



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

PHILLIPY COSTA DA SILVA

VEJA E NORDESTE: imagens revistas

Campina Grande-PB

2014

Phillipy Costa da Silva

VEJA E NORDESTE: imagens revistas

Artigo Científico apresentado ao Componente Curricular TCC como exigência para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social (Habilitação em Jornalismo) da Universidade Estadual da Paraíba.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Roberto Faustino da Costa.

Campina Grande-PB

2014

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S586v Silva, Phillipy Costa da
Veja e Nordeste [manuscrito] : Imagens Revistas / Phillipy
Costa da Silva. - 2014.
22 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro
de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Prof. Dr. Antonio Roberto Faustino da Costa,
Departamento de Comunicação Social".

1. Revista Veja. 2. Nordeste. 3. Nordeste. 4. Estereótipos.
I. Título.

21. ed. CDD 070.195

PHILLIPY COSTA DA SILVA

VEJA E NORDESTE: IMAGENS REVISTAS

Artigo Científico apresentado ao Componente Curricular TCC como exigência para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social (Habilitação em Jornalismo) da Universidade Estadual da Paraíba.

Aprovado em 27/11/2014

BANCA EXAMINADORA

Antonio Roberto Costa

Prof. Dr. Antonio Roberto Faustino da Costa (Orientador)

(Universidade Estadual da Paraíba)

Luiz Barbosa de Aguiar

Prof. Luiz Barbosa de Aguiar (1º Examinador)

(Universidade Estadual da Paraíba)

Ian Costa Cavalcanti

Prof. Esp. Ian Costa Cavalcanti (2º Examinador)

(Centro Universitário Vale do Ipojuca - UNIFAVIP)

RESUMO:

O presente trabalho busca analisar como a região Nordeste é mostrada pela revista *Veja*, revista informativa mais antiga que se encontra em circulação ininterrupta desde que foi lançada na década de 1960 no Brasil. Para tanto, as matérias de capa analisadas foram “Miséria: O grande desafio do Brasil” e “Ela pode decidir as eleições”, publicadas na revista respectivamente nos anos de 2002 e 2006. O tema designado se deu por serem essas as únicas edições que trouxeram a região Nordeste como matéria de capa na primeira década século XXI. A análise feita teve como base os pressupostos da semiótica peirciana e de discussões sobre imagens.

Palavras-chave: Revista *Veja*, Nordeste, nordestino, estereótipos.

*"O Nordeste que tanto implora
as águas da primavera.
Tem águas que o mundo adora
e terra que a chuva espera.
De um lado a seca devora
do outro a beleza impera".*

(Guibson Medeiros)

INTRODUÇÃO

O artigo aqui apresentado foi desenvolvido em um momento onde a região Nordeste do Brasil e os nordestinos são vilipendiados nas redes sociais digitais e em discursos apresentados pela mídia oficial através de matérias e comentaristas devido aos efeitos mais recentes das eleições presidenciais, que teve como resultado final a reeleição da presidente Dilma Rousseff. Esses discursos nos levaram a pensar qual a imagem desta região trazida nesta primeira década do século XXI pela *Veja*, revista semanal de informação mais vendida no país, tentando compreender qual a relevância e contribuição, para a imagem da região Nordeste e dos nordestinos. Para tanto escolhemos as matérias de capa deste periódico, pois o assunto que ganha destaque nas capas de uma revista acaba contribuindo na venda da mesma.

Podemos destacar que uma característica preponderante das revistas, desde seu surgimento, é a forma como a capa é administrada. Com o processo de aprimoramento das tecnologias de comunicação e informação, os artifícios e cuidados com as imagens trabalhadas pelas revistas em relação à apresentação de seu conteúdo intensifica-se, fazendo com que a capa torne-se ponto determinante de atração nas bancas de revista.

Na atualidade, as revistas são julgadas pelas capas e suas construções imagéticas, trabalhando os símbolos como forma de atrair o leitor a consumir o produto oferecido. Para Scalzo (2004), a capa “precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor” (p.62).

