHE, Friedrich. **Sobre verdades e mentiras no sentido extra-moral**. Tradução de Fernando de Moraes Barros. São Paulo: Hedra, 2007.

como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos, a maneira como se sancionam uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para obter a verdade; o status dos que têm a tarefa de dizer o que funciona como verdade. (...) ela é produzida e transmitida sob o controle não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidades, exércitos, escritura, mídias); por fim, ela é o que está em jogo⁸².

Portanto, a verdade é construída, é imposta, centrada dentro dos discursos científicos e nas instituições que a produzem. Tal sistema de instituições são os lugares e as pessoas vinculadas a eles, que possuem autorização para o dizer, ou seja, locais onde emergem e são impostos saberes. Como exemplo, Foucault trouxe em suas pesquisas as prisões, a psiquiatria, o manicômios, a medicina e, seguindo sua análise, na atualidade, podemos incluir os veículos de comunicação como instituições que detém poder de fala e, ainda carregam consigo mesmo o estatuto de ser a voz da verdade nas sociedades contemporâneas que, como afirma Chartier, certifica e atribui veracidade a "alguns discursos e não a outros"⁸³. Na perspectiva foucaultiana, o saber é compreendido como uma forma de dominação para se chegar a uma verdade, a exemplos do saber médico, religioso, jurídico e, nesta análise, o saber jornalístico, construído através de uma série de regras e imposto na sociedade, ele é fruto de um conjunto de enunciados, que se ordenam devido a prática discursiva.

A busca pela verdade é uma meta que os jornalistas devem ter ao realizar seu ofício. Neste ponto, entendo que há uma convergência entre jornalistas e historiadores, pois ambos em suas narrativas chegarão a verdades possíveis. Com efeito, a imparcialidade, isenção e neutralidade dentro dos enunciados jornalísticos, nada mais são do que grandes mitos, são "palavras que se repetem nos livros sobre noções e técnicas de reportagem e nos manuais de redação. Conceitos, aprendem os jornalistas em sua formação, que devem sintetizar a trajetória de apuração e escrita das reportagens"⁸⁴. São princípios impossíveis de serem alcançados. O mito da objetividade dentro dos meio de comunicação é aguçado por pelo menos três pontos. O primeiro deles é que os profissionais em seu ofício não conseguem

⁸² FOUCAULT, Michel. A função política do intelectual. In: _____. **Ditos & Escritos VII** - Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 217.

⁸³ CHARTIER, **O que é um autor?** p. 40.

⁸⁴ PEREIRA, Ariane Carla. **Rota 66 em revista** - as resistências no discurso do livro-reportagem. Guarapuava: Editora Unicentro, 2010, p. 29.

desprender-se totalmente de suas convicções, crenças e percepções de mundo. O segundo ponto, é que nós, serem humanos, não contamos os acontecimentos necessariamente como vemos, e isto acontece com os jornalistas quando narram ou escrevem os fatos. Terceiro ponto, como destaca Ariane Pereira, ao elaborar um texto, o jornalista é levado a fazer escolhas, desde o vocabulário as fontes e o que dirão no texto⁸⁵. São decisões tomadas de forma subjetiva. O debate sobre a imparcialidade e a neutralidade dos veículos de comunicação é até um tanto remoto, visto que vários pesquisadores de diversas áreas de conhecimento vieram ao longo do tempo alimentando esta discussão, debatendo sobre a história da/na imprensa, seu desenvolvimento e função na sociedade. Em *Veja*, a busca constante por conferir legitimidade e veracidade ao discurso, é o que Foucault chamou de vontade de verdade, um princípio de exclusão/separação dos discursos verdadeiro e falso, sustentado por um sistema de instituições que o produzem, conduzem, aplicam, valorizam e atribuem regras para o seu funcionamento⁸⁶. O foco da análise em *Veja*, é de que ela produz um discurso que traça seus objetivos, sua missão jornalística, e isso é colocado como uma verdade, *Veja* utiliza sua autoria para obter a credibilidade, para mostrar aos seus leitores que o seu ofício é verdadeiro. E, dessa forma, esse discurso busca excluir a dúvida, o debate, o confronto com outros veículos de comunicação e os devidos questionamentos sobre a função desempenhada por *Veja*.

Tanto Foucault, quanto Chartier, apontam a autoria como uma função que se desenvolveu ao longo de um processo histórico⁸⁷. Assim, na atualidade, o nome do autor, quase sempre, é o que dá sustento e autenticidade à um discurso, conferindo a ele estatuto de veracidade. Dessa forma, desde seu processo de modernização, no começo do século passado, o jornalismo pouco a pouco foi adquirindo o caráter e

⁸⁵ Ibidem.

⁸⁶ FOUCAULT, **A ordem do discurso**.

⁸⁷ É importante frisar que os autores discordam sobre o momento histórico em que a autoria passou a conceder autenticidade ao discurso. Para Michel Foucault, trata-se de uma conquista burguesa do final do século XVIII. Na revisão de Roger Chartier, foi no final do século XV com o surgimento da prensa móvel. Sobre esta discussão recomendo: FOUCAULT, Michel. O que é um autor? In: _____. **Ditos & Escritos III** - Estética: Literatura e pintura, música e cinema. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p. 264 - 298. Também: CHARTIER, Roger. **O que é um autor?** Revisão de uma genealogia. Trad. Luzmara Curcino e Carlos Eduardo de Oliveira Bezerra. São Carlos: EdUFSCar, 2014.

o status de um quarto poder⁸⁸. Imagem assumida por *Veja* ao se colocar na posição de defensora dos interesses do Brasil e dos brasileiros.

Desde que começou a circular, em setembro de 1968, a revista só tem um lado: o da defesa intransigente do Brasil. Em seus 48 anos de existência, *Veja* sempre se pautou pela luta por um Brasil em que o progresso econômico e social com igualdade de oportunidades para todos fosse a base de uma sociedade aberta, democrática, tendo a economia de mercado como motor da criação de riqueza. *Veja* sempre esteve entre as forças da nação que se unem em torno dos valores éticos comuns às sociedades civilizadas e avançadas⁸⁹.

Veja salienta, desse modo, que para uma sociedade avançar é necessário a manutenção de pilares como a democracia e a igualdade de oportunidades e aponta a economia de mercado como caminho para se alcançar o progresso e gerar riquezas. Ou seja, *Veja* insere um conceito do neoliberalismo entre as lutas e os valores da sociedade brasileira ao assumir e enunciar tal posicionamento, *Veja* alinha-se ao que Ariane Pereira define como jornalismo contemporâneo, praticado em tempos de governamentalidade neoliberal apresenta-se como um mecanismo poderoso de poder que, pela máscara da isenção, coloca-se como voz da verdade e atua como um instrumento de ação sobre o meio, sobre populações⁹⁰.

Conduas essas que são guiadas, assim, a partir de uma perspectiva neoliberal do que é o sujeito, a economia, o trabalho, a política, entre outros. É assim que as pautas ligadas ao combate a corrupção no Brasil ganham destaque em *Veja* no período analisado. Investigações que também são defendidas em *Carta ao Leitor*.

Na semana passada, caiu mais um ministro que integrava o governo de Dilma Rousseff - Wagner Rossi, da Agricultura, abatido em meio a uma colheita de malfeitorias revelada pela sucursal de *Veja* em Brasília. Antes dele, foi a vez do ministro dos Transportes, Alfredo Nascimento, ser abalroado por denúncias desta revista⁹¹.

⁸⁸ Faço alusão à obra do jornalista Paulo Henrique Amorim, que utiliza a expressão para destacar o poder e a influência dos veículos de comunicação em relação à sociedade e também aos três poderes (Legislativo, Executivo e Judiciário). Ver mais em: AMORIM, Paulo Henrique. **O quarto poder: uma outra história**. São Paulo: Hedra, 2015.

⁸⁹ *Veja*, edição 2466, 24/fevereiro/2016, p. 10.

⁹⁰ PEREIRA, **Ser mãe é...**

⁹¹ *Veja*, edição 2231, 24/agosto/2011, p. 12.

Veja estabelece ênfase em denunciar a corrupção no Brasil e, ao mesmo tempo, ser uma instituição de vigilância e de fiscalização do poder. A *Carta* manifesta que a revista está presente neste combate e influente nas investigações e denúncias que abalaram o país. No discurso vigilante e fiscalizador de *Veja*, também, estão presentes metáforas, as quais introduzem o leitor ao texto e expandem sua compreensão. Ao mesmo tempo em que *Veja* emite um discurso duro sobre a política, utiliza as palavras abatido e colheita para expressar em tom irônico a demissão do ministro e seu envolvimento com corrupção. Fato que seria consequência do trabalho realizado pela revista três edições antes:

A sucursal de *Veja* em Brasília é a sentinela avançada da luta contra a corrupção por meio de reportagens investigativas. (...) O trabalho constante e disciplinado de investigação da sucursal já prestou inestimáveis serviços ao Brasil. (...) Ao contrário do que às vezes possa parecer, a imprensa tem uma influência tremenda quando trabalha com rigor e transparência⁹².

Num Brasil que aos olhos de *Veja* é um sujeito cego, ignorante e incapaz de compreender seu próprio cotidiano, a revista assume a responsabilidade (como prega o ideário neoliberal) de destrinchar regras e valores, mostrar os caminhos e, sobretudo, emitir alertas.

Veja se orgulha de ter desempenhado um papel fundamental em mais esse processo de depuração da vida política nacional. Foram os repórteres da revista que captaram os primeiros sinais da doença que tomava Brasília ao publicarem o vídeo em que um diretor dos Correios embolsava um propina em dinheiro vivo. A partir daí, *Veja* foi puxando o fio da meada até constatar que, ao que tudo indicava, a podridão havia subido a rampa do Palácio do Planalto e se instalado nas imediações e até no próprio gabinete presidencial⁹³.

Novamente o discurso metafórico é percebido, fazendo a analogia de que o Brasil/sujeito está tomado por uma doença, a corrupção. Logo, *Veja* já efetuou o diagnóstico e, agora, espera o remédio para sanar o paciente.

Lustra nosso orgulho o fato de *Veja* ser o órgão jornalístico que mais revelações exclusivas vem fazendo sobre o escândalo do petrolão. Mas o que realmente nos alegra é constatar que as instituições estão

⁹² *Veja*, edição 2228, 03/agosto/2011, p. 13.

⁹³ *Veja*, edição 2287, 19/setembro/2012, p. 12.

funcionando no Brasil, com independência e harmonia entre os poderes e com o primado da Justiça⁹⁴.

O destaque no recorte a cima é o petrolão. É necessário dar nomes para que exista alguma coisa e/ou objeto. Como afirma Foucault, os discursos não devem ser compreendidos como um conjunto de signos, mas como uma prática que forma sistematicamente os objetos de que falam. Assim, as coisas e os objetos em si não existem, são construções realizadas a partir da prática discursiva⁹⁵.

Nesse percurso, *Veja* recebeu aplausos e vaias, como sempre ocorre quando a revista assume um papel destacado pela vigilância sobre o poder. (...) É com orgulho que *Veja* registra as oscilações. Por operarem em polos opostos, ora à esquerda, ora à direita, elas revelam a retidão com que a revista procura cumprir sua missão de vigiar o poder - qualquer poder. (...) *Veja* recebe críticas e elogios com naturalidade e respeito, mas não abre mão de vigiar o poder e divulgar o que sabe, alicerçada na convicção de que a informação é o oxigênio da democracia⁹⁶.

As reportagens investigativas de *Veja*, de tão primorosas, enuncia a revista, vão além de informar o leitor, sendo a revista chamada a colaborar com os órgãos competentes para este ofício:

Incontáveis vezes, a revista forneceu, a pedido do Ministério Público, gravações, vídeos, fotografias, documentos, anotações obtidas por seus repórteres durante a apuração de casos de corrupção. Em inúmeras circunstâncias, reportagens de *Veja* foram tomadas como base para a abertura de inquéritos e até de comissões parlamentares de inquérito no Congresso Nacional⁹⁷.

Os últimos recortes chamam a atenção pelo modo com que denunciam a corrupção. Importante salientar que, o mar de lama presente na sociedade brasileira, é uma prática no jornalismo que já ajudou a destituir outros presidentes desde 1950, no Brasil. Portanto, o discurso de *Veja* não é inovador, mas operado dentro de uma cultura política e, por isso, utilizado de maneira estratégica nas *Cartas*. Não pretendo negar a importância não só de *Veja*, mas de todos os veículos de comunicação, no que diz respeito a vigilância dos poderes. É fato que a imprensa é um dos pilares

⁹⁴ *Veja*, edição 2454, 02/dezembro/2015, p. 10.

⁹⁵ FOUCAULT, **As palavras e as coisas**.

⁹⁶ *Veja*, edição 2478, 18/maio/2016, p. 15.

⁹⁷ *Veja*, edição 2428, 03/junho/2015, p. 10.

que sustentam um regime democrático de qualquer país, sendo livre e independente. O que destaco é a disposição de *Veja* por abordar a corrupção no Brasil e, sobretudo, a partir de uma investigação própria dos fatos. Afinal, a temática e o modo de abordagem reforçam e promovem a credibilidade da revista.

A prática jornalística na contemporaneidade, não se limita a apenas informar a sociedade através de seus noticiários, mas também é nítido o interesse de moldar populações, estabelecendo modos de ver, sentir e agir, dentro de uma esfera individual ou coletiva. Ao informar a sociedade, o jornalismo oferece, simultaneamente, modos de ler o mundo e posicionar-se nele. Isso é possível pelo fato de que vivemos em uma "sociedade de discurso"⁹⁸ que controla, limita e impõe regras para seu funcionamento. As *Cartas de Veja*, possuem o direito privilegiado de falar e disseminar saberes em uma sociedade de discurso. Sua produção, de certa, forma é conservadora, pois o número de indivíduos que discursam dentro dela, a revista, é limitado.

O que busquei evidenciar neste primeiro bloco de análises, foram as práticas utilizadas por *Veja*, ao longo dos anos, para a manutenção de uma imagem de revista comprometida com seus leitores, por isso digna de credibilidade e autenticidade. *Carta ao Leitor* enuncia vontades de verdade destinadas a legitimar a prática jornalística como um discurso confiável, de referência. A recompensa pelo desempenho destas atividades é receber o estatuto de verdade e a credibilidade depositadas pelos leitores. Em uma leitura foucaultiana, saber e poder são conceitos indissociáveis, trabalham articulados. Assim, toda vontade de verdade corresponde a uma luta pelo poder. É por isso que para *Veja* a manutenção de sua reputação é tão importante. Afinal, é esse estatuto que a torna apta a exercer poder sobre os indivíduos, porque seus leitores depositaram nela confiança. A questão de poder, deve ser pensada como "relações de poder"⁹⁹, caracterizando-se como modos de ações complexas, pois não é único e estável, mas configura-se como uma rede, no qual todos os indivíduos, instituições e governos o exercem, e também se submetem. Nesta análise, toda relação humana é um jogo de poder.

O diagnóstico realizado em *Veja* neste primeiro eixo de análises, nos direcionam para as características de uma sociedade de discurso, de um regime de

⁹⁸ FOUCAULT, **A ordem do discurso**, p. 38.

⁹⁹ REVEL, Judith. **Dicionário Foucault**. Trad. Anderson Alexandre da Silva. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011, p. 120.

verdade que se centraliza em uma instituição, a imprensa e também em um discurso, o jornalístico. Os trabalhos de Foucault já nos atentaram sobre essa prática, encontrada dentro de instituições como a psiquiatria, a medicina e as prisões. "O discurso verdadeiro era o discurso pronunciado por que tinha o direito de fazê-lo"¹⁰⁰. O desejo de verdade, que tanto inquietou Foucault, nos encaminha a uma consequência, de separarmos o que é verdadeiro ou falso, o que é racional ou uma loucura, o que é normal ou anormal, consolidado por instituições que detém o saber e o poder de fala. Neste trabalho, não diferente do que Foucault já explicitava em suas obras, o discurso de fato está relacionado com o desejo e o poder¹⁰¹.

No editorial *Carta ao Leitor* está a fonte da energia necessária para manter *Veja* um potente veículo de comunicação, legitimar seus discursos tem sido uma prática cada vez mais constante e fundamental para alcançar conduções, grandes vendas, conquistar novos públicos e assim sucessivamente no propósito de sempre rejuvenescer a cada edição. A constante busca pela legitimação dos próprios discursos tem por finalidade a obtenção da credibilidade e da confiança por parte do público chave para a condução de conduta. É nesse aspecto que surge a dúvida que norteará a segunda parte deste capítulo, ou seja, a configuração do texto não como uma *Carta* dirigida aos leitores, mas um guia para dirigir suas interpretações e os seus passos.

1.2 *Carta ao Leitor* ou Guia do Leitor?

Em dezembro de 1970 o filósofo francês Michel Foucault, ao assumir uma cátedra do *College de France*, pronunciou uma aula inaugural sobre o que ele chamou de *A Ordem do Discurso*, mais tarde publicado como livro. É nesse momento que Foucault inicia a transição da fase arqueológica para a etapa genealógica de seus estudos, incorporando ao ser-saber o ser-poder. Entre os conceitos enunciados nesse momento estão os processos de controle e funcionamento a que os discursos estão submetidos, além das relações que as práticas discursivas têm com os poderes que as permeiam.

¹⁰⁰ CASTRO, Edgardo. **Vocabulário de Foucault** - um percurso pelo seus temas, conceitos e autores. 2º ed. Belo Horizonte: Autentica, 2016, p. 422.

¹⁰¹ FOUCAULT, **A ordem do discurso**.

Independente do gênero (médico, político, jurídico, religioso, jornalístico, etc), para Foucault, todos os discursos são práticas descontínuas e emergem de um desejo por uma vontade de verdade que, por isso, está a todo momento em confronto com outras vontades de verdade. "O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo porque, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar"¹⁰². Essa luta pelo discurso acontece pelo fato de nossa sociedade ser formada por diversas formações discursivas que a todo instante buscam se sobrepor uma sobre as outras. É assim com *Veja* a sua *Carta ao Leitor*. Afinal, se "o poder exercido pelo discurso jornalístico permite a construção de determinado(s) saber(es)"¹⁰³, esse enunciado "produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso"¹⁰⁴.

Os discursos publicados por *Veja* ao circular, cotidianamente, entre seus leitores estão, também, permeados na sociedade como uma verdade, a verdade de quem está autorizado a dizer. Deste modo, as *Carta ao Leitor* acabam-se tornando uma espécie de guia social, um dispositivo biopolítico que ao mapear e explicar a realidade também direcionam olhares, conduzem comportamentos e subjetivam sujeitos. Voltando a tabela apresentada no início do capítulo¹⁰⁵, é possível encontrarmos manuais que ensinam passo a passo como combater os males do nosso país, inclusive o mais terrível deles, a corrupção.

O primeiro passo é diminuir drasticamente o número de funcionários públicos indicados por políticos. (...) O segundo passo é recrutar, dentro dessa estrutura enxuta, gente com currículo impecável - tanto no que diz respeito à ética quanto à habilitação profissional. O terceiro passo é estabelecer critérios de meritocracia que premiem aqueles que cumprem as metas exigidas, tanto entre os comissionados como entre os concursados. É exterminando essa praga do loteamento que se reduzirá ao mínimo possível o flagelo da corrupção¹⁰⁶.

Ao apresentar uma receita, *Veja* está buscando capacitar seus leitores, tornando-os aptos a assumirem seus lugares nas trincheiras nessa guerra liderada pela revista. Nessa direção, *Veja* insere-se como um dispositivo biopolítico,

¹⁰² Ibidem., p. 10.

¹⁰³ PEREIRA, *Ser mãe é ...*, p. 22.

¹⁰⁴ FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017, p. 45.

¹⁰⁵ Conferir tabela na página 36.

¹⁰⁶ *Veja*, edição 2231, 24/agosto/2011, p. 12.

preocupado em capacitar e orientar os leitores, para tornarem-se melhores cidadãos, profissionais e fiscalizadores do poder público.

É urgente não apenas punir com severidade e exemplaridade os corruptos já flagrados mas também podar as oportunidades que fazem o ladrão, diminuindo o número de cargos de preenchimento por negociação política. Os altos postos da administração permanente deveriam ser ocupados por cidadãos competentes selecionados por seu mérito técnico e um histórico de conduta ética impecável, formando um grupo de gestores de elite protegidos, por meio de mecanismos legais, das volatilidades políticas e até da alternância de poder. Só assim o Brasil estreitará as portas de entrada de corruptos e incompetentes na máquina administrativa do estado e melhorará enfim, a gestão da coisa pública¹⁰⁷.

Separadas por três meses, as edições 2231 e 2244 abrem fogo contra um mesmo inimigo: o loteamento de cargos políticos. Prática que, segunda a revista, além de premiar a incompetência, também facilita a corrupção. Nesse percurso, a revista mais uma vez demonstra seu alinhamento com o neoliberalismo ao defender a meritocracia. Além disso, *Veja* também lança mão de exemplos tomados de países desenvolvidos, apresentando-os como um manual no campo da economia, novamente apontando os problemas e mostrando as soluções.

Um país com PIB em alta mas com baixa produtividade terá, em pouco tempo, um encontro marcado com a inflação ou a estagnação. Por quê? Pela razão de que os outros fatores que influenciam no PIB, o crescimento demográfico e o aumento da oferta de emprego, se esgotam rapidamente. É o caso do Brasil hoje. Pela mesma razão, um país em que a renda aumenta mas a produtividade se mantém estagnada está simplesmente consumindo mais riqueza do que produz e, conseqüentemente, comprometendo a qualidade de vida das próximas gerações. Alias, esse é também o caso do Brasil hoje¹⁰⁸.