Para Joly (1996), a mídia, ou imagem midiática, seja ela qual for, tem a onipresença como fator principal. Estas imagens são muitas vezes invasoras, é aquela que se critica, mas que ao mesmo tempo faz parte do cotidiano da população, sendo fundamental no processo de democratização da informação. Assim, é notável evidenciar que este estudo não tem como objetivo denegrir ou tirar o mérito da revista *Veja*, no processo educacional e informacional de um dos principais meios de comunicação do país, mas sim tornar público a importância de não sucumbir a tudo que se lê, como parte única de uma história; no jornalismo, não deve e não pode existir verdade absoluta, mas sim, transformações de histórias através da consolidação dos fatos.

É importante destacar que, durante os dez primeiros anos deste novo século, apenas duas edições da revista *Veja* trouxeram o Nordeste ou o nordestino como assuntos de capa, que foram as edições 1735, publicada em 23 de janeiro de 2002, e que trouxe como matéria de capa “Miséria: O grande desafio do Brasil”; e a edição 1969, publicada em 16 de agosto de 2006, cujo tema foi “Ela pode decidir as eleições”.

Pela questão de espaço, não será possível discorrer neste trabalho sobre a história das revistas no Brasil, mas é válido informar que a mesma teve início com a vinda da corte portuguesa para o país e *As variedades ou Ensaio de Literatura* foi a primeira revista brasileira¹, lançada em 1812 (SCALZO, 2003). As revistas eram notavelmente diferenciadas das que conhecemos atualmente, com poucas ilustrações, geralmente gravuras e desenhos, apresentavam tamanho de livro e circulavam entre os burgueses e profissionais ligados às artes de uma forma geral.

¹Segundo vários autores, dentre eles, Alexander Goulart (2005), para que uma publicação impressa seja considerada revista é preciso que ela tenha algumas características: publicação periódica de formato e temáticas variadas que se difere do Jornal pelo tratamento visual, além da segmentação, atingindo diversos públicos, faixa etária, entre outros.

1.2 Veja: O Nordeste e o nordestino

A *Veja* teve sua primeira edição lançada em setembro de 1968, ideia de Roberto Civita, herdeiro do já consolidado grupo Abril, iniciando um sonho que tinha há dez anos, quando chegara ao Brasil. “*Veja* foi lançada com grande estardalhaço no dia 8 de setembro de 1968. Uma campanha publicitária inédita para uma revista foi feita no dia anterior” (MIRA, 2001, p 77). Mas, mesmo com toda a propaganda, a revista não teve a aceitação do público, que esperava correspondente ao tamanho da divulgação, com muitas imagens e cores, o que não se via no seu primeiro exemplar.

Scalzo (2004) destaca que “*Veja* lutou com dificuldade, durante sete anos, contra os prejuízos e contra a censura do governo militar, até acertar a fórmula” (p.31). *Veja* é um exemplo de superação e persistência dos editores da Editora Abril. Ainda de acordo com a autora, *Veja* começou a mudar o cenário das revistas nacionais, quando passou a ser vendida por assinatura, em 1971. Mas esse sucesso dar-se também a um bom trabalho de logística e representações espalhadas em todo o Brasil, fazendo com que *a revista* seja também um exemplo de empreendedorismo bem sucedido.

Diante do exposto, a primeira observação a ser feita sobre a análise das capas de *Veja* em relação ao Nordeste neste novo século, é a quantidade de edições encontradas sobre o referido tema, dentre dez anos de revista, sendo uma edição semanal, tendo em média quatro exemplares por mês, multiplicando por doze meses, resultando numa média de 480 edições, das quais apenas duas traz a região como tema em destaque.