O tom da revista é também de alerta, chamando a atenção para que é no futuro que a conta do presente será paga. Uma estratégia discursiva que explora o medo e desperta a insegurança. Fatores que levariam, na sequencia, os leitores a autorizarem a revista a orientá-los sobre o que fazer e guiá-los nesse caminho.

A situação crítica em que nos encontramos nos encoraja a defender com ênfase a manutenção e o aprofundamento de valores básicos necessários ao crescimento econômico sustentável, frutos do

¹⁰⁷ *Veja*, edição 2244, 23/novembro/2011, p. 14.

¹⁰⁸ *Veja*, edição 2342, 09/outubro/2013, p. 12.

conhecimento cancelado por experiências de sucesso nas sociedades abertas: liberdade de expressão, democracia representativa, livre-iniciativa, Estado de direito, transparência e ética. É nesses valores que acreditamos estar no mapa do caminho para a construção do país justo e próspero que desejamos¹⁰⁹.

A livre-iniciativa, outra diretriz do neoliberalismo, volta a ser defendida por *Veja* como caminho para alcançar o sucesso econômico. Ao contrário, países que, como o Brasil entre 2003 e 2016, procuraram frear os avanços do neoliberalismo, estariam fadados ao fracasso, como ressalta *Veja*:

A reportagem parte da constatação unânime de que está falido o atual modelo brasileiro de governo, baseado no aumento indiscriminado da dívida pública, na intervenção estatal na economia e no afrontamento às leis de mercado. A reportagem de *Veja* traz exemplos práticos de como problemas públicos podem ter soluções eficientes e quase sem custo quando o governo adota instrumentos clássicos da iniciativa privada como a competição e a meritocracia¹¹⁰.

Criar problemas ou apontá-los para, depois, mostrar uma fórmula quase mágica para resolvê-los. Ou seja, uma das inúmeras estratégias de manipulação de massa utilizadas pelos veículos de comunicação com o intuito de fazer a população agir conforme os interesses de uma elite. Prática presente em *Carta ao Leitor* que, edição após edição, incita e conduz o público-leitor a pensar, sentir e agir. *Veja* ativa o que Foucault chamou de processos de objetivação e subjetivação.

Formas de relação consigo mesmo, as técnicas e os procedimentos mediante os quais se elabora essa relação, os exercícios pelos quais o sujeito se constitui como objeto de conhecimento, as práticas que permitem ao sujeito transformar seu próprio ser¹¹¹.

Portanto, os discursos de *Veja* buscam objetivar seus leitores e quando os mesmo aderem a estes acabam sendo subjetivados. As objetivações visam subjetivar os leitores em cidadãos honestos, que combatem a corrupção e fiscalizam políticos, em sujeitos que simpatizem com a política econômica neoliberal, defensores do estado mínimo e da meritocracia, naturalizados por *Veja*.

¹⁰⁹ *Veja*, edição 2406, 31/dezembro/2014, p. 170.

¹¹⁰ *Veja*, edição 2444, 23/setembro/2015, p. 12.

¹¹¹ CASTRO, **Vocabulário de Foucault**, p. 409.

Importante resaltar que "os modos de objetivação e subjetivação não são independentes uns aos outros"¹¹², são simultâneos, trata-se de um processo em que um necessita do outro, caracterizando-se como mútuo, pois se desenvolve entre pessoas, ou grupos de pessoas. A subjetivação, que não está presente só em *Veja*, mas também em escolas, universidades, exércitos e demais instituições que produzem e nos impõe seus saberes dentro da nossa sociedade contemporânea, ambas fazem parte da constituição, da construção e transformação do sujeito, como Foucault salienta, os processos de subjetivação são as relações, os procedimentos e as técnicas pelas quais são elaborados, os exercícios pelos quais o próprio sujeito se constitui como objeto de conhecimento, tais práticas permitem ao sujeito transformar o próprio ser¹¹³.

A produção de subjetividades é decorrente da aceitação da conduta sugerida. Desse modo, a própria revista classifica suas reportagens como "um bom guia de conduta pessoal e financeira para as pessoas"¹¹⁴. Afinal, *Veja* assume uma posição de protagonista ao adiantar os problemas vindouros, como ao lembrar na edição de 08 de julho de 2015 um posicionamento sustentado dez anos antes.

Uma premonitória capa de *Veja* de 29 de junho de 2005 estampou o selo de República toscamente coberto com um adesivo da estrela vermelha do PT e a chamada: "O grande erro". O patrimonialismo do PT em relação ao Estado emergiu de maneira incontestável em muitos momentos dos últimos doze anos¹¹⁵.

Na *Carta ao Leitor* referenciada, *Veja* utiliza-se da capa publicada pela edição de 06 de julho de 2005, no qual afirmava que o Partido dos Trabalhadores (PT), havia se apossado do Brasil, tornando-o um patrimônio seu¹¹⁶. No entanto, essa referência emerge na *Carta ao Leitor* da edição de 08 de julho de 2015, justamente dentro de um ambiente de crise política, visto que o PT é o principal responsável, pois está no comando do executivo Federal. A *Carta* intitulada: *Um erro continuado*, apresenta-se como a realização de uma profecia. *Veja* alertou mas como os brasileiros não seguiram seu passo a passo, agora, o país enfrenta o caos político.

¹¹² Ibidem., p. 408.

¹¹³ FOUCAULT, Michel. Introdução. In: _____. **História da sexualidade 2: o uso dos prazeres**. 8ª ed. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1998. p. 08 - 31.

¹¹⁴ *Veja*, edição 2302, 02/janeiro/2013, p. 12.

¹¹⁵ *Veja*, edição 2433, 08/julho/2015, p. 06.

¹¹⁶ *Veja*, edição 1912, 06/julho/2005, capa.

Em meio a obscuridade política no Brasil, as objetivações de *Veja* acabaram subjetivando uma grande parcela da população brasileira, leitora de suas páginas ou não. O fato é que *Veja* se apropria de vários acontecimentos políticos e sociais para reforçar seu papel na condução de conduta de seus leitores. Nas manifestações de rua de junho de 2013, *Veja* busca guiar seus leitores a reivindicar direitos, o fim da corrupção e, conseqüentemente, um país melhor para se viver.

Os brasileiros que estão indo às ruas não admitem mais ser usados como massa de manobra por partidos e políticos profissionais. Alguns exibiram cartazes com dizeres anarquistas, como o que proclamavam que "o povo unido não precisa de partido". Mas, nesse momento, o imperativo é ouvir as ruas e esperar que essa energia pura seja canalizada para a construção de instituições mais representativas dos anseios populares legítimos¹¹⁷.

Também, nas manifestações a favor do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em março de 2016:

Na histórica manifestação de domingo 13 de março, em que mais de 3 milhões de brasileiros foram às ruas de norte a sul do país, houve apenas duas unanimidades: a Lava-Jato, e o juiz Sergio Moro. As evidências de que o grosso da população brasileira confia no combate à corrupção promovido pela Lava-Jato aumentam as responsabilidades de seus operadores. O fundamental é não esquecer que os defensores do PJI¹¹⁸ nutrem a esperança de passar o Brasil a limpo¹¹⁹.

Em ambos os episódios, *Veja* leva seu leitor a ter esperança em um novo Brasil livre dos males da corrupção, das inúmeras desigualdades e do abandono político. O discurso de *Veja* foca na corrupção e, mostra-se como um alerta para um possível impedimento no governo de Dilma Rousseff, ao mesmo tempo apoia-se nos ideais da democracia e de liberdade, palavras-chave que demonstram até mesmo um tom de imparcialidade, pois de certa forma, *Veja* legitima-se ao colocar-se em defesa destes interesses. São clichês que *Veja* repete em inúmeras publicações, e que inclusive referenciei algumas durante a análise na primeira parte do capítulo. A revista também insere a mobilização popular no processo em que ela é protagonista. Meneses destaca que as manifestações de junho de 2013 e as manifestações do *Fora Collor* em 1992 possuem inúmeras similaridades, como a presença marcante

¹¹⁷ *Veja*, edição 2327, 26/junho/2013, p. 13.

¹¹⁸ *Veja* utiliza a sigla (PLJ) no título de sua *Carta ao Leitor*, para referir-se ao *Partido da Lava-Jato*.

¹¹⁹ *Veja*, edição 2470, 23/março/2016, p. 08.

dos meios de comunicação como formuladores de narrativas sobre as ocorrências do cotidiano, principalmente no que diz respeito a um acontecimento/possibilidade de um *impeachment* que já projetava-se nas páginas de *Veja* mesmo antes de efetivar-se como experiência na política brasileira¹²⁰.

As publicações de *Veja* em *Carta ao Leitor* são, vontades de verdade que têm como suporte institucional o próprio periódico, que lhe concede o direito de fala, e assim consolidado a produzir saberes, e também tornando-se um sistema que excluiu todas as nossas outras vontades de saber.

Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua política geral da verdade, isto é, os tipos de discursos que ela aceita e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos, a maneira como se sancionam uns e outros. as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm a função de dizer o que funciona como verdadeiro¹²¹.

Provavelmente o maior alerta que Michel Foucault pretendia realçar em suas pesquisas, seria de que o saber não é um mero conhecimento, e que também não é algo natural do ser humano, mas que os saberes foram construídos em um dado momento histórico, e eles devem ser entendidos dentro de suas relações de poder. O saber que *Veja* produz em suas publicações, esta relacionado com sua prática discursiva, ambos se constroem em conjunto, e servem como uma arma de dominação para se chegar a verdade. Portanto, os objetivos de *Veja* concentram-se em buscar conduzir condutas, em formar a opinião de seus leitores, em interagir nas práticas sociais, nas ações e nos comportamentos de homens e mulheres. As conduções se expressam no que diz respeito ao combate à corrupção, à ameaça que o Partido dos Trabalhadores representa e a homologação de uma economia neoliberal para resolução dos problemas. Ambas as conduções alertam os leitores de que o *impeachment* de Dilma Rousseff pode ser uma alternativa para os problemas do país.

As *Cartas* publicadas por *Veja* não têm somente a finalidade de trazer informações para seus leitores, mas guiá-los a seguir um possível caminho novo.

¹²⁰ MENESES, Sônia. Fora Collor e marchas de junho: imprensa e construção de sentidos sobre as mobilizações populares de 1992 e 2013. In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas**: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016. p. 213 - 238.

¹²¹ FOUCAULT, **Microfísica do poder**, p. 52.

Desta forma, o que *Veja* realiza com seu público leitor são os processos de objetivação e subjetivação. Nos trechos recortados e nas referências que trouxemos para este capítulo, *Veja* introduz esta prática camuflada entre seus noticiários. Como já exposto, as objetivações são ações que buscam conduzir condutas, induzir a um pensamento, no qual *Veja* possui interesse e, as subjetivações seriam os resultados, como os sujeitos, os leitores se reconhecem, lembrando que são as condições de possibilidade de um dado momento histórico, que criam tal prática. Assim, é importante lembrarmos que as conduções de condutas só foram possíveis graças a construção de um modelo jornalístico no qual *Veja* se mostra comprometida com seu leitor, ao investigar e apurar os fatos.

Por meio de suas *Cartas*, *Veja* utiliza-se do saber para exercer poder, colocando-se como um guia na vida dos leitores para que estes possam compreender o sistema político/econômico vigente, estabelecendo receituários para que os brasileiros se comprometam em construir um país menos corrupto e mais competitivo. Também, esta seção do periódico encarrega-se por motivar e convocar seus leitores a participarem dos debates referentes ao Brasil, a interagir, a satisfazerem-se e conquistarem a compreensão do tempo presente. São sobre essas temáticas que as *Cartas* de *Veja* investem, no intuito de criar mapas discursivos que localizem seus leitores. Essas práticas consolidam *Veja* como um jornalismo performativo, um dispositivo biopolítico, no qual, a todo instante busca-se gerenciar a vida de seus leitores através de transformações, reformulações, modulações e comportamentos conformes, fomentando caminhos que induzem à modos de pensar, sentir e agir.

Até aqui, observa-se as práticas de manutenção desempenhadas por *Veja* no intuito de consolidar-se como um veículo de comunicação no Brasil, traçando seus objetivos, sua importância social, sua missão de informar e combater a ignorância, a luta pela legitimação e comprometimento com a verdade, além do enfrentamento na defesa da democracia e liberdade de expressão. *Veja* constrói/mantém sua credibilidade e seu regime de verdade frente ao passado, presente e futuro, apropriando-se dos fatos e transformando-os em acontecimentos políticos. As objetivações, vem através dos discursos que buscam descomplicar o mundo para seus leitores, em ser o guia que esclarece os fatos e promove receituários para seus leitores alcançarem o sucesso e a lucidez política e econômica. São práticas repetitivas e que permanecem em *Veja* desde seu nascimento e, mesmo com a

modernização do jornalismo brasileiro, é uma atividade constante nas páginas de seu editorial. Assim, os processos de objetivação/subjetivação nos levam à novas inquietações que surgem sobre outras seções de *Veja* e, neste caso, entra em cena as *Páginas Amarelas*, espaço de reflexão do próximo capítulo.

Capítulo II

AS AMARELAS QUE NÃO AMARELAM: os silenciamentos de gênero e o tom do discurso neoliberal

As rosas da resistência nascem no asfalto. A gente recebe rosas, mas vamos estar com o punho cerrado falando de nossa existência contra os mandos e desmandos que afetam nossas vidas.

Marielle Franco

2.1 Do que elas falam, do que elas podem falar?

*Uma nova história das mulheres no Brasil*¹²², título de uma recente e importantíssima obra organizada pelas historiadoras Carla Bassanezi Pinsky e Joana Maria Pedro, reúne diversos artigos que discutem e, por consequência, disseminam como a luta das mulheres resultou na ampliação dos direitos e oportunidades delas, principalmente nos séculos XX e neste início de XXI.

A escalada das mulheres rumo a emancipação, porém, teve início ainda no século XIX quando ganhou força e possibilitou os resultados que tornaram, recentemente, a política mais democrática e a sociedade menos desigual. Ainda há muito o que se fazer, já que são muitos os espaços em que as mulheres ainda enfrentam barreiras impostas por uma sociedade edificada tendo como base de sustentação o patriarcalismo. Um exemplo dessa invisibilização e do silenciamento das mulheres vem das *Páginas Amarelas*, o espaço de entrevistas da revista *Veja*. É por isso, então, que nesse segundo capítulo o objetivo é entender como se dá a participação das mulheres nesta seção e, ao mesmo tempo, estabelecer um contraponto com a atuação masculina. Desta forma, para auxiliarmos na análise, foi desenvolvida a tabela abaixo, que apresenta as temáticas abordadas em *Páginas Amarelas* e quem fala sobre elas.

¹²² PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

Tabela 02 - Temáticas das *Páginas Amarelas*, revista *Veja* (2011 - 2016)¹²³

TEMÁTICA DA ENTREVISTA	QUANTIDADE DE ENTREVISTAS	
	HOMENS	MULHERES
Temática central: Política brasileira Sub-temas: Democracia; Congresso; Manifestações; Ideologia; Eleições; Instituições públicas; Programas sociais.	39	3
Temática central: Política externa Sub-temas: Democracia; Imigração; ONGs; Terrorismo; Direitos Humanos; Liberdade de expressão; Conflitos	26	8
Temática central: Economia brasileira Sub-temas: Inflação; Protecionismo; Previdência Social; BNDS; PIB; Investimentos; Taxa de juros; Impostos.	31	1
Temática central: Educação Sub-temas: Ensino médio e superior; Pesquisa científica; Base Comum Curricular.	22	9
Temática central: Inovação e Tecnologia Sub-temas: Informática; Software; Internet; Redes sociais.	18	3
Temática central: Carreira profissional Sub-temas: Empreendimentos; Biografia.	15	4
Temática central: Cultura Sub-temas: Música; Cinema; Literatura; Novela, Moda; Arte; Estética.	13	5
Temática central: Poder Judiciário Sub-temas: Corrupção; Delações Premiadas; Investigações; Lei; Ministério Público.	11	6
Temática central: Economia externa Sub-temas: Crise na Europa; Estatísticas; Reformas; Mercosul; Desenvolvimento.	17	0
Temática central: Esporte Sub-temas: UFC; Olimpíadas 2012 e 2016; Copa do Mundo 2014	16	0
Temática central: Meio Ambiente Sub-temas: Economia verde; Sustentabilidade; Biodiversidade; Energia renovável.	12	1
Temática central: Segurança pública Sub-temas: Sistema penitenciário; Violência; Criminalidade.	13	0
Temática Central: Religião Sub-temas: Islamismo; Catolicismo; Judaísmo.	10	2
Temática central: Capitalismo e neoliberalismo Sub-temas: Livre mercado; Liberdade individual; Meritocracia; Competitividade; Capitalismo; Iniciativa privada.	11	0
Temática central: Saúde Sub-temas: Sistema público e privado; Medicina; Psiquiatria.	10	0
TOTAL:	264	42

Fonte: O autor.

¹²³ Nas edições 2249, 2301, 2340, 2353, 2406, 2458 e 2510, não foram publicadas entrevistas devido serem publicações especiais sobre temáticas específicas ou edições retrospectivas.

Entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016, a revista *Veja* publicou 306 entrevistas em seu espaço célebre chamado *Páginas Amarelas*, das quais 264 dos entrevistados foram homens, enquanto as entrevistadas mulheres somaram 42. Em termos percentuais, são 86,5% contra 13,5%. Ou seja, uma mulher é entrevistada para cada seis homens. Se os dados apresentados já despertam indagações, quando averiguadas as temáticas sobre as quais homens e mulheres dissertam, evidencia-se que os assuntos são divididos por uma visão de gênero. Além do domínio masculino no espaço de entrevistas de *Veja*, os homens são soberanos ao falar de assuntos como política e economia, enquanto as entrevistadas mulheres discorrem sobre as temáticas relacionadas à arte, à educação e sobre a própria vida.

Feito o levantamento de dados, o objetivo deste capítulo é discutir a seção *Páginas Amarelas* como um espaço construtor de práticas discursivas identitárias, visto que, é existente uma ampla maioria de convidados homens, que discutem temáticas voltadas ao espaço público, frente a uma minoria de convidadas mulheres, que representam quase sempre os temas ligados ao espaço privado. A análise, inicialmente então, se encarrega de (1) examinar a maneira como as mulheres são representadas e convocadas a falar no/do espaço privado; e (2) do que elas falam e podem falar quando aparecem em temáticas relacionadas ao espaço público.

A divergência entre os assuntos expressados por meio dos gêneros durante as entrevistas é similar ao que Foucault conceituou como interdição. Isto é, “sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa”¹²⁴.

A interdição é categorizada por Foucault como um dos procedimentos de exclusão e/ou silenciamento de um discurso. Tal exclusão é fundamentada sobre três eixos: sobre o que pode e não se pode falar, em que circunstâncias se pode falar, e o direito privilegiado de quem fala. O espaço de entrevistas de *Veja* também é o local no qual ocorrem as separações e rejeições de discursos, visto que, segundo a tabela registrada na página anterior, a maioria das temáticas dissertadas por homens referem-se ao espaço público - “esferas da vida social nas quais a

¹²⁴ FOUCAULT, **A ordem do discurso**, p. 09.

intrusão ou interferência em relação a liberdade requer justificativa especial”¹²⁵ - e os assuntos das mulheres ao âmbito privado - “esfera ou esferas vistas como geralmente ou justificadamente mais acessíveis”¹²⁶.

(...) o espaço público, no qual se debatem as questões relevantes para a coletividade, é um domínio essencialmente masculino, enquanto o mundo privado, socialmente menos valorizado, é o reino do feminino. Se o primeiro é o lugar da argumentação, do confronto de ideias e da disputa de poder, o outro é lugar da afetividade, onde a razão pode ceder ao sentimentalismo e à insensatez do coração¹²⁷.

A determinação do que é esferas pública e privada são construções histórico-sociais, derivadas de relações de poder fundamentadas pelo patriarcalismo. Portanto, no momento em que se separaram os espaços se define também quem tem o direito de frequentá-los e, assim, marca-se as divisões do trabalho, as funções e as práticas cotidianas. Para Joan Scott, compreender a questão do gênero como uma categoria de análise nos permite identificar como o gênero funciona nas relações sociais e, também, como ele dá sentido à organização do espaço e das práticas. Gênero, para a autora, não pode ser entendido como sinônimo de mulher(es), mas sim como uma maneira de indicar as construções sociais e as criações culturais dos papéis masculinos e femininos dentro do processo histórico¹²⁸.

A própria historiografia da história foi, durante séculos, um divisor das atividades entre homens e mulheres, como bem apontado pela historiadora estadunidense Bonnie Smith. As mulheres eram excluídas da prática histórica, já que os espaços de produção do saber, como universidades e arquivos eram lugares predominantemente masculinos. As mulheres, para poderem trabalhar e realizar suas pesquisas, buscavam e utilizavam fontes alternativas, enquanto os homens apoderavam-se dos documentos oficiais, de maneira que eles produziam ciência e elas o amadorismo¹²⁹. Somente com a Nova História, os caminhos se abriram para a história das mulheres e as discussões relacionadas ao gênero, tendo as

¹²⁵ OKIN, Susan Moller. Gênero, o público e o privado. **Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 16, n. 02, p. 305 - 332, mai/ago, 2008, p. 306.

¹²⁶ Ibidem.

¹²⁷ LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 465.

¹²⁸ SCOTT, Gênero: uma categoria útil para análise histórica.

¹²⁹ SMITH, Bonnie. **Gênero e História: homens, mulheres e a prática histórica**. Trad. Flávia Beatriz Rossler. Bauru: Edusc, 2003.

historiadoras estadunidenses como referências para este novo campo historiográfico.

Em *Veja*, as entrevistas com mulheres revelam que as elas ganham visibilidade quando os temas em destaque são ligados ao universo da arte. Na edição número 2281 de 08 de agosto de 2012, por exemplo, a convidada é Erika Leonard James, escritora britânica a autora do best-seller *Cinquenta tons de cinza*. Só para falar sobre música, a revista recorre a elas em cinco momentos. Um deles é quando a estadunidense Marin Alsop assume como regente titular da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp).

A nova titular da Osesp representa a mentalidade atual do mundo erudito, em que maestros não são mais semideuses, e as orquestras trabalham com transparência. (...) A tarefa de Marin não será apenas de reinstaurar o clima de normalidade e aprimoramento que faltou à Osesp desde a saída de seu titular e renovador John Neschling, em 2009. Marin representa a mentalidade predominante no mundo erudito, que dita que o maestro não deve apenas comandar seu grupo mas também integrá-lo à comunidade¹³⁰.

Ao adotar o substantivo maestro, no masculino, e não a forma feminina maestrina, é como se *Veja* conferisse sexo as palavras e dissesse que cada lugar é voltado para um dos gêneros. No caso, a frente de uma orquestra sinfônica seria um lugar para um homem e, portanto, mesmo se assumido por uma mulher, ela deve se comportar como um.

As *Páginas Amarelas* da edição de 17 de abril de 2013 trazem uma entrevista com Carla Bruni-Sarkozy, embora o gancho para a entrevista seja o lançamento de um álbum com composições próprias, a descrição inicial, que antecede a entrevista, ressalta a ligação dela com o ex-presidente da França, sua rotina doméstica e, sobretudo, sua sensualidade. Ao não focar seu trabalho, a revista também o desmerece.

A cantora e ex-primeira-dama da França diz que acorda o marido, Nicolas Sarkozy, para mostrar as canções que compõe no meio da noite. (...) É impossível dissociá-la da sensualidade, atributo que exala também nas canções que compõe e canta, as últimas reunidas no CD *Little French Songs*, lançado neste mês¹³¹.

¹³⁰ *Veja*, edição 2260, 14/março/2012, p. 17.

¹³¹ *Veja*, edição 2317, 17/abril/2013, p. 13.

Já ao anunciar a entrevista com Elza Soares, publicada em 26 de novembro de 2016, *Veja* também ignora o engajamento dela na luta pelo fim da violência doméstica, presente inclusive nas canções do disco *A mulher do fim do mundo*, e ressalta a trajetória de sucesso de Elza, como um exemplar das histórias de superação e autoempreendimento de si, tão caras ao neoliberalismo, teoria política-econômica a que a revista está alinhada.

Filha de um operário e de uma lavadeira, nascida em uma favela, Elza começava sua acidentada e exuberante trajetória artística com essa exibição de uma personalidade tão forte e singular quanto sua voz rouca, própria para improvisos. (...) No ano passado, lançou *A Mulher do Fim do Mundo*, um dos melhores álbuns de sua carreira. Recentemente, fez turnê do disco em São Paulo e partiu para a Europa, com show na Alemanha e Inglaterra, e até o fim do mês se apresenta em Portugal¹³².

Os enunciados das *Páginas Amarelas* operam, conforme Tuchman, "uma aniquilação simbólica"¹³³ das mulheres, ao sub-representá-las quando deixa de destacar características consideradas masculinas – a política, no caso de Elza; o talento de Carla; e a liderança, no de Marin.

A Educação é outro tema em que as mulheres são chamadas a se pronunciar com frequência. Afinal, esta está diretamente ligada à formação dos filhos e estes são de responsabilidade da mãe, porque é no lar – ou seja, no espaço privado – em que crescem e se preparam para, depois, enfrentarem o mundo se forem homens. Na edição número 2319 de 01 de maio de 2013, a entrevistada é Wendy Kopp, pedagoga estadunidense fundadora do projeto *Teach For America*, que recruta professores para dar aula à crianças pobres nos Estados Unidos. Na edição número 2466 de 24 de fevereiro de 2016, a educadora e especialista em política educacional Paula Louzano falou sobre a proposta da Base Comum Curricular (BCC). Na edição 2469 de 16 de março de 2016, a convidada é a professora e matemática estadunidense Katherine Merseeth, que abordou a preparação de professores, o interesse dos jovens em seguir uma carreira na docência, suas dificuldades e inventivos. A edição número 2498 de 05 de outubro de 2016 entrevistou a educadora brasileira Maria Helena Guimarães, uma das responsáveis pela reforma no currículo do Ensino Médio brasileiro, abordando assim os detalhes da nova estrutura.

¹³² *Veja*, edição 2505, 23/novembro/2016, p. 17.

¹³³ TUCHMAN, Gaye. Media, género, nichos. **Revista Media & Jornalismo**, Coimbra, 15(8), p. 15 - 24, out. 2009, p. 16.

A docência é ligada ao feminino na medida em que a professora pode ser compreendida como uma segunda mãe, visto que as mulheres já desempenhavam a função dentro de casa, com seus filhos. Ao mesmo tempo, foi através desta profissão que as mulheres começaram sua escalada rumo à conquista do espaço público. Desta maneira, *Veja* ressalta a intelectualidade da mulher quando esta está ligada "às profissões do ensino"¹³⁴. Essa ligação da mulher com o âmbito doméstico e a criação dos filhos também está presente na edição 2483. Nela, a estadunidense Sue Klebold, mãe do jovem Dylan Klebold, um dos autores da chacina de Columbine, em 1999, é a entrevistada. Nesse caso, entretanto, ao abordar a criação dos filhos, um assunto taxado como feminino, a revista deixa vaziar um juízo de valor, de que a culpa é da mãe. Ou seja, se o filho matou em decorrência de qualquer distúrbio, a mãe errou por não ter percebido, ajudado, procurado ajuda e evitado a tragédia. Julgamento perceptível nas perguntas do jornalista Marcelo Marthe: "A senhora nunca suspeitou que Dylan poderia fazer o que fez?"; "A senhora mudaria a criação de seu filho?"; "Depois da tragédia em Columbine, os tiroteios de massa se tornaram relativamente comuns não só nos Estados Unidos. O que explica isso?"¹³⁵.

Sue Klebol fracassou como mãe e também como educadora, já que esta é a sua profissão. Foi ela quem não soube instituir uma boa rotina para seu filho, que não agiu com firmeza e, assim, criou um filho que não aprendeu a receber um não. Segundo Ariane Pereira, em nossa contemporaneidade, a mulher ao se tornar mãe, assina um contrato social simbólico e, este documento imaginário prevê que é necessário sempre buscar se aperfeiçoar, se aprimorar como mãe, procurando ser melhor do que foi no dia anterior¹³⁶.

A edição de 29 de fevereiro de 2012 segue a mesma linha ao entrevistar Rosalind Wiseman, para quem o bullying só ocorre porque os agressores são acobertados tanto em casa quanto na escola. Assim, se mães e professoras – já que elas são as principais responsáveis pelas crianças e jovens.

¹³⁴ PERROT, Michelle. Em que ponto está a história das mulheres na França? Trad. Indá Soares Casanova. **Revista Brasileira de História**: Espaço Plural. São Paulo: AMPUH, v. 14, n. 28, p. 09 - 27, 1994, p. 16.

¹³⁵ *Veja*, edição 2483, 22/junho/2016, p. 20 e 21.

¹³⁶ PEREIRA, **Ser mãe é...**

A escritora americana especialista em bullying diz que crianças e adolescentes que agredem e humilham colegas são acobertados em casa - e que as escolas em geral se omitem. (...) Aos 42 anos, mãe de 2 filhos, Rosalind, formada em ciência política, dedica-se a escrever livros e colunas e a dar palestras em que expõe, com exemplos muito concretos e didáticos, a prática do bullying e ensina a prevenir e atenuar seus efeitos¹³⁷.

A superproteção que leva ao bullying, por exemplo, tem nome – *overparenting* – tema das *Páginas Amarelas* da edição de 05 de agosto de 2015. Mais uma cobrança em relação à mãe, que perdeu a mãe no educar dos filhos depois das décadas de 1960 e 1970, justamente quando as mulheres vão para o mercado de trabalho com maior intensidade.

(...) Foi a partir dessa experiência - e da sua própria, como mãe - que ela passou a estudar o *overparenting*, expressão americana para o hábito de proteger excessivamente os filhos. O fenômeno surgiu quando a geração do pós-guerra, tratada com rigidez pelo pai, mas influenciada pela contracultura dos anos 60 e 70, decidiu criar suas crianças de forma diferente - menos rigor e mais amor, menos cobrança e mais compreensão. Os exageros na aplicação da fórmula, argumenta ela, ajudam a produzir uma geração de adultos incapazes de decidir por conta própria e com dificuldades de se adequar ao mercado de trabalho¹³⁸.

"É preciso não perder de vista", dessa forma, "a força das permanências, como evidencia o fato de as mulheres seguirem atadas, ainda no século XXI, sobretudo, à esfera privada, à domesticidade"¹³⁹. Espaço da casa em que estão a mulher, os filhos e também o marido, para quem a mulher – além de executar com sucesso a educação dos filhos - deve estar sempre atraente. Assim, para além da cultura e da educação, as mulheres também aparecem nas *Páginas Amarelas* quando a temática diz respeito ao corpo, à estética e à beleza feminina, como na edição de 12 de novembro de 2014, que entrevista a papisa do Botox no Brasil, Ligia Kogos.

Mexer ou não mexer? Quem cruza o saguão da clínica da médica Ligia Kogos certamente já fechou com a primeira opção e não está em busca de resultados modestos. Considerada a papisa do Botox no Brasil, ela se orgulha em dizer que seu centro de dermatologia, em São Paulo, é o segundo no mundo que mais aplica o produto em pacientes. Ela

¹³⁷ Veja, edição 2258, 29/fevereiro/2012, p. 17.

¹³⁸ Veja, edição 2437, 05/agosto/2015, p. 15.

¹³⁹ LUCA, Mulher em revista, p. 450.

também faz preenchimentos exuberantes e passa receita de fórmulas até em guardanapos de restaurante¹⁴⁰.

Esse modelo que exclui a mulher do espaço público ou que reconhece apenas aquelas que voltam seus olhares e atenção para aspectos que seguem sendo considerados próprios do feminino – como os cuidados com a aparência, o apego ao belo (tanto o corpo, como as artes) e a educação dos filhos – são exemplos da aderência de *Veja* a ordem familiar burguesa perpetuada no Ocidente desde o século XIX, já que, segundo Perrot, é dentro desta temporalidade que as funções sociais são predefinidas pelo espaço no qual os gêneros habitam e revigora-se a fronteira entre o público e o privado, impedindo as mulheres de dizer sobre si e permitindo que sejam comentadas e faladas por homens¹⁴¹.

O modelo patriarcal não só limitou as mulheres ao espaço privado, mas também impediu-as de exercer a cidadania, fazendo com que elas produzissem história e ciência "com o que lhes foi dado ou deixado"¹⁴². Com esse pouco, produziram microfissuras no hegemônico poder masculino e, assim, conquistaram posições. Afinal, se as diferenças entre os gêneros são construções, logo podem ser desconstruídas, como na entrevista de Zilu Camargo, ex-mulher do cantos sertanejo Zezé de Camargo. Afinal, mesmo sendo chamada a abordar assuntos pessoais e, portanto, privados – o casamento, a traição e a separação -, ela reforça o papel fundamental que teve na conquista do sucesso pelo ex-marido e seu irmão, Luciano.

O braço forte da goiana Zilu Camargo, 51 anos, foi decisivo para uma das mais bem-sucedidas trajetórias do sertanejo brasileiro, protagonizada pela dupla Zezé Di Camargo & Luciano. Desde a dureza dos primeiros tempos, quando Zilu vendeu a própria aliança para pôr comida na mesa, era dela a mente financeira e pragmática¹⁴³.

A entrevista apresenta Zilu como uma mulher decidida e inteligente, aquela que dá sustentação ao homem no espaço privado para que ele tenha condições de alcançar o sucesso no espaço público. Se no modelo de sociedade patriarcal a racionalidade é uma característica masculina, bem como a mente financeira e

¹⁴⁰ *Veja*, edição 2399, 12/novembro/2014, p. 17.

¹⁴¹ PERROT, As mulheres, o poder, a história. In: _____. **Os excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros.** Trad. Denise Bottmann. 7ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 177 - 249.

¹⁴² *Idem.*, 1994, p. 20.

¹⁴³ *Veja*, edição 2373, 14/maio/2014, p. 19.

pragmática, essa não é a imagem que Zilu construiu para si e é reproduzida por *Veja*. Mas, mesmo com Zilu tendo rompido com as barreiras que lhe impediam de conquistar o espaço público como mulher, ela soma as características que seriam próprias do masculino às inerentes ao feminino, como o papel de esposa protetora, que cuida do marido.

Outra questão importante é o silenciamento que *Veja* impõe às mulheres no que diz respeito à assuntos políticos ou relacionados à temática, mesmo que durante o recorte temporal desta pesquisa uma mulher tenha sido eleita e reeleita presidente da República e sofrido um processo de *impeachment*. Entre 2011 e 2016, as mulheres pouco falaram sobre a política brasileira nas *Páginas Amarelas*. Das 42 entrevistas publicadas com esta temática, em apenas três as convidadas são mulheres: a senadora Marta Suplicy, na edição número 2423 de 29 de abril de 2015, anunciando sua desfiliação ao Partido do Trabalhadores tendo em vista que, para ela (reforçando os ideais de *Veja*¹⁴⁴), o PT havia traído os brasileiros, não tendo mais projeto de governo, a não ser se manter no poder; e Kátia Abreu, então ministra da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, na edição número 2422 de 22 de abril de 2015, quando tratou das políticas brasileiras ligadas ao agronegócio, e na edição número 2494 de 07 de setembro de 2016, que teve o *impeachment* de Dilma Rousseff como temática central, já que Kátia, à revelia do seu partido, não abandonou o governo nem a presidenta.

Kátia foi a primeira mulher a falar sobre o *impeachment* e isso só ocorreu em setembro de 2016, quando Dilma Rousseff já havia sido afastada do cargo, definitivamente, após a votação do *impeachment* pelo Senado, em maio do mesmo ano. Nestes seis meses, os homens discutiram a vida pública em 39 edições, sendo o *impeachment* uma das principais temáticas dessas entrevistas. Quando é a política externa que está em destaque, a aparição de mulheres sobe para 8, número

¹⁴⁴ Outro exemplo de entrevista que corrobora o posicionamento favorável de *Veja* ao *impeachment* está presente na edição número 2476 de 04 de maio de 2016. Sua principal temática principal não é política, e sim os avanços das pesquisas relacionadas à felicidade e ao otimismo dos seres humanos, com base nas pesquisas realizadas pela entrevistada, a neurocientista Tali Sharot, para quem, de acordo com a revista, "a ideia de que tudo pode dar certo é uma predisposição genética que ajuda a avançar e superar crises - como a que o Brasil atravessa agora". Assim, o otimismo é o mote para a defesa de que o *impeachment* de Dilma Rousseff seria o melhor caminho para vencer a descrença nos políticos, na política e na econômica do Brasil. Numa das respostas, então, Sharot afirma que "são eles, os líderes, que deveriam alimentar o próprio otimismo para tomar decisões corretas e levar o país para a estrada certa. Por essa visão, o *impeachment* pode ser visto como uma esperança de que há luz no fim do túnel. (...) Ou seja, o *impeachment* pode ser visto por quem apoia como uma probabilidade de dar fôlego a sua vida privada, já que poderia ser a saída para tirar o país de um buraco".

ainda pequeno quando comparado aos 26 entrevistados homens que também abordam a temática.

Quando as mulheres ganham vozes para falar do espaço público e abordar a temática da política, seus discursos são direcionados para o lado sentimental, em que prevalece uma visão romantizada, amorosa, sensível e, sobretudo, otimista. Em oposição ao racional, à coerência e à ponderação, que seriam características dos homens. Argumento para justificar porque a esfera pública seria o habitat natural e hegemônico dos homens e, portanto, por consequência, também as *Páginas Amarelas* que atuam no reforço da perspectiva "dicotômica do masculino e do feminino: o homem criador/a mulher conservadora, o homem revoltado/a mulher submissa"¹⁴⁵.

Logo, o conceito de interdição estabelecido por Foucault materializa-se nas *Páginas Amarelas* de *Veja* como uma forma de controle e exclusão do discurso feminino; mostra que, mesmo dentro de um espaço-tempo em que as mulheres tiveram inúmeras conquistas sociais, culturais e políticas, suas vozes são incapacitadas de dissertar nas páginas mais privilegiadas e nobres da revista, que além de um periódico informativo é, também, um espaço político que atua na condução de condutas. Assim, *Veja* oferece a seus leitores, maneiras de viver a feminilidade e a masculinidade, oferece também, modelos de conduta, comportamentos conformes, vistos e compreendidos como naturais.

Nas entrevistas publicadas por *Veja* é notável que as convidadas não representam e também não falam sobre as mulheres pobres, mulheres do campo, ou das trabalhadoras comuns da cidade, isso diz muito sobre seu público alvo, a classe média urbana. O silêncio das *Páginas Amarelas* imposto sobre elas, impede-as de participarem do espaço público, mesmo em um momento político no qual Dilma Rousseff exercia o cargo máximo do executivo brasileiro, também, tornava-se a principal personagem que protagonizou duas eleições presidenciais e um processo de *impeachment*. Ao silenciar as mulheres, *Veja* coloca a margem o discurso delas e constrói espaços de sociabilidades no qual a presidenta não se enquadra. Portanto, cabe a ela retornar ao espaço privado. Buscando respostas para este retorno, que o enfoque do próximo eixo de análises passa a ser sobre os entrevistados homens e suas respectivas temáticas.

¹⁴⁵ PERROT, As mulheres, o poder, a história, p. 200.

2.2 O discurso deles como dispositivo político

Compreendendo *Páginas Amarelas* como um espaço sexuado, conduzindo e guiando condutas sobre política, economia, mas também sobre o ser homem e o ser mulher, nas próximas páginas serão analisadas as entrevistas de homens, buscando evidenciar de que temáticas eles falam e do que, portanto, estão autorizados a falar. Numericamente, os homens são maioria no espaço de entrevistas de *Veja*, assim como dominam quantitativamente as temáticas relacionadas ao espaço público, sobretudo política e economia. Assim, nesse segundo eixo de investigação, serão examinadas (1) quais são as temáticas dissertadas pelos homens; e (2) como as entrevistas são utilizadas para construir a narrativa de defesa do *impeachment* de Dilma Rousseff.

Ao iniciar a investigação do bloco 1 das entrevistas com homens, é importante frisar que, essas vozes nem sempre são brasileiras, mesmo que na entrevista eles falem do/sobre o Brasil. Dos 264 homens¹⁴⁶ entrevistados, 63 são estadunidenses, 46 são europeus e 30 são africanos, asiáticos e latinos somados, totalizando 139 entrevistados estrangeiros, enquanto os brasileiros são 125. Ao convidar uma expressiva quantidade de estrangeiros – sobretudo, estadunidenses e europeus – para dissertar nas *Páginas Amarelas*, a revista *Veja* alinha-se à uma perspectiva em que o hemisfério norte seria o centro de produção do conhecimento e, em especial, dos parâmetros liberais e neoliberais. São esses discursos que estão na origem desses novos atos novos “que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer”¹⁴⁷. Ao discorrer sobre a autoria, Foucault também defende que a posição, o local e o status do autor estão, muitas vezes, acima de seus textos e escritos e, assim, ao falarem em *Veja* e com *Veja* esses enunciadores também conferem a ela o mesmo status de superioridade.

A exemplo disso, na apresentação feita por *Veja* dos entrevistados estrangeiros nas *Páginas Amarelas* é comum encontrar substantivos e adjetivos como “especialista”, “doutor”, “renomado”. Expressões que, antes de tudo, estabelecem ênfase à qualificação do indivíduo que irá falar. Também, é comum ligar o sujeito ao lugar ocupado por ele - “professor de Harvard”, “pesquisador de

¹⁴⁶ Das 42 entrevistadas mulheres, 20 são brasileiras, 10 são estadunidenses e 8 europeias. Africanas, asiáticas e latinas somam 4.

¹⁴⁷ FOUCAULT, **A ordem do discurso**, p. 21.

Stanford”, “cientista de Oxford” - como modo complementar de conferir importância ao indivíduo entrevistado e, a partir dele, ao próprio periódico, já que só mesmo uma revista renomada, reconhecida e com penetração conseguiria um espaço na agenda dessas pessoas para que a entrevista pudesse ser agendada.

Essa é uma estratégia de *Veja* que visa funcionar como um argumento de autoridade, a exemplo do que acontece com o estatuto dos textos jurídicos e religiosos. Em *Páginas Amarelas*, tanto a nacionalidade quanto a qualificação e o lugar de fala dos entrevistados apontam para a consolidação do poder discursivo do autor, conferindo ao seu dizer superioridade, competência e autoridade.

Uma das temáticas com maior abundância e que é dissertada por homens nas *Páginas Amarelas* é a questão da sustentabilidade, que se estabelece a partir da relação economia-meio ambiente. Conforme levantamento apresentado no início deste capítulo¹⁴⁸, esse foi o foco das entrevistas de 13 edições, sendo que 12 delas foram com homens, perpetuando a concepção de que são eles os proprietários do espaço público.

Acredito que o etanol brasileiro seja o melhor tipo de energia renovável. O álcool extraído da cana-de-açúcar é mais barato, menos poluente e mais eficaz que o dos concorrentes. (...) O clima e o solo são ideais e a cultura da cana não disputa áreas com o cultivo de alimentos, como ocorre no caso americano¹⁴⁹.