Nos primeiros anos do século XXI, a revista aborda vários temas referentes à evolução brasileira, no tocante ao crescimento econômico, tecnológico e político do Brasil, porém de 2000 a 2001, a região Nordeste do país é excluída desta parcela de crescimento nas páginas de *Veja*, não sendo citado como área de avanço. Apenas em 2002 a região é mostrada ao novo século, com uma capa bem “sugestiva”, pondo em dúvidas as intenções do veículo estudado em relação a esta região. Assim surge nosso primeiro objeto de análise, com o título de capa *Miséria: o grande desafio do Brasil*, com matéria interna contendo 11 páginas sobre o tema, que aborda como principal miserável o nordestino, que é como sugere a capa, o desafio para o Brasil.



Fig. 01 *Veja*, 23/01/2002, edição 1735

A primeira vista, para o leitor o impacto é imediato, afinal, qual imagem mais chocante do que duas crianças aparentemente famintas, a espera de um conhecimento de sua história por meio do periódico que os mostra, “retratando” a realidade de uma condição alheia ao mundo real dos leitores da revista.

A naturalidade pressuposta é extremamente ligada a signos com intuito do choque, tornando-se um convite imediato ao deleite da compra e da leitura da pobre vida dos meninos retratados propositalmente em cinza e branco. Ao chão coberto com palhas, em um cenário nitidamente montado, denunciado pelo olhar fixo e carente das crianças na lente da câmera do fotojornalista Pedro Martinell, que as registrou.

A escolha das cores condiz perfeitamente com a chamada da capa: Miséria. A cor cinza é tida como uma cor séria, tratando de assuntos dramáticos, cuidadosamente escolhido, inserindo um tom de imparcialidade da revista, que se põem apenas como revelador das mazelas sociais existentes no Brasil, cobrindo o leitor de resignação e compaixão, com olhares especiais para uma região tão diferente da prosperidade existente nas demais regiões, destacadas em outras capas do século XXI de *Veja*.

Nos menores índices de croma (em que os diversos tons da imagem são transformados em tons de cinza, ou seja, a imagem é “em preto-e-branco”), (...) utiliza-se também para a representação da realidade “crua”. Por extensão, atribui-se as imagens em preto-e-branco maior fidelidade a informação, como se a cor fosse apenas embalagem do conteúdo da informação. (GUIMARÃES, p. 83 2003)

No decorrer da matéria, artifícios fotojornalísticos são usados e abusados na dominação completa da mente do leitor, levando a confirmar as impressões adquiridas a primeira vista (na capa).

Todo signo que está na capa da revista foi intencionalmente colocado a fim de transparecer uma idéia ou de conduzir a uma determinada leitura do fato tratado. As imagens [...], devem ser encaradas como objetos de linguagem. Ao encará-las como um discurso da atualidade, reconhecemo-las como um

produto cultural, o qual não é neutro, mas dotado de sentidos (MAGALHÃES, 2003, p. 79).

Analisa-se a revista no contexto geral, desde sua conotação imagética, como no que diz respeito ao fazer jornalístico, o qual esbarra em conceitos e estereótipos, que para Pena (2006), produzem estereótipos em um ciclo interminável. De modo que torna-se relevante e necessária a análise do papel da revista *Veja*, e sua colaboração com a imagem transmitida e vendida em relação ao Nordeste e seus moradores, como analisaremos nos capítulos seguintes deste estudo.

A segunda capa a ser analisada diz respeito às eleições de 2006, onde o então presidente Luiz Inácio "Lula" da Silva, nordestino, concorria ao seu segundo mandato. Como descreve o próprio texto da capa desta edição. "Nordestina, 27 anos, educação média, 450 reais por mês": assim é definida a mulher que esta na capa, e que veremos a seguir, representando o perfil, segundo a revista, da mulher nordestina, que decidirá o rumo do país nas eleições daquele ano.



Fig. 02 *Veja*, 16/08/2006, edição 1969

A construção desta capa, aparentemente muda o foco. Aparentemente, pois o contexto discutido nas páginas internas da revista não é tão diferente, apenas assume conotação ambígua e irônica, pois o anunciado pressupõe que o futuro do país está em mãos de uma pessoa sem qualificação suficiente para este. Desta vez a capa ganha cor, e a utilização de frases ocupam maior espaço do que na primeira. A pele negra ganha destaque e o enunciado evidencia a pretensão política de *Veja*.