O trecho citado é do estadunidense Robert Dudley, presidente da petrolífera inglesa BP. Nesta entrevista, Dudley defende que o etanol brasileiro é uma importante fonte de energia renovável, por seu processo ser de baixo custo, pouco agressivo ao meio ambiente e, portanto, mais eficaz. O entrevistado também lembra que o Brasil possui solo e clima ideais para o cultivo de cana-de-açúcar. Seu discurso, então, exalta o empreendedorismo do segmento num país emergente, que deve aproveitar todas as possibilidades de geração de riqueza.

Já no recorte abaixo, o destaque é para a chamada economia verde que, segundo o entrevistado Thomas C. Heller, professor e especialista em política ambiental, já é adotada por países desenvolvidos.

¹⁴⁸ Conferir tabela na página 59.

¹⁴⁹ *Veja*, edição 2203, 09/fevereiro/2011, p. 21.

As grandes corporações perceberam há mais de uma década que aderir a um modelo de funcionamento sustentável daria bom retorno. Para essas companhias, a economia no uso da água e da luz ou a reciclagem do lixo passaram a representar não só uma fonte de renda extra, mas também a chance de melhorar sua imagem junto ao público - o que, evidentemente, as ajudou a fechar negócios mais lucrativos. Essa é a lógica que tem de inspirar os políticos que pretendam fazer de seus países os condutores do desenvolvimento econômico do planeta nas próximas décadas¹⁵⁰.

Os dois discursos oferecem ao leitor de *Veja*, em especial o empresariado, caminhos possíveis para o crescimento e a geração de renda, ou seja, lucro mesmo que por um caminho menos prejudicial, que seria o da economia verde. A sustentabilidade assim configura-se, antes de tudo, como uma opção de negócio lucrativa, como demonstram os resultados de quem já aderiu a ela, embora esse aspecto não seja destacado pelo diretor de Meio Ambiente da ONU (Organização das Nações Unidas), Achim Steiner, entrevistado por *Veja* antes da realização da Rio+20.

Os objetivos do que chamamos de "economia verde" são dois: deter a destruição do meio ambiente e assegurar bem-estar à população. As duas coisas estão interligadas e devem caminhar juntas para que possamos alcançar o modelo de desenvolvimento sustentável que almejamos¹⁵¹.

O discurso da sustentabilidade incorporado pela economia verde mostra-se como um ideal a ser seguido, tendo sido abraçado por algumas das grandes potências mundiais. De fato, as questões relacionadas à sustentabilidade são extremamente importantes para o planeta, mas ao mesmo tempo não deixam de ser manobras que permitem o avanço do sistema capitalista, já que funcionam como um mecanismo para aprimorar/renovar a exploração. A sustentabilidade, do ponto de vista econômico, não é uma defesa do meio-ambiente, e sim uma maneira de explorá-lo de forma consciente e racional, gerando riquezas a partir do que antes era descartado.

A defesa da sustentabilidade também está ligada às pautas do neoliberalismo, visto que a economia verde estimula a competição, a diversificação e a produção, sobretudo sem a intervenção estatal. O neoliberalismo como política econômica,

¹⁵⁰ *Veja*, edição 2251, 11/janeiro/2012, p. 19.

¹⁵¹ *Veja*, edição 2256, 15/fevereiro/2012, p. 21.

chamado por Foucault de teoria do capital humano, teria emergido no final da década de 1930 como uma crítica ao keynesianismo¹⁵², aos pactos sociais de guerra e ao crescimento da administração federal através dos programas econômicos e sociais. Suas bases foram definidas pelos professores de economia da Escola de Chicago e disseminadas, principalmente, por Henry Simons (1889 - 1946) e Milton Friedman (1912 – 2006)¹⁵³.

A teoria neoliberal foi colocada em prática no Chile durante a ditadura do general Augusto Pinochet, no início da década de 1970, também, aplicada na década de 1980 pelo ex-presidente Ronald Reagan, nos Estados Unidos, e, pela primeira-ministra Margaret Thatcher, no Reino Unido. No Brasil, o neoliberalismo chegou no início dos anos 1990 com as medidas do Plano Collor¹⁵⁴, mas só foi consolidado no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995 - 2002). Os governos Lula e Dilma buscaram limitar os avanços do neoliberalismo, mas as pautas deste ainda continuaram presentes ao longo do governo petista.

As *Páginas Amarelas* são um lócus privilegiado do neoliberalismo no jornalismo brasileiro, que é apresentado e defendido por homens como o filósofo brasileiro Denis Lerrer Rosenfield, que criticou o governo da petista Dilma Rousseff por este intervir na liberdade individual e econômica dos brasileiros. Para ele, o governo fazia uso dos meios governamentais para impor decisões aos cidadãos. Medidas taxadas por ele de autoritárias e, portanto, uma afronta à democracia do país.

Cabe ao governo respeitar as regras e deixar as pessoas jogarem. Deve agir como um juiz. Não cabe ao estado tirar de uns para dar aos outros, por exemplo. A desigualdade faz parte do processo de organização

¹⁵² Conjunto de medidas políticas econômicas propostas pelo economista britânico John Maynard Keynes (1883 - 1946). Os keynesianos defendem o livre mercado, porém com intervenções estatais, a fim de gerar empregos, combater a desigualdade social, controlar a inflação e evitar monopólios. Ver mais em: KEYNES, John M. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

¹⁵³ FOUCAULT, Michel. **Nascimento da Biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978 - 1979). Trad. Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70, 2018.

¹⁵⁴ Proposto pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello, durante seu mandato presidencial (1990 – 1992), a partir de um pacote de medidas econômicas direcionadas ao combate da inflação, à reforma das leis trabalhistas, à privatização de estatais e à abertura do mercado nacional. Oficialmente chamado de Plano Brasil Novo, ficou popularmente conhecido como Plano Collor em referência ao sobrenome do presidente em exercício. Ver mais em: CARVALHO, Carlos Eduardo. O fracasso do Plano Collor: erros de execução ou de concepção? **Economia**. Niterói, v. 4, n. 2, p. 283 - 331, jul/dez, 2003.

social. O estado deve dar as mesmas condições para todos sobressaírem e, assim, conquistarem o seu espaço¹⁵⁵.

Nas sociedades neoliberais, os indivíduos "são levados a acreditarem que agem espontaneamente, fazem escolhas livremente"¹⁵⁶. Portanto, o Estado não deve interferir e nem buscar regulamentações no que diz respeito à liberdade de escolhas. O professor e economista estadunidense Walter Williams defendeu a liberdade individual do sujeito ao falar sobre o racismo nos Estados Unidos e no mundo. Williams declarou-se totalmente contra ações afirmativas (como as cotas raciais para negros), e disse que elas só causam ainda mais desigualdades, alimentando o estereótipo de que o negro é inferior.

A melhor coisa que os brasileiros poderiam fazer é garantir educação de qualidade. Cotas raciais no Brasil, uma país mais miscigenado que os Estados Unidos, são um despropósito. Além disso, forçam uma identificação racial que não faz parte da cultura brasileira. Forçar classificações raciais é um mau caminho. A melhor forma de permitir que cada um de nos negro ou branco, homem ou mulher, brasileiro ou japonês - atinja seu potencial é o livre mercado. O livre mercado é o grande inimigo da discriminação. Mas, para ter um livre mercado que mereça esse nome, é recomendável eliminar toda lei que discrimina ou proíbe discriminar¹⁵⁷.

Em ambos os trechos apresentados fica evidente à crítica a um Estado intervencionista em relação à vida social dos indivíduos ou aos caminhos de uma nação, mesmo que seja para desconstruir desigualdades seculares entre brancos e negros, ricos e pobres. A teoria neoliberal não nega que existam tais desigualdades, porém defende que não é dever do Estado intervir para repará-las. Segundo os neoliberais, é através da educação e do livre mercado que as desigualdades e os preconceitos de uma sociedade podem deixar de existir. Também defendem que não é dever do Estado intervir na economia do país e que o livre mercado deve ser impulsionado pela iniciativa privada que deve prevalecer, isentando o Estado de interferir, competir, taxar ou negociar.

Outra pauta neoliberal presente nas *Páginas Amarelas* é a meritocracia - ou seja, a exaltação de pessoas ou grupos que se destacam pelo próprio agir e

¹⁵⁵ Veja, edição 2216, 11/maio/2011, p. 23.

¹⁵⁶ PEREIRA, **Ser mãe é...** p. 130.

¹⁵⁷ Veja, edição 2207, 09/março/2011, p. 15.

empenho individual –, abordada por exemplo na entrevista com o economista francês Thomas Piketty:

Eu acredito no capitalismo, no livre mercado e na propriedade privada, não apenas como origem de eficácia e crescimento, mas também como elemento de liberdade individual. Sou muito positivo quanto a isso. (...) é certo que a meritocracia é melhor que os sistemas do passado. Ela permite que as pessoas consigam construir um patrimônio sem que tenham sido beneficiadas por uma herança¹⁵⁸.

Os discursos da meritocracia, do livre mercado, de defesa da propriedade privada e da liberdade individual não são puros, estão sempre embricados, entrecruzados por fazerem parte de um mesmo ideal, isto é, do neoliberalismo. Esses elos conferem legitimidade e importância a cada um dos preceitos fundamentais dessa teoria. A meritocracia, dessa forma, passou a ser utilizada como sinônimo de eficiência e eficácia, como na entrevista do matemático brasileiro Jacob Palis:

(...) é premente que se rompa de vez na academia brasileira com o velho espírito napoleônico, segundo o qual a igualdade deve prevalecer sobre a meritocracia. As universidades americanas são extremamente eficientes quanto a esse aspecto e, por tal motivo também, figuram no topo dos rankings da excelência¹⁵⁹.

A meritocracia, então, aparece nas páginas de *Veja* como um modelo de combate a desigualdade e como uma alavanca que impulsionaria o Brasil para a prosperidade seja na educação, no trabalho ou na economia. Se o mérito está no indivíduo, a eficiência, conseqüentemente, está atrelada à iniciativa privada, roubando a importância do que é público e de sua atuação na sociedade. Afinal, segundo Apple, o neoliberalismo tem como objetivo, à longo prazo, fazer as pessoas serem "forçadas a perceber tudo o que é público como ruim e o que é privado como bom"¹⁶⁰.

Neste sentido, a privatização de empresas estatais é outra pauta neoliberal que desponta nas *Páginas Amarelas*, e é defendida, por exemplo, na entrevista do economista brasileiro Rodrigo Constantino:

¹⁵⁸ *Veja*, edição 2377, 11/junho/2014, p. 21.

¹⁵⁹ *Veja*, edição 2217, 18/maio/2011, p. 22.

¹⁶⁰ APPLE, Michael W. **Para além da lógica do mercado**: compreendendo e opondo-se ao neoliberalismo. Trad. Gilka Leite Garcia. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2005, p. 41.

Para privatizar a Petrobras, precisaríamos de uma Margaret Thatcher, um estadista disposto a enfrentar os grupos de interesses localizados. Será impossível vender o controle da estatal enquanto imperar a ideia de que seria a entrega de um patrimônio público. (...) Privatizada, a Petrobras seria pressionada a ser mais eficiente e rentável. Acabariam as ingerências como o controle de preço da gasolina, e o Brasil seria de fato autossuficiente na produção de combustíveis¹⁶¹.

Constantino apontou as contradições, os riscos e a ineficiência resultantes do aumento da interferência do governo na economia do Brasil. O economista auto intitula-se um liberal convicto, defende o livre mercado e a privatização de empresas estatais, principalmente a Petrobrás; além de uma ampla reestruturação no setor econômico brasileiro baseada em uma série de reformas.

Discursos como este aparecem também na entrevista do presidente do Tribunal Superior do Trabalho (TST), João Oreste Dalazen, que teceu críticas a CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas), dizendo que a mesma é "excessivamente intervencionista e detalhista"¹⁶², o que não permitiria ao Brasil se tornar um país competitivo, além de dificultar as relações de trabalho. Dalazen incita uma profunda reforma nas leis do trabalho e cita o modelo estadunidense como exemplar, por estabelecer-se como um sistema de negociação coletiva, quase sem nenhuma intervenção estatal, sobretudo no âmbito legal.

A reforma da Previdência também é uma das pautas de *Veja* em suas *Páginas Amarelas* e foi abordada, num exercício de incentivo as mudanças, na entrevista cedida pelo economista brasileiro Mansueto Almeida.

O Brasil terá de fazer uma reforma na Previdência, estabelecendo idade mínima para as aposentadorias. Teremos de discutir as vinculações com o salário mínimo. As distorções precisam ser apresentadas e um debate deve ser feito com a sociedade. Se quisermos manter do jeito que está, teremos de pagar mais impostos¹⁶³.

Segundo Apple, as políticas neoliberais estão causando impacto em diversas áreas pelo mundo afora, pois, o neoliberalismo tem compromisso com o mercado, tendo em oposição um Estado fraco, endividado e sem recursos para investimentos¹⁶⁴. A defesa da meritocracia, livre mercado, privatizações e reforma da

¹⁶¹ *Veja*, edição 2312, 13/março/2013, p. 20.

¹⁶² *Veja*, edição 2248, 21/dezembro/2011, p. 21.

¹⁶³ *Veja*, edição 2457, 23/dezembro/2015, p. 22.

¹⁶⁴ APPLE, **Para além da lógica do mercado.**

Previdência, surgem em *Veja* como um modelo de combate a desigualdade, também, como a alavanca que nos impulsionaria para a prosperidade econômica. Para Foucault, tanto o liberalismo clássico, quanto o neoliberalismo, surgem como novos modelos de governamentalidade que buscam romper com a razão de Estado, esta que, trata-se de uma maneira de governar que teria emergido no final do século XVI com uma "finalidade capaz de justificar uma governamentalidade crescente e de regular o seu desenvolvimento"¹⁶⁵. A razão de Estado teria contribuído para o estabelecimento de novas estratégias e táticas de governar, de conduzir e de ser conduzido. Ao mesmo tempo em que acontecia a emergência do Estado como um modelo de governamentalidade, também edificava-se novas artes de governo consolidadas por polícias que, visam o desenvolvimento, a riqueza, a tranquilidade e a felicidade de todos os indivíduos que compõe aquele Estado. Portanto, para obter controle sobre a população, foi necessário a intervenção do Estado e o desenvolvimento de biopoderes que permitiram garantir a ordem e o bem estar social e econômico¹⁶⁶. No desenvolvimento do Estado, Foucault acredita que na segunda metade do século XVIII no Ocidente, teria nascido uma atividade política caracterizada por ações do governo que buscariam o controle dos corpos, através deste controle é que se promove a vida¹⁶⁷. Foucault chamou esta ação de biopolítica.

O termo "biopolítica" designa a maneira pela qual o poder se encaminha para a transformação, entre o fim do século XVIII e o início do século XIX, a fim de governar não só os indivíduos por meio de uma série de procedimentos disciplinares, mas também o conjunto dos seres vivos que compõem a população: a biopolítica - por meio dos biopoderes locais - se ocupará, portanto, da gestão da saúde, da higiene, da alimentação, da sexualidade, da natalidade etc., na medida em que tais gestões se tornaram apostas políticas¹⁶⁸.

A biopolítica, assim como foi conceituada por Michel Foucault ao longo das aulas dos cursos *Segurança, Território, População - 1977/1978* e *Nascimento da Biopolítica 1978 - 1979*, ambos ministrado no Collège de France, trata-se de um exercício do poder sobre a vida, sobre a população, para que esta se torne produtiva

¹⁶⁵ FOUCAULT, **Resumo dos cursos do Collège de France (1970 - 1982)**, p. 90.

¹⁶⁶ Idem., **Segurança, território, população**: curso dado no Collège de France (1977-1978). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

¹⁶⁷ Idem., 2018.

¹⁶⁸ REVEL, **Dicionário de Foucault**, p. 24.

e dócil. Nestes cursos, Foucault, nos revela que este amparo na vivência dos indivíduos tem um custo, que é o controle de suas vidas. Afinal, ser um cidadão após o século XVIII é estar subordinado a leis e a um governo central. Desta maneira, a biopolítica torna-se um saber do Estado sobre a população, como controles de natalidade, mortalidade e estatísticas, também, pela solução racional de problemas que abrangem os grupos de indivíduos, como a saúde, higiene, segurança, urbanismo, entre outros. A biopolítica apresenta-se como um conjunto de biopoderes que tem por finalidade gerenciar a vida social dos sujeitos, pois, mesmo regimes democráticos, existirá quem governa e quem é governado.

O neoliberalismo busca, desde seu surgimento, romper com o que seria um excesso de Estado, condenando o intervencionismo social e econômico, o que chamam de administração excessiva e burocracia, alinhando-se a à racionalidade do mercado.

O problema do neoliberalismo consiste, pelo contrário, em saber como se pode reger o exercício global do poder político segundo os princípios de uma economia de mercado. Não se trata, então, de libertar um espaço vazio, mas sim de juntar referir, projetar numa arte geral de governar os princípios formais de uma economia de mercado. É isto, a meu ver, que está em causa, e tentei mostra-vos que, para se fazer esta operação, ou seja, para saber até que ponto e em que medida os princípios formais de uma economia de mercado podem indexar uma arte liberal de governar, os neoliberais foram obrigados a proceder a algumas transformações no liberalismo clássico¹⁶⁹.

Para Foucault, o neoliberalismo é um conjunto de estratégias que nascem do liberalismo clássico do final do século XVIII e foram aperfeiçoadas e colocadas em prática na segunda metade do século XX. É necessário entendê-lo como uma nova forma de governamentalidade. Assim, essa nova arte de governar, é caracterizada pelo individualismo extremo, desempenho contínuo, livre empreendimento, concorrência e máxima eficiência. Logo, a defesa que *Veja* faz das diretrizes neoliberais foi o centro da tese de doutoramento de Carla Luciana Silva, intitulada *Veja: o indispensável partido neoliberal (1989 a 2002)*¹⁷⁰. No texto, a autora evidencia que foi após a redemocratização que *Veja* desenhou seus posicionamentos, sobretudo econômicos. Entre os anos 2011 e 2016 os discursos

¹⁶⁹ FOUCAULT, **Nascimento da Biopolítica**, p. 175.

¹⁷⁰ SILVA, **Veja**.

da revista não mudaram, configurando-se como uma estratégia para promover suas ideias e valores entre os leitores¹⁷¹, em especial, empresários e executivos.

Um desses ideais compartilhados entre *Veja* e seus leitores neste período diz respeito, então, ao *impeachment* de Dilma Rousseff, tema da segunda parte das análises desse tópico que é encarado a partir da perspectiva do acontecimento, que não é somente um momento único, mas uma multiplicidade de causas e vestígios, detentor de um antes e depois. Assim, segundo Dosse, a noção de acontecimento seria a chave para compreendermos a nova era que atravessamos, a de uma nova relação com a historicidade, marcada pela acontecimentalização¹⁷². Na busca por causas e vestígios, os recortes apresentados a seguir, apontam para uma narrativa de *impeachment* composta por três fases. Ou seja, condições de possibilidade que permitirão a emergência deste discurso. A primeira delas está relacionada com as diretrizes neoliberais, visto que, os enunciados referentes a esta temática são usados como sustentação para a elaboração de críticas ao governo de Dilma Rousseff, como a interferência na economia do país, a proteção da indústria e do mercado locais.

Com Dilma Rousseff, a intromissão estatal se acentuou. Ela decidiu-se pela intervenção direta na Petrobras para conter o aumento no preço da gasolina. No setor bancário, obrigou a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil a cobrar juros mais baixos. No elétrico, pressionou as empresas a reduzir o valor das contas de luz, o que reforçou o papel da Eletrobras, estatal. Dilma está levando o Brasil novamente em direção ao Leviatã majoritário¹⁷³.

O entrevistado e responsável pelas críticas ao governo de Rousseff é Sérgio Lazzarini, professor e diretor do Insper. Segundo ele, o que vivenciamos é um governo marcado por intervenções econômicas, que ele compara ao *Leviatã*, obra escrita por Thomas Hobbes, que define o Estado como soberano absoluto, ao organizar a sociedade e punir aqueles que desobedecem o contrato social. O mesmo raciocínio pode ser observado na entrevista com Benjamin Steinbruch, que é presidente da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e acionista majoritário da CSN (Companhia Siderúrgica Nacional).

¹⁷¹ TUCHMAN, Gaye. *Media, gênero, nichos*, p. 19.

¹⁷² DOSSE, François. O acontecimento na era das mídias. In: _____. **O renascimento do acontecimento: entre Esfinge e Fênix**. São Paulo: Editora Unesp, 2013, p. 259 - 314.

¹⁷³ *Veja*, edição 2343, 16/outubro/2013, p. 18.

A presidente Dilma parece não confiar na capacidade da iniciativa privada no Brasil de assumir as suas responsabilidades, o que leva a colocar o Estado para competir onde ele não é necessário. Por isso, começou a intervir de maneira muito determinada em alguns setores, distanciando-se da interlocução com o setor produtivo¹⁷⁴.

O cerne da fala de ambos os entrevistados é a ausência de confiança do empresariado para investir no Brasil em decorrência do posicionamento econômico do governo, em especial o protecionismo que, segundo eles, derruba o valor das companhias, promove a alta nos preços e dissemina os casos de corrupção. "O protecionismo impede o país de tirar proveito dos benefícios de crescimento oferecidos pela globalização"¹⁷⁵. E, assim, são vilões e responsáveis, inclusive, pelo "fraco desempenho do PIB" que "é um retrato de erros do governo em questões cruciais para o avanço da economia. Ele foi excessivo ao promover o protecionismo e interferir no livre mercado"¹⁷⁶, segundo o entrevistado José Alexandre Scheinkman, que é economista da Universidade de Columbia.

Na construção da narrativa que vai culminar no *impeachment* de Rousseff, *Veja* exerce, assim, um papel central enquanto enunciadora ao organizar e divulgar o acontecimento, e também ao delimitar seu impacto. "Trata-se então de transformar um monte heterogêneo de informações em um esquema individualizante e coerente"¹⁷⁷. Desta forma, o acontecimento entra em um campo semântico aberto e incerto, será a mídia que irá atribuir significado a ele, "ligando-o a uma categoria semântica particular que seja capaz de lhe dar um sentido"¹⁷⁸.

São discursos como os de *Veja* que incitaram as manifestações populares que aconteceram no Brasil nos meses de junho e julho e proporcionaram, na sequência, uma nova abordagem do governo Dilma pelo periódico. Inicialmente questionando a alta no preço do transporte público, as manifestações, com o tempo e ao ganhar força, passaram a reivindicar melhorias no bem estar social, sem uma pauta única que as unificasse. Quando *Veja* aborda essa temática nas *Amarelas*, os entrevistados relacionam os problemas existentes no Brasil ao governo Dilma, como

¹⁷⁴ *Veja*, edição 2389, 03/setembro/2014, p. 16.

¹⁷⁵ *Veja*, edição 2417, 18/março/2015, p. 21.

¹⁷⁶ *Veja*, edição 2354, 01/janeiro/2014, p. 13.

¹⁷⁷ DOSSE, O acontecimento na era das mídias, p. 267.

¹⁷⁸ *Ibidem.*, p. 268.

fez Maycon Freitas, um dos líderes do movimento União Contra a Corrupção (UCC), que organizou e realizou protestos no Rio de Janeiro.

Ela não pode mais continuar omissa. Precisa chamar a sociedade para um debate de verdade, e não esse que está aí. O que vimos a Dilma falar até agora não passou de marquetagem. Não é mexendo na Constituição que vamos avançar no Brasil, mas, sim, fazendo valer o que está escrito nela. E a presidente tem poder para fazer valer as coisas que estão escritas lá. A velha e atrasada política brasileira ninguém aguenta mais¹⁷⁹.

Na segunda fase, o discurso de *impeachment* começa a emergir nas manifestações de rua realizadas em março de 2015. Nesse momento, a entrevista com Rogério Chequer, líder do movimento Vem pra Rua, vende a ideia de que os protestos estariam ajudando a formar uma geração mais exigente com os políticos.

Nós, do *Vem pra Rua*, decidimos pelo seguinte caminho: em vez de tentarmos enumerar todos os erros do PT, apenas chamamos as pessoas para manifestar sua indignação. Conseguir pôr esse sentimento para fora já é fascinante. (...) Nós somos críticos do governo, e só. O movimento é suprapartidário¹⁸⁰.

Pensarmos o *impeachment* como um acontecimento "consiste em reencontrar as conexões, os encontros, os apoios, os bloqueios, os jogos de força, as estratégias"¹⁸¹ e também, as rupturas. Trata-se de fazer surgir uma singularidade, já que nenhum acontecimento é idêntico ao outro. Segundo Dosse, todo é um resultado e um começo, um desfecho e um abertura, uma via dupla. É uma esfinge, um conjunto de enigmas e de mistérios, que levam os historiadores a interrogar-se. Mas também é uma fênix, pois todo acontecimento deixa vestígios e rastros capazes de o fazerem ressurgir¹⁸².

Já para Foucault, "o conceito de acontecimento se entrelaça com o conceito de atualidade"¹⁸³, pois é atravessado por processos, movimentos e forças não necessariamente conhecidos. O discurso, para ele então, é uma série de acontecimentos, uma vez que por traz de um acontecimento há uma rede de

¹⁷⁹ Veja, edição 2328, 03/julho/2013, p. 20.

¹⁸⁰ Veja, edição 2418, 25/março/2015, p. 20 - 21.

¹⁸¹ FOUCAULT, Michel. Mesa-redonda em 20 de maio de 1978. In: _____. **Ditos & Escritos IV - Estratégia, poder, saber**. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006, p. 339.

¹⁸² DOSSE, O acontecimento na era das mídias.

¹⁸³ CASTRO, **Vocabulário de Foucault**, p. 25.

poderes, estratégias e práticas. Assim, tanto Foucault como Dosse enfatizam que o acontecimento produz singularidades. Por isso, então, o *impeachment* de Dilma Rousseff pode ser encarado como um acontecimento na medida em que, por traz do afastamento, há um conjunto de discursos, práticas e estratégias que possibilitaram seu afastamento, que iniciaram com os ataques à política econômica, ganharam corpo com a adesão da população nos protestos de rua e completaram-se com as críticas tecidas por outros políticos, numa tentativa de mostrar que o problema não é política e sim ela e seu modo de governar, como ilustra a entrevista com Aécio Neves, candidato a presidência pelo PSDB derrotado por Dilma nas eleições de 2014.

A minha posição é de respeito a Constituição, e o *impeachment* é uma previsão constitucional. O impedimento não ocorrerá por desejo das oposições, mas pela combinação de um conjunto de fatores, que inclui obrigatoriamente a comprovação de culpa por crimes. Portanto, que fique claro que um desfecho amparado pela Constituição não pode ser tratado como tentativa de golpe¹⁸⁴.

A terceira e última fase desta narrativa, diz respeito a legitimidade do processo de *impeachment*, amparado nas prerrogativas da Constituição, também é destacada na entrevista com Cristovam Buarque, ex-ministro da Educação do governo Lula:

Impeachment não é golpe, está na Constituição e até já fizemos um. Se for discutir golpe no Brasil, talvez ele tenha ocorrido em outubro de 2014, com todo aquele estelionato eleitoral. A Constituição não prevê o impedimento por incompetência ou por mentiras durante a campanha, mas por um crime de responsabilidade¹⁸⁵.

As duas entrevistas fazem parte da estratégia adotada por *Veja* de valer-se do capital simbólico dos entrevistados para conferir credibilidade ao seu discurso. Assim, ela recorre ao candidato derrotado por Dilma, que naquele momento gozava de uma popularidade alta, e a um político que já tinha sido ministro do governo Lula e, portanto, não teceria críticas infundadas. Outro discurso de autoridade é o de Pedro Taques, ex-procurador do Mato Grosso, que afirma que, do ponto de vista

¹⁸⁴ *Veja*, edição 2438, 12/agosto/2015, p. 20.

¹⁸⁵ *Veja*, edição 2461, 20/janeiro/2016, p. 16.

legal, "a possibilidade de *impeachment* está na Constituição. Ela é absolutamente legítima"¹⁸⁶.

Os enunciados sobre a intervenção econômica, o protecionismo, a corrupção e a defesa da legitimidade do *impeachment* estão relacionados diretamente. Todos estes enunciados estabelecem sentido, discutem e descrevem o mesmo objeto: o governo Dilma. Assim, os enunciados em conjunto possibilitam uma formação discursiva, no qual, são regidos por regularidades e por regras de formação que as dão suporte, possibilitando sua existência¹⁸⁷. Lembrando que, para Foucault, o discurso é um acontecimento, um conjunto de sentidos, representações e condições, compreendidos de forma problemática, difícil e constrangedora, fruto das relações entre os indivíduos¹⁸⁸. Um discurso torna-se dominante em uma sociedade quando seus mecanismos são colocados em prática, como a exclusão, o controle e a repressão. A defesa do *impeachment* não é só feita pelos entrevistados de *Veja* nas *Páginas Amarelas*, a própria revista se posicionou favoravelmente ao processo, como na edição número 2472 de 06 de abril de 2016, quando passou a esboçar em duas páginas o enunciado "*Impeachment já!*". Trazer pesquisadores, professores, economistas e líderes de movimentos para dissertar em seu espaço de entrevistas é uma estratégia de *Veja* pela legitimação de um ponto de vista, guiando assim seus leitores e leitoras sobre como ler o mundo, ser e estar nele.

Desta maneira, as três fases da narrativa que compuseram o *impeachment* de Dilma Rousseff dentro das *Páginas Amarelas*, destacam-se em um primeiro momento pela acusação de uma má condução do país através das críticas neoliberais explanadas pelos convidados homens, depois, pelas inúmeras entrevistas que acentuavam o poder das manifestações e inflamavam os leitores/população a serem favoráveis ao afastamento e, por último, a defesa do *impeachment*, a legitimação de uma ferramenta presente na Constituição Federal e que poderia ser utilizada, portanto, não se tratava de um golpe político. Ambas as fases, articulam-se e mapeiam o modo com que os discursos jornalísticos disseminados por *Veja* criaram uma norma no qual buscou-se separar o normal do anormal, o lícito do ilícito, o falso do verdadeiro e o público do privado. Nesta

¹⁸⁶ *Veja*, edição 2444, 23/setembro/2015, p. 21.

¹⁸⁷ FOUCAULT, **A arqueologia do saber**.

¹⁸⁸ Idem., O discurso não deve ser considerado como... In: _____. **Ditos & Escritos VII** - Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011a. p. 220 - 221.

narrativa que corresponde como um gerenciamento dos leitores/população, Dilma Rousseff foi marginalizada, colocada a margem pela revista e pelo seus entrevistados, rotulada como um indivíduo fora da norma organizada dentro das *Páginas Amarelas*, consolidando a prática de um jornalismo performativo voltado a criar grupos identitários, *Nós* e *Eles*, dos quais convocam seus leitores a tomarem posições, tema este que será abordado no próximo capítulo.

Capítulo III

NÓS & ELES: a construção de práticas discursivas identitárias nas capas da revista *Veja*

A nação brasileira nasce e cresce com a imprensa. Uma explica a outra. Amadurecem juntas. A imprensa é, a um só tempo, objeto e sujeito da história brasileira.

Ana Luiza Martins

3.1 Um lugar de autoridade e saber: a construção de um Nós

A partir da segunda metade do século XX, devido a modernização proporcionada pela impressão *offset*, os periódicos tornaram-se materiais cada vez mais chamativos, capazes de seduzir o leitor a consumir jornais e, principalmente, revistas, que passaram a produzir longas e detalhadas reportagens, explorando novos temas, direcionado a um público leitor específico. A utilização exacerbada de imagens na construção de reportagens tornou-se uma característica deste período, seu objetivo era de fornecer mais um elemento que reforçasse o estatuto de verdade dos veículos de comunicação.

Para compreender as forças e os movimentos que atravessam nosso tempo presente é imprescindível o estudo do papel dos meios de comunicação de massa. Afinal, ao apresentarem uma narrativa sobre nossa atualidade tornam-se objeto e fonte para estudo dos acontecimentos que narram. Vivemos no tempo em que a mídia nos surpreende a cada dia, seja por sua tecnologia, seus diagnósticos, seus noticiários e sua relação com o leitor, esta que não podemos compreendê-la com algo natural, mas sim como uma construção diária em que mídia e leitor buscam aproximações o tempo todo. Segundo Ariane Pereira, o jornalismo é uma forma de exercício de poder na medida em que coloca em circulação vontades de verdade, conduz condutas e, assim, produz subjetividades. O discurso jornalístico é um

discurso de autoridade, dotado de credibilidade e veracidade e que, por isso, forma opinião e é replicado¹⁸⁹.

Referência de jornalismo na contemporaneidade, a revista *Veja* é publicada desde setembro de 1968 e em todos esses anos agenda as principais pautas políticas/econômicas, assim como os debates sociais, seu exercício apresenta-se como um guia de referência para seus leitores, tematizando fatos e acontecimentos, atribuindo sentido a pautas e optando pela estratégia de convencer seu público alvo. Não são poucos os brasileiros que sentem-se bem informados e capazes de entender o Brasil e o mundo apenas depois de folhear e ler suas páginas. Portanto, neste capítulo, a reflexão se dará a partir das capas publicadas por *Veja* entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016.

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

¹⁸⁹ PEREIRA, Ariane Carla. Discurso e dispositivo: o emprego de conceitos foucaultianos como abordagem e método da pesquisa em telejornalismo. **16º SBPjor - dos conflitos em pauta aos conflitos do campo**, São Paulo, p. 1 - 13, nov, 2018.

Tabela 03 - Temáticas das *Capas*, revista *Veja* (2011 - 2016)

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

Fonte: O autor.

A tabela evidencia que as temáticas mais abordadas por *Veja* em suas capas tem relação com a política brasileira, sendo que em muitas edições esse tema tem relação com denúncias e escândalos de corrupção. Já do ponto de vista estrutural, as 313 capas do período examinado podem ser classificadas em três grandes grupos. O primeiro deles engloba as capas que trazem fotomontagens – isto é, uma imagem criada pelos editores de *Veja* a partir de outras imagens como possibilidade

para conectar e/ou romper com diferentes objetos, sentidos e temporalidades – e soma 112 capas. A opção por este recurso, está presente em 35,8% das capas publicadas no período. O segundo formato mais utilizado são a publicação de fotografia sem nenhum tipo de edição. Estas imagens estão presentes em 104 capas de *Veja*, ou seja, corresponde a 33,2% das publicações do período analisado. O terceiro grupo é formado por infográficos, que são elementos visuais criados pelos profissionais da revista, que estão presentes em 93 capas, referente a 29,8% das publicações. Os infográficos podem ser mapas, tabelas, gráficos que avaliam ou comparam ideias diferentes, linhas do tempo que destacam acontecimentos e fatos de relevância, e fluxogramas que transmitem as informações e dados aos leitores de forma simples e ágil. Ainda, neste período, 4 capas utilizaram-se apenas de um fundo sólido como base para os letreiros das manchetes, totalizando 1,2% das publicações.

Todos os tipos de capas, nesta análise, são tomados como narrativas imagéticas que estabelecem disputas pela construção da história e memória do Brasil, bem como a condução das condutas dos leitores. Assim, o objetivo deste último capítulo é discutir este espaço da revista como um lugar de autoridade no qual, através de articulações entre textos e imagens, busca-se construir grupos identitários responsáveis pela produção de uma polarização no âmbito político brasileiro, ou seja, a construção de um *Nós* em oposição a um *Eles*. Com efeito, a investigação neste primeiro eixo de análise encarrega-se de examinar como *Veja* busca selecionar um conjunto de características que irão definir um grupo de pertencimento, o *Nós*, que é formado por *Veja* e pelos leitores que compartilham dos mesmos pensamentos e ideias, e também de personagens de referência, ídolos e heróis de uma mesma bandeira - a da reestruturação da ordem e do desenvolvimento do país, a da libertação da corrupção.

Assim, o primeiro personagem de referência para *Veja* no período é o então ministro membro do Supremo Tribunal Federal (STF) Joaquim Barbosa.

Fig. 01: Capa da revista *Veja*, 2290

Veja, edição 2290, 10/outubro/2012, capa.

Fig. 02: Capa da revista *Veja*, 2349

Veja, edição 2349, 27/novembro/2013, capa.

Fig. 03: Capa da revista *Veja*, 2376

Veja, edição 2376, 04/junho/2014, capa.

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

O herói Joaquim Barbosa é um guerreiro que pode transformar, com serenidade, o jogo pesado e sujo da política brasileira. Ele é competente para

preservar/estabelecer a ordem através da força jurídica que, sem armas, não deixa a impunidade tomar conta do país. Também é uma liderança que está a serviço do povo brasileiro – em especial, as elites socioeconômicas, a classe média urbana, os políticos e empresários honestos com quem *Veja* forma o *Nós* –, que tem como inimigo comum o *Eles* – os corruptos, os "fora da lei"¹⁹⁰.

A finalidade das capas de *Veja*, assim, não é simplesmente noticiar, mas também mostrar para o leitor como ler o mundo e se posicionar nele a partir dos fatos e acontecimentos. Como destaca Marlene de Fáveri, as mídias contemporâneas formam imaginários sociais ao publicar textos e imagens que carregam em si sentidos¹⁹¹.

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

Fig. 04: Capa da revista *Veja*, 2327



Veja, edição 2327, 26/junho/2013, capa.

Auto-intitulada histórica, a edição publicada em 26 de junho daquele ano estampa em sua capa uma manifestante que encaram o perigo – representado pelo fogo (que também pode ser ligado ao país que arde nas chamas da corrupção) – para defender sua pátria, representada pela bandeira brasileira usada como uma capa – a mesma dos super-heróis (o que a coloca também na posição de paladina),

¹⁹⁰ *Veja*, edição 2349, 27/novembro/2013, capa.

¹⁹¹ FÁVERI, Marlene de. O divórcio em *Manchete*. In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016. p. 129 - 158.

mas também uma espécie de escudo de proteção, ou seja, quem está com o Brasil não tem o que temer porque terá a proteção do Nós, que está unido na defesa da nação brasileira. Ao designar-se como histórica, a edição também defende estar presenciando, escrevendo e registrando um novo capítulo de história do Brasil, um episódio que é o nascedouro de um novo futuro, diferente deste presente. Assim, como analisa Sônia Meneses, “em 2013 a revista realiza um claro processo de apropriação das ocorrências a fim de direcionar seus sentidos aos seus próprios interesses”¹⁹².

Ao enaltecer a tomada das ruas por parte da população, *Veja* encoraja quem ainda não saiu em defesa do país a se posicionar. Afinal, “se não há participação popular nos momentos políticos, dificilmente haverá identificação nacional”¹⁹³. Por ter potencial para comover, as manifestações também têm potencial para gerar adesão popular. Afinal, a cobertura dos protestos atrelou estes “ao discurso de que, finalmente, o povo havia despertado”¹⁹⁴. E uma vez consciente, o gigante não mais toleraria a corrupção e deixaria de lutar pela construção de um novo Brasil, como é enunciado na capa da semana seguinte.

Fig. 05: Capa da revista *Veja*, 2328



Veja, edição 2328, 03/julho/2013, capa.

¹⁹² MENESES, Fora Collor e marchas de junho, p. 231.

¹⁹³ PERIN, Iara Steiner. E ficou a pátria livre? nacionalismo e ditadura na revista *Veja* (1969 - 1986). In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016, p. 293.

¹⁹⁴ MENESES, op. cit., p. 215.

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

Veja assume a prática jornalística de conduzir, agendar e organizar toda uma narrativa sobre os acontecimentos por meio de constantes discursos que produzem efeitos de uma determinada realidade. De fato, a articulação realizada nas capas entre a imagem, manchete e chamada, instaura a forma com que o leitor deve interpretá-la. A relação que *Veja* busca estabelecer com seu leitor é de revista/ativo e leitores/passivos, pois, a revista elabora sínteses sobre os fatos e acontecimentos, organizados em narrativas próprias que buscam atribuir sentido à realidade. Como nos lembra Reinaldo Lindolfo Lohn, os meios de comunicação atuam também na esfera das representações políticas, capazes de formar preocupações públicas, assim como narrativas que permitem o leitor a interpretar os acontecimentos¹⁹⁵.

No ano seguinte, os debates entre os presidencialistas acaloraram o espectro político brasileiro. Neste mesmo período, temos um novo personagem forjado por *Veja* como o libertador de um povo. Durante o processo eleitoral, o candidato Aécio Neves (PSDB - MG) emerge como um "fator surpresa"¹⁹⁶.

¹⁹⁵ LOHN, Reinaldo Lindolfo. O teatro político e seus intérpretes: o início da redemocratização nas páginas de *Isto É*. In: AREND, Sílvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 97 - 122.

¹⁹⁶ *Veja*, edição 2395, 15/outubro/2014, capa.

Fig. 06: Capa da revista *Veja*, 2395

Veja, edição 2395, 15/outubro/2014, capa.

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

A escolha da foto de Aécio, que foi estampada na capa de 15 de outubro de 2014, é uma evidência do posicionamento de *Veja*. Afinal, as fotografias trazem consigo expressões faciais que remetem-se à significados culturalmente codificados, dos quais teatralizam um acontecimento ou uma personalidade. Quando *Veja* publica a imagem de um Aécio Neves sorridente e confiante quer disseminar essa percepção entre seus leitores, a de que ele faz parte do *Nós*. Afinal, como salienta Meneses, a produção de sentidos é dialógica, socialmente construída e mutável, baseada na interação entre enunciador e enunciatário e numa relação de empatia e sentimentalismo¹⁹⁷. O mesmo jogo de sentidos está presente em outra capa de *Veja* datada de 20 de outubro de 2010, quando nas eleições daquele ano a revista já tentou guinar a candidatura de Aécio Neves em sua disputa pelo governo do Estado de Minas Gerais.

¹⁹⁷ MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*. São Paulo, v. 23, n. 45, p. 11 - 36, julho, 2003.

O candidato do PSDB é definido como o “político das viradas impossíveis”¹⁹⁸, numa tentativa de convencimento dos eleitores de que a eleição não está perdida e que, se todos acreditarem e trabalharem para isso, é possível virar o jogo político. Ou seja, um exemplo de condução de condutas da publicação que, atuando com as variáveis busca conquistar a confiança do leitor para o cenário que defende. Assim, como “o enunciador é um sentenciador”¹⁹⁹, nesse momento é publicada uma fotomontagem em que Aécio, sorridente, está tirando a camisa e o paletó - num ato análogo ao do jornalista Clark Kent quando transformava-se no herói Super Homem. Também uma forma de dizer que o candidato está de peito aberto para enfrentar as adversidades e resolver os problemas do Brasil. Para isso, basta que o e(leitor) (de *Veja*) confirme seu voto no herói verde-amarelo, cor do seu uniforme de paladino escondido por baixo das vestes de político. Leitura das imagens corroborada pela manchete que reforça o poder de Aécio.

Fig. 07: Capa da revista *Veja*, 2187



Veja, edição 2187, 20/outubro/2010, capa.

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

¹⁹⁸ *Veja*, edição 2187, 20/outubro/2010, capa.

¹⁹⁹ PRADO, José Luiz Aidar; RAMALDES, Dalva. O corpo do poder: estudo semiótico da figura de Lula na campanha presidencial de 1989 nas revistas semanais *Veja* e *Istoé*. **Brazilian Journalism Research**. v. 1, n. 1, 2008, p. 178.