Agora representado por uma mulher, mas não tão diferente no conteúdo, a capa é mais sutil, terna, representada pela delicadeza feminina. Contudo o perfil tratado na

revista, junto com o período ao qual ela foi pretensiosamente publicada, gera dúvidas em relação a real intenção desta magazine.

A sabedoria popular afirma que “uma imagem vale mais do que mil palavras”. Mas e as mil palavras? O que elas querem dizer através destas imagens? Há inocência em uma imagem?

Para essas e outras perguntas, há uma só resposta: não, nada é por acaso. É meio estranho o que possamos discernir a seguir, mas tudo tem um sentido, que está ligado à imagem e, o quanto a representação dela, nos dá percepção sobre tudo que existe no mundo. É interessante denominar qual o papel da mídia em formar uma semelhança através de uma imagem repleta de signos², fazendo com que “se crie” um estereótipo para determinado grupo social, regional, político, entre outros, marcando uma divisão midiática e preconceituosa sobre assuntos que deveriam ser tratados com seriedade e competência de apuração de fatos, sem induzir conclusões direcionadas ao receptor, mas sim, mostrar as várias versões possíveis sobre os fatos, como é ensinado nas academias de comunicação.

Imitadora do cotidiano, a imagem pode contribuir ou desconstruir, enganar ou educar, dependendo sempre da maneira que é apresentada ou construída, e sua repercussão pode adicionar conhecimento. Joly (1996) diz que “consciente ou não, essa história nos constitui e nos convida a abordar a imagem de uma maneira complexa” (p.19), dessa forma, podem ser; “atribuir-lhe espontaneamente poderes mágicos, vinculada a todos os nossos grandes mitos” (p.19).

2.1 Crianças: apelo imagético na sensibilização do leitor

² Para Santaella (2007) citando Charles Sanders Peirce, o signo é aquilo que representa alguma coisa para alguém, sob determinado prisma. A coisa representada denomina-a objeto.



Fig. 03 *Veja*, 23/01/2002, edição 1735, primeira fotografia interna

Assim como na capa anteriormente analisada, uma criança chama a atenção. Desta vez mais ainda, pois a figura da cabeça de um boi morto representa a fome e a miséria descrita na matéria. Com uma legenda bem sugestiva no que diz respeito à conquista e penetração do leitor no “deleite” da leitura, estrategicamente colocada na matéria, já diz a que veio, e o jornalista Ricardo Mendonça, já descreve seu olhar, através das páginas da *Veja*, sobre o Nordeste e os nordestinos.

BOLSÕES DE POBREZA - Metade dos miseráveis brasileiros vive no Nordeste, geralmente na zona rural de cidades muito pequenas. Nesses bolsões de pobreza assolados pela seca, falta comida e não há trabalho para todo mundo. Em muitos casos, a única fonte de rendimento das famílias é vender ossos aos comerciantes que usam o "produto" como matéria-prima de ração para animais. (*Veja*, p.82, 23/01/2002).

É importante ressaltar que das oito imagens existentes nesta matéria de capa, todas tem referência à pobreza e descrevem a miséria em suas diversas formas, mas principalmente através de crianças. Representantes da fome e da desolação, as imagens sempre produzem ângulos e posições estrategicamente colocados na perspectiva de induzir o leitor a perceber que é bem pior do que está registrado pelas lentes da câmera.

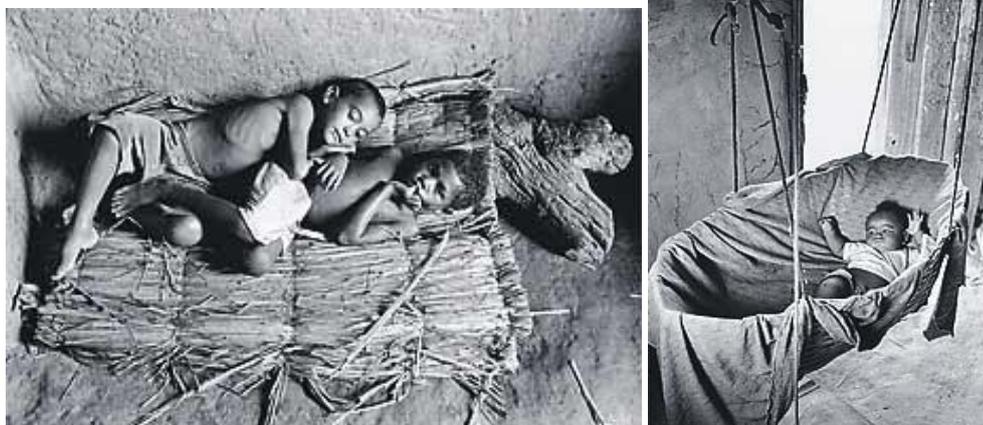
Para Kubrusly (2007), “a melhor imagem é aquela que transmite com mais eficiência uma ideia, uma emoção ou o conteúdo de um tema, não é necessariamente, a que contém o máximo de informação verbalizável” (p.68).

Assim, o elemento que transmite a “emoção” ou “comoção” para a tentativa de sensibilização das imagens desta matéria, é principalmente a utilização (ou não utilização) das cores. Indiretamente, percebe-se uma comparação imagética do Nordeste

brasileiro com a pobreza latente do continente africano, principalmente no que diz respeito à utilização da ausência de cor como referencial enaltecedor da miséria retratada. O tom cinza prevalece.

Outra perspectiva bem explorada nesta primeira matéria de capa analisada é a utilização de crianças como representantes da pobreza descrita na matéria, principalmente o que se refere à fome, desolação e abandono, como nas imagens a seguir:

Fig. 04 e 05 Veja – 23/01/2002 – edição 1735



Nas duas imagens apresentadas, as crianças usadas fotograficamente como objeto de sensibilização dos leitores, representam o lado mais frágil da pobreza nordestina. Nestes dois casos eles aparecem sem nenhum adulto por perto, tendo como indução a suposição de serem abandonados à própria sorte, entregues nas mãos de Deus em seu ‘casebres’ no meio do mato.

A legenda abaixo mostra alguns dados sobre o “universo dos miseráveis”, os nordestinos, mas com uma peculiaridade: o Norte de Minas Gerais é citado como parte integrante dos miseráveis nordestinos:

FUTURO COMPROMETIDO - As pessoas que têm até 15 anos representam 30% da população brasileira, mas são 45% do universo de miseráveis. No paupérrimo Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais, e em várias outras regiões pobres, elas moram em condições extremamente precárias. Muitas vezes, um entrelaçado de palha serve de cama para as crianças. (Legenda da Figura 04, pp.86-87)

Evidencia-se nesta matéria que as pessoas são as que mais aparecem na fotografia, principalmente quando olhamos as faces expressivas de cada personagem,

que conta através dos olhos, sempre em preto e branco, um olhar de tristeza, medo, insegurança, fragilidade, nunca demonstrando a fortaleza característica dos “filhos do sol”, os nordestinos, que aqui (na matéria) sempre são o retrato trágico do pior que pode acontecer no território brasileiro.

De todos os motivos que se colocam diante de uma objetiva, o rosto humano parece ser o mais intrigante e é, seguramente, o mais fotografado. A fotografia se apossa de todo o poder de comunicação do rosto para criar este objeto paradoxal, inanimado e vivo ao mesmo tempo: o retrato fotográfico. (KUBRUSLY, 2007, pp. 36-37)

Casas sempre de chão batido, imagens sem muitas mudanças de cenário nem utilização de foco, sempre com a mesma abertura óptica e ângulo cuidadosamente planejado. No caso da imagem dos meninos no chão, um por cima do outro, o olhar focado que aparece na capa, é o mesmo da matéria interna, sendo de maneira mais aberta, mostrando todo cenário da casa de barro, comum no Nordeste representado pela *Veja*.