Fig. 08: Capa da revista *Veja*, 2452

Veja, edição 2452, 18/novembro/2015, capa.

Fig. 09: Capa da revista *Veja*, 2476

Veja, edição 2476, 04/maio/2016, capa.

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

Veja é um veículo capaz de orientar seus leitores à uma tomada de decisão. O ato de conduzir condutas, é o ato do exercer poder sobre a vida, feito por *Veja* através do exercício do saber jornalístico, atuando ao mesmo tempo na construção social, política e na formação de identidades. Afinal, como salienta Foucault, quando o alvo do poder é a população, a forma para se governar é através dos saberes. *Veja* publica capas com imagens, muitas vezes, já consumidas pelos leitores em outros veículos de comunicação, a estratégia então é dar um novo sentido a elas²⁰⁰.

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

²⁰⁰ FOUCAULT, *Nascimento da Biopolítica*.

Fig. 10: Capa da revista *Veja*, 2398

Veja, edição 2398, 05/novembro/2014, capa.

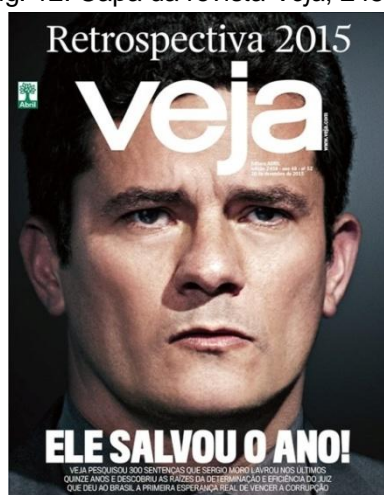
Fig. 11: Capa da revista *Veja*, 2424

Veja, edição 2424, 06/maio/2015, capa.

Em 2014, quando Sérgio Moro estampou pela primeira vez uma capa de *Veja*, ele ainda era um personagem novo, pouco conhecido nacionalmente. Por isso, a necessidade de apresentá-lo ao leitor. Assim, sua fotografia é acompanhada – para além da manchete e da chamada, de uma legenda no canto esquerdo da capa: "juiz federal Sergio Moro"²⁰¹. Moro é discursivizado por *Veja* como um homem frio e calculista, um estrategista capaz de analisar com serenidade os passos de seus adversários (lembrando que heróis têm adversários, juízes não). O *Nós*, a partir desse momento tem um novo fator aglutinador: o juiz e a Lava Jato. Moro assim como Barbosa concluiu a jornada do herói. Vindo do interior conquistou a aprovação em concurso público para uma vaga extremamente concorrida, a de juiz federal. Atuando numa vara de primeira instância – a mais baixa hierarquicamente no sistema judiciário brasileiro – mostrou-se firme o suficiente para não se dobrar diante dos poderosos. Sua força coloca-o na posição de quem tem coragem suficiente para combater a desordem política brasileira.

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

²⁰¹ *Veja*, edição 2398, 05/novembro/2014, capa.

Fig. 12: Capa da revista *Veja*, 2458*Veja*, edição 2458, 30/dezembro/2015, capa.Fig. 13: Capa da revista *Veja*, 2480*Veja*, edição 2480, 01/junho/2016, capa.

As capas de *Veja* buscam estabelecer uma ruptura com o passado, marcando um antes e um depois da operação Lava Jato. Antes tínhamos *Eles* no comando de um Brasil politicamente sujo, governado por um partido tomado pela corrupção e por políticos despreparados. Com a Lava Jato emerge um Brasil passado a limpo, com a ordem estabelecida, justiça e respeito às instituições democráticas, um Brasil que o *Nós* desejava. *Veja* transforma o juiz Sérgio Moro em um *popstar* ao expor sua imagem e publicar suas sentenças proferidas fora dos autos dos processos. Nesse contexto, como lembra Jessé Souza, o judiciário no Brasil possui uma áurea de arrogância, é extremamente elitizado e os juízes comportam-se como se estivessem em uma monarquia, passando o cargo, geralmente, para sua geração seguinte²⁰². Porém, a estratégia de *Veja* é romper com este paradigma brasileiro, mostrando que Moro é um homem comum, gente como a gente, que não se deixa corromper pela posição de poder. Um ser acima de todas as suspeitas.

De fato, o trabalho com as capas de *Veja* nos obriga a percorrer o ciclo completo de suas produções durante o período analisado. Cada capa traz consigo um discernimento singular, mas sua interação social é intensificada no longo prazo, com a publicação de outras capas que alinhadas produzem sentido, mobilizam os leitores, os personagens representados, os valores, o tempo e espaço. As imagens estampadas nas capas, independente da forma, são mais do que complementos da manchete e chamada. Os editores de *Veja* ao produzirem a capa semanal, buscam produzir sintonia, articulando diferentes tipos de linguagens, discursiva e imagética,

²⁰² SOUZA, Jessé. **A elite do atraso: da escravidão a Bolsonaro**. Rio de Janeiro: GMT editores, 2019.

buscando construir um grupo identitário. Como frisa Chartier, a construção das identidades sociais é resultado sempre de uma "relação de força entre as representações impostas por aqueles que detêm o poder de classificar e de nomear e a definição, de aceitação ou de resistência, que cada comunidade produz de si mesma"²⁰³. As representações feitas por *Veja*, possuem uma função mediadora, visto que, informam as diferentes modalidades de apreensão do real, através dos meios linguísticos e/ou imagéticos que, tornam-se instrumentos para fazer ver um objeto ausente. Assim, são através dessas categorias que constroem-se os diálogos entre a revista e o leitor.

Segundo Stuart Hall, a definição de identidade ainda é demasiadamente complexa, pois, em nossa atualidade, o sujeito está conceitualizado como não possuidor de uma identidade fixa, essencial ou permanente. Assim, a identidade torna-se uma celebração móvel: "formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam"²⁰⁴. O *Nós* apresentado por *Veja*, compõem a sociedade e constrói sua realidade de mundo através de representações conflitantes com *Eles*. Esta prática busca fazer e reconhecer os sujeitos a uma identidade social, a exhibir uma maneira própria de ver e ser no mundo, de significar simbolicamente um estatuto e uma posição, mas, também, eleger seus representantes, líderes singulares que sejam visíveis para reconhecimento de seu respectivo grupo, comunidade ou classe.

Em meio ao *Nós*, grupo identitário de pertencimento da revista *Veja*, o que está em jogo é tornar os sujeitos-leitores seres governáveis, de maneira mais rentável e dócil possível, possibilitando poucos espaços para sua emancipação, pois, a constituição de si mesmo é feita permeada com o outro, remodelado a partir de uma malha fluida de relações de saber e poder. Desta maneira, quando os leitores de *Veja* aderem as características do *Nós*, estão, neste momento, inseridos em um processo de subjetivação que os constituem como sujeitos²⁰⁵. Também, entendido por Prado como uma "visão contratualista, entre o enunciador mediático e

²⁰³ CHARTIER, O mundo como representação, p. 183.

²⁰⁴ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guaraci Lopes Louro. 12ª ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015, p. 11 - 12.

²⁰⁵ MIRANDA, Wandelson Silva de. Foucault e a questão do sujeito: as tecnologias do eu e a criação de novas subjetividades. **Fenomenol & Psicol**, São Luís, v. 2, n. 1, p. 19 - 34, 2014.

enunciatório"²⁰⁶, com o qual o destinatário (neste caso o leitor) acaba identificando-se com a revista, passando a consumir modos de ser, pensar e agir.

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

3.2 A construção de um *Eles*

Em cinco décadas de circulação semanal, *Veja* participou e destacou-se como um importante agente ativo dentro de um período de largas e profundas transformações sociais e políticas no Brasil, ainda que o jornalismo de revista tenha se reformulado nas últimas décadas, *Veja* tem assumido o protagonismo entre os veículos de comunicação impressos. Segundo Prado, na década de 1980 a televisão ocupou o lugar dos periódicos que, por consequência, tiveram que reinventar-se, adotando uma prática de jornalismo interpretativo, no qual a utilização de imagens tem lugar de destaque na formulação de mapas cognitivos²⁰⁷. Assim, o jornalismo contemporâneo

apresenta-se como um mecanismo poderoso, ou de poder, que pela máscara da isenção, coloca-se como voz da verdade e, ao enunciar essas verdades, atua como um instrumento de ação sobre o meio, sobre populações²⁰⁸.

Como já vimos no primeiro eixo de análise, através de suas capas, *Veja* faz do jornalismo uma tentativa de criar um grupo identitário, um *Nós* em que estão

²⁰⁶ PRADO, *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*, 161.

²⁰⁷ Ibidem.

²⁰⁸ PEREIRA, *Ser mãe é...*, p. 33.

inseridos ela e seu público leitor, que adere aos discursos e leituras de mundo por ela defendidos. Em contraponto a esse *Nós*, *Veja* também define um *Eles*, um grupo formado pelos políticos corruptos, que provocam a desordem no país, e por aqueles que os defendem ou coadunam dos mesmos ideais político-partidários. *Veja* faz um diálogo maniqueísta com seu leitores, numa espécie de convocação em que há apenas duas possibilidades: aderir ao bem (*Nós*) ou posicionar-se ao lado do mal (*Eles*). Dentro deste contexto, o segundo eixo de análise tem por objetivo refletir acerca de como o jornalismo de *Veja* intervém nas práticas políticas e sociais, determinando a constituição de grupos identitários a partir de seus discursos linguísticos e imagéticos publicados em suas capas. Nas próximas páginas, buscaremos examinar como *Veja* busca construir um grupo identitário que opõe-se ao *Nós*. Agora, trata-se em distinguir quem são *Eles*, os fatos e as personalidades que compõe esse grupo interessado em estimular o caos e a desordem no Brasil.

Na segunda metade do ano de 2012 veio a tona o julgamento do escândalo de corrupção conhecido como mensalão. O esquema de compra de votos parlamentares articulou vários partidos políticos entre os anos 2005 e 2006, mas somente 6 anos mais tarde é que teve início ao julgamento dos 38 réus no Supremo Tribunal Federal, estendendo-se até abril do ano seguinte²⁰⁹. Durante todo este período, *Veja* acompanhou e publicou inúmeras capas sobre o assunto.

Fig. 14: Capa da revista *Veja*, 2280



Veja, edição 2280, 01/agosto/2012, capa.

Fig. 15: Capa da revista *Veja*, 2363



Veja, edição 2363, 05/março/2014, capa.

²⁰⁹ O Supremo Tribunal Federal iniciou no dia 02 de agosto o julgamento da Ação Penal (AP) 470, caso de corrupção que ficou conhecido como "mensalão". Acesso ao processo completo em: www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=236494

Na capa da edição de 01 de agosto de 2012 *Veja* estampa uma fotografia de José Dirceu, considerado o protagonista do escândalo do mensalão no período em que atuou como ministro-chefe da Casa Civil do governo Lula, como braço forte do presidente. Já em 05 de março de 2014, José Dirceu – já condenado pelo STF – aparece comandando um bloco de carnaval junto com outros dois condenados no esquema de corrupção, enquanto o povo – usando narizes de palhaço – assiste ao desfile, ao fundo. A sátira da revista fica por conta de que José Dirceu teve uma de suas acusações absolvida no STF, como destaca-se na chamada da capa: "o STF decidiu que eles não formam quadrilha e estarão soltos logo. Para os brasileiros isso é melancólico"²¹⁰. Nestas capas, *Veja* busca construir o *Eles* a partir de um discurso verbal e imagético que desdenha da desordem política e jurídica do Brasil. Política porque foi através dela que aconteceram os desvios de dinheiro que compravam parlamentares e jurídica pelo fato do STF absolver os mensaleiros de uma de suas acusações. O objetivo destas capas é identificar que *Eles* fazem parte do grupo responsável pela decadência do país, pela corrupção, pelas injustiças e pelo atraso econômico. É necessário criar/mostrar a desordem para depois construir o caminho e apresentar os líderes que nos guiarão para a direção certa. Também, as capas mencionadas, procuram despertar a repulsa dos leitores frente aos mensaleiros.

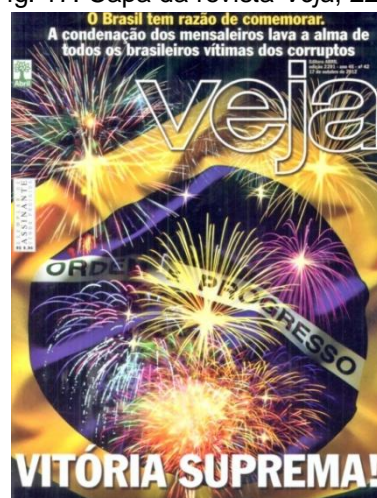
Depois da indignação provocada, as próximas capas de *Veja* buscam reafirmar de que lado a revista está. O alívio pela condenação dos mensaleiros é estampada assim nas capas dos periódico.

Fig. 16: Capa da revista *Veja*, 2285



Veja, edição 2285, 05/setembro/2012, capa.

Fig. 17: Capa da revista *Veja*, 2291



Veja, edição 2291, 17/outubro/2012, capa.

²¹⁰ *Veja*, edição 2363, 05/março/2014, capa.

A finalidade destas capas é celebrar a vitória e a união com aqueles que fazem parte do *Nós*, grupo identitário criado pela revista. Em uma das capas, *Veja* coloca ao fundo a bandeira nacional, em uma tentativa de afirmar que a conquista é de todos os brasileiros que acreditam em um país justo. Sobre este contexto, Stuart Hall nos lembra que a velha identidade nacional que durante muito tempo unificou os indivíduos está adormecida, mas sempre pronta para ser acordada.

As culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. (...) As culturas nacionais, ao produzir sentido sobre a nação, sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. (...) Essas fornecem uma série de histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e os desastres que dão sentido à nação²¹¹.

Ainda nesta mesma edição, a manchete "vitória suprema" faz alusão ao fato de que a condenação veio através do votos dos ministros do Supremo Tribunal Federal, e a chamada à satisfação e alívio, visto que "o Brasil tem razão para comemorar", uma vez que "a condenação dos mensaleiros lava a alma de todos os brasileiros vítimas dos corruptos"²¹². A capa desta edição de *Veja*, busca revelar qual acontecimento é tomado pelos editores como índice do momento. "É como se as capas equivalassem às embalagens de produtos, indicando ao consumidor se o conteúdo poderá ou não ser de seu interesse"²¹³. Na chamada da outra capa mencionada, *Veja* descreve que "o Brasil reencontra o rumo ético: volta a saber distinguir o certo" - ligado ao *Nós* - "do errado"²¹⁴ – atrelado ao *Eles*.

Em outra capa sobre o mensalão, *Veja* procura articular os mensaleiros ao Partido dos Trabalhadores.

²¹¹ HALL, **A identidade cultural na pós-modernidade**, p. 31.

²¹² *Veja*, edição 2291, 17/outubro/2012, capa.

²¹³ AREND, Sílvia Maria Fávero. Já nas bancas: meninas e meninos nas páginas de uma revista semanal (Brasil, década de 1990). In: MOREIRA, Rosemeri; CAMARGO, Hertz Wendel de; KLANOVICZ, Luciana. R. F (orgs.). **O gênero e os meios: imprensa, televisão e cinema**. Londrina: Syntagma, 2014, p. 68.

²¹⁴ *Veja*, edição 2285, 05/setembro/2012, capa.

Fig. 18: Capa da revista *Veja*, 2265

Veja, edição 2265, 18/abril/2012, capa.

O infográfico apresentado na capa denuncia o Partido dos Trabalhadores, que se utiliza de uma cortina de fumaça para encobrir "o maior escândalo de corrupção da história do país"²¹⁵. Segundo a revista, o partido estaria encobertando alguns de seus membros, responsáveis pelo esquema de corrupção. Dessa forma, PT e mensaleiros fazem parte do mesmo grupo identitário, o *Eles*. Ao definir o grupo, *Veja* "sugere uma tomada de posição ao leitor e partir de seu próprio posicionamento"²¹⁶. Das capas 313 capas de *Veja* consultadas para análise, 23 delas exibem o Partido dos Trabalhadores através de representações imagéticas e/ou discursivamente em manchetes e chamadas, correspondendo à 7,3% das capas publicadas entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016. Um levantamento de dados importante que nos faz questionar o tamanho da visibilidade que *Veja* destinou ao partido político dos ex-presidentes petistas.

No ano de 2014, destaco duas capas de *Veja* que buscam correlacionar o Partido dos Trabalhadores ao grupo identitário do mal, ou seja, o *Eles*. Os infográficos produzidos por *Veja* representam o partido político de Lula e Dilma como o vilão da política brasileira, por estar destruindo as empresas estatais e envolvido nos casos de corrupção denunciados pela Lava-Jato, que naquele momento começava a ganhar visibilidade nacional.

²¹⁵ *Veja*, edição 2265, 18/abril/2012, capa.

²¹⁶ SILVA, Cristiani Bereta da. "O Brasil mergulhou em sua história": a revista *Veja* e os debates sobre a história e seu ensino nas décadas de 1980 e 1990. In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas**: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016, p. 57 - 58.

Fig. 19: Capa da revista *Veja*, 2368

Veja, edição 2368, 09/abril/2014, capa.

Fig. 20: Capa da revista *Veja*, 2403

Veja, edição 2403, 10/dezembro/2014, capa.

A capa da edição 2368 traz o estrela utilizada como logotipo do PT suja de petróleo. O objetivo de *Veja* nesta representação é ilustrar o que a manchete denuncia, fazendo uma articulação entre os discursos verbal e imagético no intuito de legitimar sua reportagem. É importante destacar o quanto as representações encontradas nas capas de *Veja* conduzem os leitores a uma percepção sobre o mundo real, na medida em que "as representações possuem energia própria, e tentam convencer que o mundo, a sociedade ou o passado é exatamente o que elas dizem que é"²¹⁷.

Na capa de 10 de dezembro de 2014 novamente o símbolo que identifica o Partido dos Trabalhadores é utilizado. Desta vez, o vermelho original da estrela é manchado por notas de dinheiro que representam as propinas recebidas durante campanhas eleitorais. Com efeito, *Veja* induz seu leitor a compreender que o partido que governa o país é nocivo e que investigações sobre suas práticas políticas são mais do que necessárias. Ambas as capas caracterizam-se pela convocação visual uma vez que "a visualidade é uma dimensão importante da vida social e dos processos sociais"²¹⁸ e, quando incorporada nas capas de *Veja*, torna-se uma potente estratégia cognitiva, uma ferramenta para conquistar autoridade, forjando acontecimentos, ídolos, heróis e grandes personagens.

²¹⁷ CHARTIER, Roger. Defesa e ilustração da noção de representação. *Fronteiras*. Dourados, v. 13, n. 24, p. 15 - 29, jul/dez, 2011, p. 23.

²¹⁸ MENESES, Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares, p. 11.

Na capa a seguir, o objetivo de *Veja* é ligar o PT e os casos de corrupção aos presidentes do Brasil pelo partido – Lula e Dilma.

Fig. 21: Capa da revista *Veja*, 2397



Veja, edição 2397, 29/outubro/2014, capa.

A edição acima foi publicada durante a disputa presidencial entre Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB) em 2014, que disputavam voto a voto o segundo turno das eleições. Em uma estratégia de destruir a conduta da presidenta que buscava a reeleição, a manchete e a chamada denunciam aos leitores que "Lula e Dilma Rousseff tinham conhecimento das tenebrosas transações na estatal"²¹⁹, fazendo referência ao esquema de corrupção que desviava dinheiro público da Petrobras, conhecido como petrolão. Ainda sobre esta capa, vale lembrar que o ministro Admar Gonzaga, do TSE, concedeu o direito de resposta²²⁰ ao Partido dos Trabalhadores por considerar que a publicação transmitiu uma acusação com tom ofensivo, sem qualquer prova e cautela. A postura de *Veja* foi compreendida como uma tentativa de manobrar as eleições presidenciais daquele ano.

Veja utiliza-se da estratégia do medo para desencorajar seus leitores a votarem pela reeleição de Dilma. Sua vitória representaria uma ameaça à economia, favorecendo o estabelecimento do caos, da desordem, do descontrole, da intervenção estatal e dos casos de corrupção. Assim, o pânico é gerado pela possibilidade que Dilma e o PT atrapalhem o desenvolvimento econômico do país e também o bolso dos brasileiros com o aumento de impostos ou com o afastamento

²¹⁹ *Veja*, edição 2397, 29/outubro/2014, capa.

²²⁰ Pode ser consultado em: <https://veja.abril.com.br/brasil/direito-de-resposta/>

dos investidores estrangeiros do Brasil. Serão *Eles*, Dilma e PT, os organizadores de um clima hostil e prejudicial ao *Nós*. A mensagem que *Veja* pretende passar aos leitores é de que caso Dilma Rousseff consiga a reeleição, o futuro do Brasil é um enigma, o desconhecido. Afinal, bem como observou Cristiani Bereta da Silva, uma das características do jornalismo de *Veja* é tentar prever o futuro do país, principalmente, no que diz respeito a política e economia²²¹.

Outro ponto para o qual chamo a atenção é a forma como é representado o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva pelas capas de *Veja*. Das 313 capas de *Veja* consultadas para análise, 36 delas trazem Lula. O ex-presidente, portanto, aparece em 11,5% das capas publicadas entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016.

Fig. 22: Capa da revista *Veja*, 2436



Veja, edição 2436, 29/julho/2015, capa.

Fig. 23: Capa da revista *Veja*, 2468



Veja, edição 2468, 09/março/2016, capa.