O olho do garoto menor junto ao seu irmão (fig. 04) penetra nas lentes da câmera de tal modo, como se fosse um garoto de rua pedindo mais uma “esmolinha” neste Brasil a fora, apelando ao leitor uma breve folheada nas páginas onde seu rostinho é mostrado e sua história é contada.

Já no segundo caso (fig 05), o apelo é maior ainda, por se tratar de uma criança de colo, desacompanhada dos pais, na mesma casinha de taipa, iluminação focada em seu rosto, que demonstra a miséria em sua face angelical queimada pelo duro sol do Nordeste.

Para Santaella (2007), “todas as imagens criadas pela mídia só sobrevivem na medida em que o ser humano real, o objeto dinâmico que existe por trás dessas imagens, consegue manter o apelo do público” (p.107). Assim, as imagens de crianças, o bebê de *Veja*, são comoventes, pois a imagem é real, mesmo que sua concepção e escolha de ângulos, quadros e cores seja uma montagem fotográfica, por isso ficcional na perspectiva de realidade instantânea ou natural do objeto fotografado.

Lembrando também, segundo Kubrusly (2007), “é impossível separar a fotografia do tema fotografado, mas ela não é o tema, é apenas o vestígio deixado por ele no momento mágico do clic” (p. 28). Deste modo, o cuidado em analisar imagem deve ser constante, e o contexto é o principal meio de compreensão de uma fotografia.



Fig. 06 *Veja*, 23/01/2002, edição 1735

Nesta imagem a posição e o ângulo fotográfico expressam e resumem tudo que foi descrito anteriormente, além de edificar a imagem de fome nesta matéria. A panela em primeiro foco, quase vazia, suja, em cima de uma pilha de lenha e ao fundo muitas pessoas, pressupõem que será a única refeição do dia para toda aquela família, incluindo as crianças, que descalças, com dedo na boca, estão provavelmente famintas.

FAMÍLIAS SEM ESPERANÇA: As minorias também estão entre as principais vítimas da miséria. Na região do município de Dourados, em Mato Grosso do Sul, 9 000 índios vivem em condições de extrema pobreza. Eles passam o mês esperando por uma cesta básica doada pela prefeitura e seu patrimônio se resume à lona do barraco, à roupa do corpo e a uma panela velha. (Legenda da Fig. 06, *Veja*, 23/01/2001, pp.92-93)

Adultos desnutridos ou com barrigas inchadas e olhares para o infinito, a desolação sem expectativa de futuro algum. Para Kossoy (2002), “a imagem fotográfica fornece provas, indícios, funciona sempre como documento iconográfico acerca de uma dada realidade. Trata-se de um testemunho que contém evidências sobre algo” (p.33).

Mas, apesar deste registro ser um documento, como Kossoy (2002) evidenciou, ele pode ser maquiado, forjado e maculado, prova disso são as montagens em estúdio fotográfico. Mesmo sendo diferente a percepção da fotografia, o fotógrafo pode montar a foto-documento de uma maneira a servir ao seu propósito de emocionar, chocar, enfim, uma simples manipulação de ângulo transforma o sentido de interpretação da imagem.

A escolha deste plano evidencia o destaque da desumanização do nordestino. Segundo Guimarães (2003), essa aproximação de planos instiga a percepção mais ampla da imagem pelo receptor da mensagem, fazendo com que a continuidade da leitura seja interrompida para a observação mais cuidadosa da imagem.

Não há um contraponto que evidencie, através de fotografias, os pontos positivos da região Nordeste. Quanto a este tema de regional, através de imagens Albuquerque Jr. (2008) diz que “quanto mais se dá o avanço das relações econômicas capitalistas, quanto mais o urbano sobrepuja a vida rural, agrária, mais a própria noção de natureza precisa ser reconstruída, repensada, revista” (p.105).