As fotografias de Lula são utilizadas nas duas capas acima na tentativa de formar um imaginário de que o ex-presidente estaria enfrentando a Justiça brasileira. Na primeira, a manchete destaca que chegou a vez de Lula explicar qual a sua participação nos casos de corrupção. Na segunda, a chamada enfatiza que "o ex-presidente depõe na Polícia Federal em São Paulo e sai debochando da Justiça"²²², reforçando uma concepção de que Lula estaria enfrentando a Justiça, a lei, ao juiz Sérgio Moro, a operação Lava Jato e, portanto, à *Veja* e seu grupo (o *Nós*). Com efeito, os ataques de *Veja* à Lula fazem parte da defesa do *Nós*. Desta maneira, o

²²¹ SILVA, Cristiani Bereta da. A invenção do futuro do Brasil: usos políticos do passado na *Veja* (1968 - 1972). In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980)**. Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 21 - 42.

²²² *Veja*, edição 2468, 09/março/2016, capa.

discurso de *Veja* consolida-se como um construtor de práticas identitárias e, portanto, de subjetividades.

Fig. 24: Capa da revista *Veja*, 2450



Veja, edição 2450, 04/novembro/2015, capa.

Na capa acima, Lula aparece trajando o uniforme listrado dos presidiários – tal como esses são representados nos desenhos e filmes estadunidenses – e nas listras da camiseta podem ser lidos os nomes de políticos, empreiteiros, empresários, doleiros, enfim pessoas denunciadas pela Lava Jato. A imagem da capa foi escolhida pelo editores em certo contexto político, sabidamente selecionada por *Veja* para ser interpretada por seus leitores através de códigos que já estão inseridos culturalmente no meio social. Ao publicar a capa desta edição, *Veja* mais uma vez assume o lugar de quem antecipa o futuro, ao mesmo tempo que condena o ex-presidente Lula junto à opinião pública, antes mesmo de seu julgamento pela justiça. Os veículos de comunicação, como *Veja*, são empreendimentos que "reúnem um conjunto de indivíduos, o que os torna projetos coletivos, por agregarem pessoas em torno de ideias, crenças e valores que se pretende difundir a partir da palavra escrita"²²³. Quando *Veja* lança suas representações do social, ela acaba influenciando seus leitores a tomar decisões e legitimar determinadas escolhas. Como destaca Reinaldo Lindolfo Lohn, "as páginas das revistas, aos poucos, constituíram-se em veículos para as representações sociais e políticas do país como um todo: nós de articulação entre veículos, regime, atores sociais e políticos"²²⁴.

²²³ LUCA, A história dos, nos e por meio dos periódicos, 140.

²²⁴ LOHN, O teatro político e seus intérpretes, p. 113.

Fig. 25: Capa da revista *Veja*, 2478

Veja, edição 2478, 18/maio/2016, capa.

Fig. 26: Capa da revista *Veja*, 2496

Veja, edição 2496, 21/setembro/2016, capa.

Na capa da edição 2478 a manchete destaca a ruína que o Partido dos Trabalhadores se tornou. Na chamada, *Veja* enfatiza "as novas provas que comprometem Lula"²²⁵. Como estratégia para reforçar seu discurso, a imagem utilizada representa o ex-presidente Lula através de uma escultura que está sendo corroída. Mesmo caminho adotado quatro meses depois, na edição de 21 de setembro de 2016, em que a imagem de Lula/figura política está derretendo. Capas neste sentido, também são utilizadas para representar a má condução do país pela presidenta Dilma Rousseff.

Fig. 27: Capa da revista *Veja*, 2317

Veja, edição 2317, 07/abril/2013, capa.

²²⁵ *Veja*, edição 2478, 18/maio/2016, capa.

Fig. 28: Capa da revista *Veja*, 2330

Veja, edição 2330, 17/julho/2013, capa.

Fig. 29: Capa da revista *Veja*, 2366

Veja, edição 2366, 26/março/2014, capa.

As três capas buscam reforçar a incompetência administrativa de Dilma Rousseff. Na primeira, a manchete faz referência ao descontrole da inflação exemplificada pela alta do preço do tomate, a partir do jogo de palavras e de um ditado popular. Na segunda capa a alusão é sobre a MP dos médicos²²⁶, com uma fotomontagem da presidenta trajando jaleco, portando um estetoscópio e segurando um desfibrilador. Na terceira, *Veja* condena o aparelhamento da Petrobras e, para isso, traz Dilma submergindo em um poço de petróleo com uma camisa laranja, que parece ser o uniforme utilizado pelos petroleiros da estatal, também, remete ao uniforme usado pelos penitenciários estadunidenses retratados nos filmes de Hollywood. *Veja* utiliza-se, assim, de estratégias verbais e visuais como procedimentos de objetivação de seus leitores, a partir dos julgamentos que arbitra. Os modelos de representação baseados em sátiras utilizados pela revista muito mais do que gerar impacto, quebram barreiras junto ao leitor e, assim, conquista empatia para *Nós*, o grupo formado e liderado por *Veja*.

Veja aparece como um dispositivo de ação política, não só apresentando e influenciando debates públicos, mas também interpretando-os, sendo capaz de forjar grupos sociais, construir personagens e tramas, acontecimentos e rupturas políticas. Dilma Rousseff, por exemplo, é exibida por *Veja* em 49 das 313 capas consultadas no período de análise. A visibilidade dada à Dilma Rousseff corresponde à 15,7% das capas publicadas entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016.

²²⁶ Medida Provisória de 09 de julho de 2013 que resultou na criação do *Programa Mais Médicos*.

Fig. 30: Capa da revista *Veja*, 2417

Veja, edição 2417, 18/março/2015, capa.

Fig. 31: Capa da revista *Veja*, 1913

Veja, edição 1913, 13/julho/2005, capa

Nas capas acima, *Veja* novamente utiliza da sátira para representar os governos de Dilma Rousseff e de Lula. A mesma estratégia discursiva é utilizada num intervalo de dez anos, mudando apenas a personagem central. Em capas sem manchete e chamada, apenas a ilustração induz a leitura de que os presidentes estariam perdidos no Planalto. Nas representações, a faixa presidencial venda os olhos de ambos, como referência ao fato deles declararem não saber dos casos de corrupção que envolvem seu partido. Com efeito, ambas as representações possuem códigos e finalidades que contribuem na produção de sentido sobre os personagens em destaque.

Veja renuncia ao caráter documental e passa a criar imagens síntese sobre Dilma Rousseff, com o propósito de ser um mapa cognitivo para seus leitores. Desta forma, as capas da revista assumem uma tomada de posição, o que, segundo Didi-Huberman, significa exigir algo, situar-se no presente e cobiçar um futuro, é desenhar todo um campo de possibilidades através de um diagnóstico de nossa atualidade²²⁷. Ainda, é importante destacarmos a função performativa de *Veja*, um jornalismo interpretativo que se apresenta como uma atividade conformadora e criadora de identidades.

²²⁷ DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tomam posição**. Trad. Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

Fig. 32: Capa da revista *Veja*, 2447

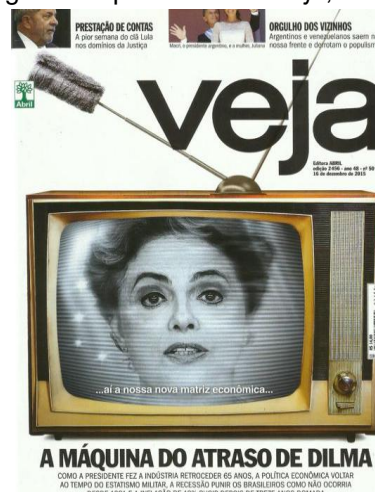
Veja, edição 2447, 14/outubro/2015, capa.

Quais são os requisitos para um presidente cair? Popularidade baixa, perda de apoio no Congresso e destruição da economia. Segundo *Veja*, Dilma preenche todos esses campos e, assim, sua queda é inevitável. A sombra da presidenta estampada na capa, induz os leitores a imaginarem Dilma Rousseff desolada e sem perspectiva. A possibilidade de *impeachment* surgiu nas capas de *Veja* muito antes de ser tratada no Congresso. De fato, a revista foi uma das principais vozes responsáveis pelas narrativas que mobilizaram as grandes manifestações pró-*impeachment*, consolidando, assim, seu status de protagonista do *Nós*.

Após a abertura do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados em dezembro/2015, *Veja* investe novamente em capas que justificam a necessidade do afastamento da presidenta.

Fig. 33: Capa da revista *Veja*, 2455

Veja, edição 2455, 09/dezembro/2015, capa.

Fig. 34: Capa da revista *Veja*, 2456

Veja, edição 2456, 16/dezembro/2015, capa.

O acontecimento político é de importância para todos os brasileiros, é necessário mantê-los bem informados e, desta maneira, a edição especial de 09 de dezembro de 2015 traz a capa e mais 24 páginas em seu interior dedicadas ao *impeachment*, em uma tentativa de sanar todas as dúvidas dos leitores e convencê-los. O jornalismo interpretativo é uma característica do jornalismo de revista brasileiro, assim como "a produção de uma narrativa jornalística que visou abarcar o nacional"²²⁸. Na edição da semana seguinte, a revista ataca a matriz econômica de Dilma Rousseff, segundo *Veja*, responsável por degradingolar a indústria nacional, pela inflação acima dos 10% e a recessão na vida dos brasileiros.

A articulação com a imagem, fortifica o imaginário que *Veja* propõe construir, a de um país que retrocedeu. As capas modificam e fragmentam a realidade, trazendo, muitas vezes, somente uma parte do real, impossibilitando uma leitura ambígua sobre o fato/personagem. A revista "investe-se de autoridade simbólica que lhe permite participar semanticamente das ações e transformações da sociedade"²²⁹, inclusive operando em seleções do que deve ser lembrado ou esquecido na escrita da História do Brasil. Além disso, *Veja* "seleciona, ordena, estrutura e narra, de uma determinada forma, aquilo que se elegeu como digno de chegar até o público"²³⁰.

Após a votação pela abertura do processo de *impeachment* na Câmara dos Deputados, *Veja* já aposta que Dilma Rousseff é uma carta fora do jogo político.

Fig. 35: Capa da revista *Veja*, 2474



Veja, edição 2474, 20/abril/2016, capa.

²²⁸ AREND, Já nas bancas: meninas e meninos nas páginas de uma revista semanal (Brasil, década de 1990), p. 69.

²²⁹ SILVA, A invenção do futuro do Brasil, p. 21.

²³⁰ LUCA, A história dos, nos e por meio dos periódicos, p. 136.

A ex-presidenta faz parte do *Eles* e por não assemelhar-se ao *Nós* foi atacada até sua destituição. É como se o resultado do *impeachment* sepultasse não só Dilma Rousseff, mas todo um período da história do Brasil que o *Nós* não gostaria que tivesse acontecido. Também, caso seja necessário, é importante lembrar seus leitores para manter o grupo formado por *Eles* – Dilma, Lula, o PT e todos que os apoiaram – longe do poder. *Veja* forja, assim, uma disputa entre o bem e o mal, entre os heróis e os vilões da história do Brasil. Para isso, objetiva seus leitores a fazerem parte do *Nós*, grupo de pessoas de bem cujo objetivo é o combater *Eles*, as pessoas do mal. Como ressalta Foucault, existe um processo de condição e funcionamento dos discursos que,

liga os indivíduos a certos tipos de enunciação e lhes proíbe, conseqüentemente, todos os outros; mas ela se serve, em contrapartida, de certos tipos de enunciação para ligar indivíduos entre si e diferenciá-los, por isso mesmo, de todos os outros²³¹.

Tal procedimento é notável em *Veja*, pois, é a revista quem define quem são os indivíduos que detêm poder de fala através de regras, normas e organização, determinando as propriedades e papéis do sujeito. Depois, a revista tem por objetivo fazer estes discursos circularem em um meio, na tentativa de agrupar os indivíduos, congregando todos aqueles que aceitam as regras e as normas que foram-lhes impostas. É um procedimento através do qual os discursos são dominados por indivíduos, grupos ou instituições que estabelecem o controle e a exclusividade sobre eles, frisando que "o poder não está, pois, fora do discurso. O poder é algo que funciona através do discurso, porque o discurso é ele mesmo um elemento de um dispositivo estratégico de poder"²³². Logo, os enunciados jornalísticos de *Veja* são acontecimentos discursivos que estão em constante disputa pelo poder, por uma vontade de verdade, visto que o jornalismo contemporâneo caracteriza-se por ser um produtor de comportamentos conformes.

A estratégia discursiva utilizada por *Veja* foi a de criar elos, ligar personagens e fatos. Em um primeiro momento, buscou-se criar e mapear o monstro imaginário, depois, as campanhas para destruí-los. Logo, os ex-presidentes Lula e Dilma, e o próprio Partido dos Trabalhadores são os monstros que a revista busca construir

²³¹ FOUCAULT, **A ordem do discurso**, p. 41.

²³² Idem., Diálogo sobre o poder. In: _____. **Ditos & Escritos IV** - Estratégia, poder, saber. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006, p. 253.

como *Eles*, para que depois possa combatê-los. Somadas as capas em que o periódico expos o Partido dos Trabalhadores, Lula e Dilma, através de representações imagéticas e/ou discursivamente em manchetes e chamadas, *Veja* totalizou 108 edições entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016, correspondendo à 34,5% de suas publicações. Trata-se de uma visibilidade que representa 1/3 de suas capas, em sua maioria, ligando e/ou denunciando o partido e os ex-presidentes em casos de corrupção. Para construir este grupo identitário (*Eles*), o periódico utilizou-se da sátira e da denúncia, além da dualidade realizada com o *Nós*, o lado das boas referências e apostas para o Brasil, das certezas de um futuro com progresso e ordem.

De fato, as capas de *Veja* apresentam-se como vontades de verdade, como um dispositivo autorizado à falar, denunciar, interditar vozes, forjar personagens e organizar narrativas políticas, inclusive, "emerge também daí o conceito de boa política, que preconiza o fim da corrupção, a punição para gestores incompetentes e a reivindicação por ações públicas eficazes"²³³. Sua principal prática jornalística neste período foi "modalizar o enunciatário, oferecendo-lhes pacotes biopolíticos"²³⁴, ou seja, receitas, mapas e alertas que tratam os leitores como pacientes que dependessem de seus cuidados, que necessitassem da leitura semanal de *Veja* para compreender o Brasil, distinguir o certo do errado e saber posicionar-se em meio a um período conturbado de nossa história. Ao mesmo tempo que *Veja* busca criar empatia com seu público leitor, (principalmente com o *Nós*) ela também realiza a manutenção de sua aparência, efetuando e trazendo boas escolhas para obter realizações benéficas, impressões socialmente positivas e aceitáveis, como por exemplo, utilizar palavras, símbolos e valores morais para manter/construir uma imagem honesta e limpa de si mesma. Deste modo, periodicamente, que *Veja* se expressa como um farol que guia seus leitores, mas também como uma protetora da nação, da justiça e do patrimônio brasileiro.

A revista *Veja* preencheu um espaço vago na vida cotidiana dos brasileiros, contribuindo na formação de opiniões e na constituição de uma cultura política no país. Como ressalta Cristiani Bereta da Silva, nos momentos mais recentes da história do Brasil, "*Veja* participou selecionando temas, problemas, interpretando o

²³³ MENESES, Fora Collor e marchas de junho, p. 233.

²³⁴ PRADO, **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**, 164.

debate ocorrido em diferentes grupos e esferas para seu público leitor"²³⁵. Assim, ao longo de cinco décadas, *Veja* ganhou respaldo e influência, tornou-se um importante e decisivo veículo de comunicação, capaz de delinear as principais pautas sobre o debate público, caracterizando-se como uma fonte indispensável para compreendermos e discutirmos os processos políticos, econômicos e sociais que atravessam nosso tempo presente.

²³⁵ SILVA, "O Brasil mergulhou em sua história", p. 73.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescente interesse de historiadores e demais pesquisadores possibilitou análises e questionamentos referentes as mais variadas plataformas da mídia. Na historiografia este avanço tem suas raízes cravadas na década 1970, devido a aproximação da história com outras ciências, e também por uma nova geração de historiadores que abriram um leque de novas perspectivas, inclusive responsáveis pela derrubada do fetiche por documentos oficiais. Os estudos com periódicos, por exemplo, acabaram nos mostrando sujeitos e práticas sociais que atuam na constituição do nosso modo de vida, da nossa concepção e consciência histórica.

Nas discussões apresentadas nesta dissertação buscou-se trabalhar com a revista *Veja* numa compreensão dos impressos como integrantes de um jogo de forças, ou seja, como dispositivos que funcionam como uma via de mão dupla, se de um lado trafegam a subjetividade, o controle, e a condução da população, no outro sentido transitam as notícias, a fiscalização, as denúncias de abusos e crimes, assim, tornando-se uma voz essencial que repercute os anseios da sociedade. Neste panorama, é fundamental lembrarmos que os impressos caracterizam-se por serem, ao mesmo tempo, um espaço político e cultural, pois neles e através deles são expostos os debates e as discussões de uma nação, lugar de inúmeras práticas, onde se articulam elementos, objetos e ações dos sujeitos, dos quais organizam, inventam, definem e vivenciam experiências diversas.

Ao acompanharmos a trajetória discursiva de *Veja* pudemos perceber sua função social caracterizada por um trabalho contínuo e repetitivo. Portanto, o que buscamos no primeiro capítulo, foi mapear e discutir as práticas utilizadas por *Veja*, ao longo dos anos, para a manutenção de sua imagem. Uma revista comprometida com seus leitores, por isso digna de credibilidade e autenticidade. As *Cartas* de seu editorial, enunciam vontades de verdade destinadas a legitimar sua atividade jornalística como confiável e de referência. A recompensa é receber de seus leitores o estatuto de verdade e, por este motivo, a manutenção de sua reputação é tão importante, pois, é justamente sua credibilidade que a torna apta para exercer poder sobre os indivíduos. Assim, as *Cartas* de *Veja* conquistaram o direito privilegiado para disseminar objetivações que visaram subjetivar seus leitores em cidadãos honestos, que combatem a corrupção e fiscalizam políticos, em sujeitos que

simpatizem com a política neoliberal para resolução dos problemas no Brasil. É a partir de seu editorial que *Veja* busca descomplicar o mundo e o Brasil para seus leitores, guiá-los, esclarecer os fatos e promover receituários, modos de ler a política e posicionar-se sobre ela.

No segundo capítulo as análises circularam sobre as *Páginas Amarelas*, um lugar responsável por construir práticas discursivas segregadoras, pois, destacou-se pela brutal maioria de entrevistados homens frente a uma minoria de entrevistadas mulheres. As entrevistas realizadas com mulheres nos revelaram que elas ganharam visibilidade somente quando os temas estavam ligados ao espaço privado. Coube aos homens, a soberania para dissertar sobre assuntos referentes ao espaço público, principalmente, política e economia. Além disso, suas falas foram usadas como ferramenta para objetivar os leitores a defenderem pautas neoliberais, como a meritocracia, o livre mercado, privatizações e, conseqüentemente, a construção de uma narrativa favorável ao *impeachment* de Dilma Rousseff. Assim, as *Páginas Amarelas* aderiram a ordem patriarcal, contribuindo com o silenciamento das mulheres nos debates a respeito do espaço público. Também, caracterizou-se como uma estratégia discursiva de *Veja* para legitimar seu ponto de vista, que conduziu seus leitores sobre como ler o mundo, ser e estar nele.

No último capítulo, o exame realizado nas capas de *Veja* nos mostraram como este espaço é um lugar de autoridade. Articulado textos e imagens, *Veja* buscou construir dois grupos identitários que protagonizaram uma polarização no âmbito político brasileiro, *Nós* e *Eles*. O primeiro deles composto por *Veja* e os leitores que assumiram compartilhar dos mesmos ideais, o segundo, pelos corruptos, responsáveis pela decadência no país. Deste modo, *Veja* assumiu a prática jornalística de conduzir, agendar e organizar toda uma narrativa sobre os acontecimentos e personagens por meio de suas capas que produziam efeitos de verdade, instaurando a forma com que seus leitores deveriam interpretá-las. Assim, os discursos de *Veja* consolidaram-se como construtores de práticas identitárias e, portanto, de subjetividades.

Tendo em vista estas breves considerações, ressalto que em nossa época, os veículos de comunicação tornaram-se inesgotáveis e potentes fontes de produção de subjetividades, mas vale lembrar, também, que existem pontos de fuga, resistências, pois o discurso da mídia não é uma imposição que sufoca e prende os leitores, contudo, apenas um dos fios de um emaranhado discursivo que fabrica os

indivíduos e os possibilita outras maneiras de ser. Ainda assim, é convincente a potencialidade destes enunciadores que desejam exercer poder sobre os leitores, apresentando opiniões, interpretações dos fatos, imaginários e valores que acreditam e defendem.

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

Os trechos que foram recortados dos periódicos e as referências que trouxemos para a discussão neste trabalho apontam para este caminho e mostram as tentativas de *Veja* em introduzir estas práticas no seu jornalismo semanal. Como exposto no corpo do texto, as objetivações são ações que buscam conduzir condutas, induzir à um pensamento, e as subjetivações seriam os resultados, como os sujeitos leitores se reconhecem e se constroem a partir do contato com a revista.

Desde o início, o propósito do diagnóstico nas páginas de *Veja* foi proporcionar deslocamentos que pudessem mudar o olhar singular sobre a revista, as inquietações nos levaram a questionar o que parecia ser tão natural dentro da prática jornalística de *Veja*. Foi utilizando a ferramenta da genealogia que buscou-se combater os efeitos das centralizações e generalizações dos discursos, opondo-se aos saberes legitimados e tomados como verdadeiros, assim como as exclusividades e privilégios da enunciação, sem perder de vista que o que está em jogo são as relações de saber e de poder, longe de produzir emancipação, mas sim, cada vez mais conduções. Deste modo, este jogo tem por desígnio tornar os

indivíduos/leitores seres governáveis, da maneira mais eficaz, rentável e dócil possível. Uma biopolítica das populações.

Desde setembro de 1968, o jornalismo da revista *Veja* participa dos debates públicos, contribuindo semanalmente com interpretações dos fatos e destacando personagens e acontecimentos. Torna-se necessário para qualquer sociedade democrática ter os veículos de comunicação livres e assegurar sua liberdade de expressão. Por outro lado, é primordial a atenção para possíveis construções de narrativas que subjetivam os indivíduos, consistindo em olhares naturais para os acontecimentos e a construção de personagens essenciais para nossa história política. Nesse sentido, a ênfase deste trabalho fica por conta dos interesses transversais nas narrativas construídas por *Veja*, as quais pretendem buscar uma nova ordem social, política e econômica através da condução de seus leitores. Inquietações ainda afloram: existe espaço para a autonomia destes sujeitos? Brevemente, o que me parece é que estes discursos nos enviesam e delimitam ainda mais nosso espaço para emancipação e, ao enviesar, nos aprisionam e nos escravizam a um modelo que é absolutamente inerte, fazendo com que nós continuemos ocupando nosso lugar passivo em uma cadeia que beneficia poucos há muito tempo.

Nos anos que me debrucei sobre *Veja*, deixei-me levar pelas surpresas que encontrava a cada diagnóstico executado, ao longo das análises nas páginas da revista encontrei mais questionamentos do que afirmações, mais inquietações do que respostas. As conduções de condutas discutidas neste trabalho não são os únicos processos de objetivação/subjetivação presentes e identificados nos discursos de *Veja*, existem outras frentes de análises que poderiam ser empreendidas e trabalhadas, por exemplo como a revista busca objetivar seus leitores a manter uma boa saúde, serem felizes, almejar o sucesso, manter-se sempre jovem, etc. São possibilidades que podem resultar na construção de novos trabalhos, visto que o jornalismo de revista é um objeto/fonte inesgotável para a pesquisa, das quais também são inesgotáveis as possibilidades de abordagem, que podem nos trazer pistas sobre correntes culturais, relações de poder, processos de subjetivação, construção de narrativas, entre outras problemáticas que inserem-se dentro do campo de discussões que entrelaçam a história e o jornalismo.

As considerações explanadas neste espaço não tratam de colocar um ponto final. São apenas resultados efêmeros e concisos que nos mostram que ainda há

muito o que ser estudado. Enfim, ressalto que este momento é apenas uma pausa para que mais problemáticas sejam ponderadas, possibilitando originar novos deslocamentos e olhares que possam organizar novos pensamentos e trajetórias à serem seguidas.

FONTES

Edição 01 - 11/setembro/1968
Carta do Editor: *Prezado Leitor:*

Edição 1912 - 06/julho/2005
Capa: *O grande erro*

Edição 1913 - 13/julho/2005
Capa

Edição 2187 - 20/outubro/2010
Capa: *O poder de Aécio*

Edição 2203 - 09/fevereiro/2011
Páginas Amarelas: *Foi uma sucessão de erros*

Edição 2206 - 02/março/2011
Carta ao Leitor: *Informação organizada, contextualizada e analisada*

Edição 2207 - 09/março/2011
Páginas Amarelas: *O mercado vence o racismo*

Edição 2214 - 27/abril/2011
Carta ao Leitor: *Veja funciona*

Edição 2216 - 11/maio/2011
Páginas Amarelas: *O estado não pode tudo*

Edição 2217 - 18/maio/2011
Páginas Amarelas: *Temos de acelerar o passo*

Edição 2225 - 13/julho/2011
Carta ao Leitor: *Ação fulminante*

Edição 2226 - 20/julho/2011
Carta ao Leitor: *A força da opinião pública*

Edição 2228 - 03/agosto/2011
Carta ao Leitor: *Sentinela avançada*

Edição 2229 - 10/agosto/2011
Carta ao Leitor: *A agressão do "doutor Júlio"*

Edição 2231 - 24/agosto/2011
Carta ao Leitor: *O loteamento é a raiz da corrupção*

Edição 2244 - 23/novembro/2011
Carta ao Leitor: *O preço da governamentalidade*

Edição 2248 - 21/dezembro/2011
Páginas Amarelas: *Sindicato no Brasil virou negócio*

Edição 2251 - 11/janeiro/2012
Páginas Amarelas: *A nova ordem mundial é verde*

Edição 2256 - 15/fevereiro/2012
Páginas Amarelas: *É hora de um acordo global*

Edição 2258 - 29/fevereiro/2012
Páginas Amarelas: *O pior é que os pais são cúmplices*

Edição 2260 - 14/março/2012
Páginas Amarelas: *A orquestra é um casamento*

Edição 2265 - 18/abril/2012
Capa: *Mensalão*

Edição 2280 - 01/agosto/2012
Capa: *Réu*

Edição 2281 - 08/agosto/2012
Páginas Amarelas: *O sexo não tem regras*

Edição 2285 - 05/setembro/2012
Capa: *Até que enfim*

Edição 2287 - 19/setembro/2012
Carta ao Leitor: *Lula era o chefe*

Edição 2290 - 10/outubro/2012
Capa: *O menino pobre que mudou o Brasil*

Edição 2291 - 17/outubro/2012
Capa: *Vitória Suprema!*

Edição 2302 - 02/janeiro/2013
Carta ao Leitor: *A arte de enxergar longe*

Edição 2312 - 13/março/2013
Páginas Amarelas: *Capitalistas brasileiros, uni-vos!*

Edição 2317 - 17/abril/2013
Capa: *Dilma pisou no tomate*
Páginas Amarelas: *O belo fruto de um caso*

Edição 2319 - 01/maio/2013
Páginas Amarelas: *Uma missionária da educação*

Edição 2327 - 26/junho/2013
Capa: *Os sete dias que mudaram o Brasil*
Carta ao Leitor: *Sem medo do novo*

Edição 2328 - 03/julho/2013
Capa: *Então é no grito?*
Páginas Amarelas: *A voz que emergiu das ruas*

Edição 2330 - 17/julho/2013
Capa: *Choque de ilusão*

Edição 2338 - 11/setembro/2013
Carta ao Leitor: *A busca da verdade*

Edição 2342 - 09/outubro/2013
Carta ao Leitor: *Fazer mais com menos*

Edição 2343 - 16/outubro/2013
Páginas Amarelas: *A volta do Estado de Leviatã*

Edição 2349 - 27/novembro/2013
Capa: *A lei... e os fora da lei*

Edição 2353 - 25/dezembro/2013
Carta ao Leitor: *A favor do Brasil*

Edição 2354 - 01/janeiro/2014
Páginas Amarelas: *É preciso mudar a mentalidade*

Edição 2363 - 05/março/2014
Capa: *"Quanto riso, oh! Quanta alegria..."*

Edição 2366 - 26/março/2014
Capa: *O que era solução virou problema*

Edição 2368 - 09/abril/2014

Capa: *Como o PT está afundando a Petrobras*

Edição 2373 - 14/maio/2014

Páginas Amarelas: *Conseguir virar a página*

Edição 2376 - 04/junho/2014

Capa: *E agora, Joaquim?*

Edição 2377 - 11/junho/2014

Páginas Amarelas: *É possível corrigir o rumo*

Edição 2389 - 03/setembro/2014

Páginas Amarelas: *O Brasil pode bater no muro*

Edição 2390 - 10/setembro/2014

Carta ao Leitor: *Uma edição memorável*

Edição 2391 - 17/setembro/2014

Carta ao Leitor: *Quando o PT controla a mídia*

Edição 2395 - 15/outubro/2014

Capa: *O fator surpresa*

Edição 2397 - 29/outubro/2014

Capa: *Eles sabiam de tudo*

Edição 2398 - 05/novembro/2014

Capa: *Operação mãos-sujas*

Carta ao Leitor: *A busca da verdade*

Edição 2399 - 12/novembro/2014

Páginas Amarelas: *Eterna enquanto dure*

Edição 2403 - 10/dezembro/2014

Capa: *A operação Lava-Jato e o PT*

Edição 2406 - 31/dezembro/2014

Carta ao Leitor: *Valores e princípios*

Edição 2417 - 18/março/2015

Capa

Páginas Amarelas: *Um colapso anunciado*

Edição 2418 - 25/março/2015

Páginas Amarelas: *O governo vai ter que ouvir*

Edição 2420 - 08/abril/2015

Carta ao Leitor: *A religião e a ciência*

Edição 2422 - 22/abril/2015

Páginas Amarelas: *A saída é pelo campo*

Edição 2423 - 29/abril/2015

Páginas Amarelas: *O PT traiu os brasileiros*

Edição 2424 - 06/maio/2015

Capa: *O juiz Moro vê mais longe*

Edição 2428 - 03/junho/2015

Carta ao Leitor: *Os "rascunhos da história"*

Edição 2433 - 08/julho/2015

Carta ao Leitor: *Um erro continuado*

Edição 2436 - 29/julho/2015

Capa: *A vez dele*

Edição 2437 - 05/agosto/2015

Páginas Amarelas: *O fracasso faz bem às crianças*

Edição 2438 - 12/agosto/2015

Páginas Amarelas: *O PT atrasou o Brasil em 20 anos*

Edição 2444 - 23/setembro/2015

Carta ao Leitor: *A modernidade do capitalismo*

Páginas Amarelas: *É ilógico não investigar*

Edição 2447 - 14/outubro/2015

Capa: *Por que caem os presidentes*

Edição 2450 - 04/novembro/2015

Capa: *Os "chaves de cadeia" que cercam Lula*

Edição 2452 - 18/novembro/2015

Capa: *O plano Temer*

Edição 2454 - 02/dezembro/2015

Carta ao Leitor: *A operação passe livre*

Edição 2455 - 09/dezembro/2015

Capa: *Impeachment*

Edição 2456 - 16/dezembro/2015

Capa: *A máquina do atraso de Dilma*

Edição 2457 - 23/dezembro/2015

Páginas Amarelas: *O arrocho nem começou*

Edição 2458 - 30/dezembro/2015

Capa: *Ele salvou o ano!*

Edição 2461 - 20/janeiro/2016

Páginas Amarelas: *Desaprenderam de pensar*

Edição, 2466 - 24/fevereiro/2016

Carta ao Leitor: *De que lado está Veja?*

Páginas Amarelas: *Jogamos o nível lá embaixo*

Edição 2468 - 09/março/2016

Capa: *Lula e a Lei*

Edição 2469 - 16/março/2016

Páginas Amarelas: *A escola que funciona*

Edição 2470, 23/março/2016

Carta ao Leitor: *PJL, o maior partido do Brasil*

Edição 2474 - 20/abril/2016

Capa: *Fora do baralho*

Edição 2476 - 04/maio/2016

Capa: *As apostas de Temer*

Páginas Amarelas: *O otimismo prevalece*

Edição 2477 - 11/maio/2016

Carta ao Leitor: *O fórum e o livro*

Edição 2478 - 18/maio/2016

Capa: *A ruína do PT*

Carta ao Leitor: *Com orgulho, os olhos do Brasil*

Edição 2480 - 01/junho/2016

Capa: *O complô para calar a Lava-Jato*

Edição 2483 - 22/junho/2016

Páginas Amarelas: *A mãe e o massacre*

Edição 2493 - 31/agosto/2016

Carta ao Leitor: *Sua excelência, o leitor*

Edição 2494 - 07/setembro/2016

Páginas Amarelas: *Eu não mudei de lado*

Edição 2496 - 21/setembro/2016

Capa

Edição 2498 - 05/outubro/2016

Páginas Amarelas: *Por chances iguais*

Edição 2505 - 23/novembro/2016

Páginas Amarelas: *A voz rouca das ruas*

REFERÊNCIAS

AMORIM, Paulo Henrique. **O quarto poder: uma outra história.** São Paulo: Hedra, 2015.

APPLE, Michael W. **Para além da lógica do mercado:** compreendendo e opondo-se ao neoliberalismo. Trad. Gilka Leite Garcia. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2005.

AREND, Silvia Maria Fávero (Org). **Um país impresso:** história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014.

_____. Já nas bancas: meninas e meninos nas páginas de uma revista semanal (Brasil, década de 1990). In: MOREIRA, Rosemeri; CAMARGO, Hertz Wendel de; KLANOVICZ, Luciana. R. F (orgs.). **O gênero e os meios:** imprensa, televisão e cinema. Londrina: Syntagma, 2014. p. 67 - 77.

BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa:** Brasil - 1900 - 2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

_____. **História cultural da imprensa:** Brasil - 1800 - 1900. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida.** Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BÉDARIDA, François. Tempo presente e presença histórica. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.). **Usos & Abusos da história oral.** Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 219 - 229.

BLOCH, Marc. **Apologia da história, ou, o ofício de historiador.** Trad. André Telles. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

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

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

_____; PRADO, M. L. **O bravo matutino:** imprensa e ideologia no jornal *O Estado de S. Paulo*. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.

CARVALHO, Carlos Eduardo. O fracasso do Plano Collor: erros de execução ou de concepção? **Economia.** Niterói, v. 4, n. 2, p. 283 - 331, jul/dez, 2003.

CASTRO, Edgardo. **Vocabulário de Foucault** - Um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. artes de fazer. Trad. Ephraim Ferreira Alves. 22ª ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

CHARTIER, Roger. **O que é um autor?** Revisão de uma genealogia. Trad. Luzmara Curcino e Carlos Eduardo de Oliveira Bezerra. São Carlos: EdUFSCar, 2014.

_____. Defesa e ilustração da noção de representação. **Fronteiras**. Dourados, v. 13, n. 24, p. 15 - 29, jul/dez, 2011.

_____. A visão do historiador modernista. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.). **Usos & Abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 215 - 218.

_____. O mundo como representação. **Estudos avançados**. São Paulo, v. 5, p. 172 - 191, jan/abr, 1991.

_____. **A História Cultural**: entre práticas e representações. Trad. Maria Manuela Galhardo. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 207 - 232.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Quando as imagens tomam posição**. Trad. Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.

DOSSE, François. O acontecimento na era das mídias. In: _____. **O renascimento do acontecimento**: entre Esfinge e Fênix. São Paulo: Editora UNESP, 2013. p. 259 - 314.

_____. História do tempo presente e historiografia. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 4, n. 1, p. 05 - 22, jan/jun, 2012.

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

FERREIRA, Marieta de Moraes. Notas iniciais sobre a história do tempo presente e a historiografia no Brasil. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 10, n. 23, p. 80 - 108, jan/mar, 2018.

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

_____. **Microfísica do poder.** organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 6ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2017.

_____. **A arqueologia do saber.** Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2016.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** 42.ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

_____. **A ordem do discurso:** aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 24ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014a.

_____. A cena da Filosofia. In: _____. **Ditos & Escritos VII** - Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. p. 223 - 247.

_____. O discurso não deve ser considerado como... In: _____. **Ditos & Escritos VII** - Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. p. 220 - 221.

_____. A função política do intelectual. In: _____. **Ditos & Escritos VII** - Arte, Epistemologia, Filosofia e História da Medicina. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. p. 213 - 219.

_____. O que é um autor? In: _____. **Ditos & Escritos III** - Estética: Literatura e pintura, música e cinema. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p. 264 - 298.

_____. **Segurança, território, população:** curso dado no Collège de France (1977-1978). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. **As palavras e as coisas:** uma arqueologia das ciências humanas. 9ª ed. Tradução Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

_____. Mesa-redonda em 20 de maio de 1978. In: _____. **Ditos & Escritos IV** - Estratégia, poder, saber. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. p. 335 - 351.

_____. Diálogo sobre o poder. In: _____. **Ditos & Escritos IV** - Estratégia, poder, saber. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006. p. 253 - 266.

_____. A ética do cuidado de si como prática de liberdade. In: _____. **Ditos & Escritos V** - Ética, sexualidade e política. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 264 - 287.

_____. Introdução. In: _____. **História da sexualidade 2:** o uso dos prazeres. 8ª ed. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1998. p. 08 - 31.

_____. **Resumo dos cursos do Collège de France (1970 - 1982)**. Trad. Andréa Daher. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

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

KEYNES, John M. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

KLANOVICZ, Luciana. R. F. **Erotismo na cultura dos anos 1980: censura e televisão na revista *Veja***. Tese de Doutorado em História. UFSC, 2008.

KUSHNIR, Beatriz; VELASQUEZ, M. C. C. . **VEJA** (verbetes). In: Alzira Alves de Abreu; Israel Beloch; Fernando Lattman-Weltman; Sérgio Tadeu de Niemeyer Lamarão. (Orgs.). **Dicionário Histórico-Biográfico Brasileiro pós-1930**. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001, v. 5, p. 6001 - 6005.

LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016.

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

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 447 - 468.

_____; MARTINS, Ana Luiza (Orgs.). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. A história dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 111 - 153.

_____. **A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Unesp, 1999.
MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: práticas culturais em tempos de República (1890 - 1922)**. São Paulo: Fapesp/Edusp/Imprensa Oficial do Estado, 2001.

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

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

MIRANDA, Wandelson Silva de. Foucault e a questão do sujeito: as tecnologias do eu e a criação de novas subjetividades. **Fenomenol & Psicol**, São Luís, v. 2, n. 1, p. 19 - 34, 2014.

NIETZSCHE, Friedrich. **Sobre verdades e mentiras no sentido extra-moral**. Tradução de Fernando de Moraes Barros. São Paulo: Hedra, 2007.

OKIN, Susan Moller. Gênero, o público e o privado. **Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 16, n. 02, p. 305 - 332, mai/ago, 2008.

PEREIRA, Ariane Carla. **Ser mãe é...** A maternidade normalizada pelo discurso jornalístico. Curitiba: Appris, 2018.

_____. Discurso e dispositivo: o emprego de conceitos foucaultianos como abordagem e método da pesquisa em telejornalismo. **16º SBPjor - dos conflitos em pauta aos conflitos do campo**, São Paulo, p. 1 - 13, nov, 2018.

_____. **Rota 66 em revista** - as resistências no discurso do livro-reportagem. Guarapuava: Editora Unicentro, 2010.

PERIN, Iara Steiner. E ficou a pátria livre? nacionalismo e ditadura na revista *Veja* (1969 - 1986). In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas**. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016. p. 273 - 297.

PERROT, Michelle. As mulheres, o poder, a história. In: _____. **Os excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros**. Trad. Denise Bottmann. 7ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017. p. 177 - 249.

_____. Em que ponto está a história das mulheres na França? Trad. Indá Soares Casanova. **Revista Brasileira de História: Espaço Plural**. São Paulo: AMPUH, v. 14, n. 28, p. 09 - 27, 1994.

PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Orgs.). **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

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

_____; RAMALDES, Dalva. O corpo do poder: estudo semiótico da figura de Lula na campanha presidencial de 1989 nas revistas semanais *Veja* e *Istoé*. **Brazilian Journalism Research**. v. 1, n. 1, 2008. p. 167 - 189.

RÉMOND, René. Algumas questões de alcance geral à guisa de introdução. In: AMADO, Janaína; FERREIRA, Marieta de Moraes (Orgs.). **Usos & Abusos da história oral**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. p. 203 - 209.

REVEL, Judith. **Dicionário Foucault**. Trad. Anderson Alexandre da Silva. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

ROUSSO, Henry. Sobre a história do tempo presente: entrevista com o historiador Henry Rousso. **Tempo e Argumento**. Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 201 - 216, jan/jun, 2009.

SCHERER-WARREN, Ilse. Manifestações de rua no Brasil 2013: encontros e desencontros na política. **Caderno CRH**, Salvador, v. 27, n. 71, p. 417 - 429, mai/ago, 2014.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. **Gênero e a política da história**. Trad. Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. New York, Columbia University Press, 1989.

SILVA, André Luís A. A ascensão dos periódicos dentro da historiografia e uma proposta teórico-metodológica a partir de uma leitura de Michel Foucault. **Sobre Ontens**, Rio de Janeiro, v. 2, p. 55 - 68, jul/dez, 2018.

SILVA, Carla Luciana. **Veja**: o indispensável partido neoliberal (1989 a 2002). Tese de Doutorado em História. UFF, Niterói, 2005.

SILVA, Cristiani Bereta da. "O Brasil mergulhou em sua história": a revista *Veja* e os debates sobre a história e seu ensino nas décadas de 1980 e 1990. In: LOHN, Reinaldo Lindolfo (Org.). **História nas bancas de revistas**: um país impresso: entre representações sociais e culturas políticas. Ponta Grossa: Editora Todapalavra, 2016. p. 49 - 77.

_____. A invenção do futuro do Brasil: usos políticos do passado na *Veja* (1968 - 1972). In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 21 - 42.

SMITH, Bonnie. **Gênero e História**: homens, mulheres e a prática histórica. Trad. Flávia Beatriz Rossler. Bauru: Edusc, 2003.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

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

TUCHMAN, Gaye. Media, género, nichos. **Revista Media & Jornalismo**, Coimbra, 15(8), p. 15 - 24, out. 2009.

VOKS, Douglas Josiel. Propagandas na *Veja*: construindo uma "nova" classe média (década de 1970). In: AREND, Silvia Maria Fávero (Org.). **Um país impresso**: história do tempo presente e revistas semanais no Brasil (1960 - 1980). Curitiba: Editora CRV, 2014. p. 195 - 209.

- Autorizo a divulgação integral deste trabalho no banco de dados do PPGH/UNICENTRO.
- () Autorizo apenas a divulgação do resumo e do *abstract* no banco de dados do PPGH/UNICENTRO.

Irati - PR, 26 de Julho de 2019.

ANDRÉ LUIS ANDRADE SILVA
Nome do Mestrando