Assim, entende-se que a *Veja* não mostra apenas as imagens de chão rachado, que costumam ser exibidas nos meios de comunicação de massa, desta vez o “aprofundamento” da reportagem especial de capa “O Paradoxo da Miséria”, vem em suas imagens retratar os miseráveis que existem sobre o tal “chão”, sem modificar muito os pontos de vista de décadas atrás.

Na próxima e última imagem da primeira matéria de capa analisada, trás como foco mais uma situação de pobreza extrema, agora em uma área metropolitana, na região de Recife, capital de Pernambuco, uma das cidades mais populosas do Nordeste, detentora de grandes riquezas culturais, patrimoniais (históricas) e materiais (capitalistas), mas a imagem do “Recife de *Veja*” é a mostrada a seguir:

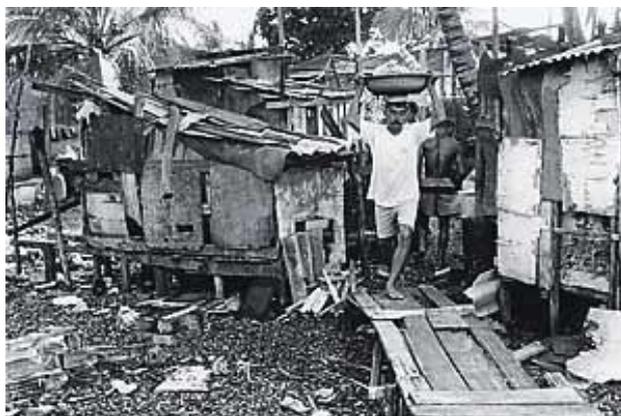


Fig. 07 *Veja* , 23/01/2002, edição 1735

MORANDO NO ESGOTO: Ser miserável significa viver de forma absolutamente precária. No Recife, favelas enormes são erguidas em cima de mangues ou rios sem nenhuma condição de segurança e higiene. Quando a maré sobe, o lixo invade os barracos, espalhando dejetos de toda a vizinhança pelos cômodos. A falta de saneamento é responsável pela proliferação de doenças. (Legenda da Fig. 07, *Veja*, 23/01/2002, pp. 84-85)

Como Santaella (2007) explica, as imagens são signos icônicos, dependendo sempre de algo que existe para poder ter sentido, assim para a imagem anterior existir, ela precisa de fato ser real, palpável, mas a colocação, posição e montagem, podem ser

símbolos representáveis de uma realidade falseada, que existe, mas não em sua totalidade, “a imagem estabelece uma relação de semelhança com seu objeto puramente ao nível de aparência” (p.18).

Nessa fotografia, o homem está carregando uma bacia, representando mais um símbolo diretamente ligado à região nordestina, mesmo tão perto do rio, onde fica localizado a favela, o sacrifício é o mesmo do interior, dos sertões nordestinos, para a *Veja*, não há diferença entre Nordeste metropolitano e Nordeste rural, todos os “nordestes”, resumem-se em um aspecto, o Nordeste miserável.

Além das imagens tiradas pelo fotojornalista Pedro Martinelli, há duas imagens que chamam a atenção pelo recorte de época, em uma comparação bastante intrigante sobre a região Nordeste, a primeira delas mostra um grupo de escravas do XIX. A pobreza, retratada antes, nas fotografias do Nordeste de hoje, citadas em páginas anteriores a esta é semelhante, pois a mesma representação se repete, um grupo de mulheres com uma criança no meio do nada, chão seco, esperando por algo que nem elas sequer sabem o que é. Na mesma foto uma panela em um fogo de lenha, provavelmente não modificou (para a revista *Veja*) o cenário do Nordeste de 200 anos atrás.



Fig. 08 *Veja*, 23/01/2002, Escravas no século XIX o atraso persiste



Fig. 09 *Veja*, 23/01/2002, A seca no Nordeste, em 1963 população estagnada

Na figura acima temos uma das imagens mais difundidas sobre o Nordeste, *Vidas Secas*³, onde o homem do novo século é comparado com as páginas ilustrada do livro que ainda é tido como referencia de paisagem e histórias sobre o Nordeste e os nordestinos. Neste caso a referencia é clara, mesmo com décadas depois o Nordeste, aos

³ Romance de Graciliano Ramos escrito entre 1937 e 1938.

olhos de *Veja*, ainda permanece estagnado, fincado no chão árido, seco, a miséria é sinônimo desta região.

2.3 Ela pode decidir a eleição

A próxima matéria de capa a ser analisada contém muitos elementos semelhantes ao da primeira capa, mas em relação às imagens o mais perceptível é a utilização de fotografias mais trabalhadas em cores vivas, ao contrário da outra em preto e branco.

As conotações são bem visíveis e o foco principal desta vez é a política, uma das especialidades da revista *Veja*. Nesta matéria, temos uma mulher como protagonista, e a história contada ao decorrer das imagens da matéria gira em torno da personagem, Gilmara dos Santos Cerqueira, que representa todas as nordestinas.

Nas imagens a seguir, analisa-se os aspectos que representa a mulher nordestina, eleitora, capaz de mudar o futuro do Brasil, tudo isto aos olhos de *Veja*, que expressa mais uma vez seu olhar sobre a região.

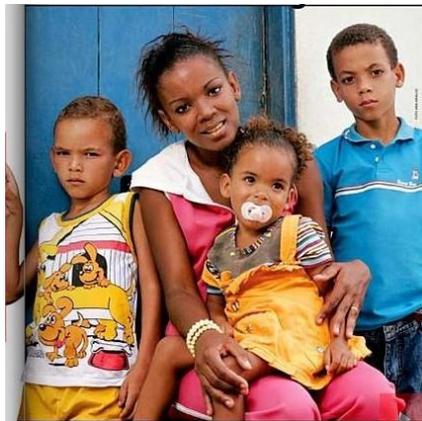


Fig. 10, *Veja*, Edição 1969, 16/08/2006

A primeira vista, esta imagem é bem comum, uma mãe cercada por seus filhos. Mas, como nada é por acaso, a primeira indagação é a ausência da personalidade masculina na fotografia da família, visto que em um retrato do modelo da família tradicional, o pai é a figura central.

Assim começamos a evidenciar as reais intenções da matéria, a de traçar um perfil conservador, aos moldes contemporâneos, de necessidade de liderança que, no

caso da personagem, a ausência da figura masculina a leva para a decisão menos agradável, segundo a *Veja*.

Ao longo da matéria a utilização de crianças não é explorada, mas em todo o contexto ainda percebe-se a utilização de clichês midiáticos, como a utilização de figuras que retratam o Nordeste, mesmo que estas imagens sejam frutos do estereótipo da mídia.

Estas imagens são mais do que consolidadas, como ressalta Pena (2006), “a imprensa produz estereótipos tão estapafúrdios quanto consolidados” (p.95), então percebemos que mesmo com o passar dos anos, ou na década de 1930, quando começa a divisão de Norte/Nordeste, até os dias de hoje, as imagens difundidas permanecem as mesmas, “o retirante nordestino, o gaúcho macho, o mineiro calado e o carioca esperto” (p.95).

A imagem a seguir retrata bem alguns destes estereótipos, principalmente na percepção política existente no solo nordestino, em que para se conquistar os votos dos eleitores da região, tem que ser bravo, valente, igual aos cangaceiros, personagens ainda bastante difundidos nos meios de comunicação.

Com o título da legenda, “Guerra no Sertão”, as imagens retratam o estigma em relação à região Nordeste. Nestes dois casos a seguir impera a “tradição”, mas sabe-se que esta visão é tida graças a fixação da utilização de signos, objetos e ícones.

Para Albuquerque Jr (2008), “a fixação do que seria uma paisagem nordestina foi decisiva para que esta ganhasse foros de realidade”. Com isso foram criados alguns símbolos de associação com a região. No caso das próximas imagens, a figura do vaqueiro, comum nesse âmbito, porém enaltecida pela grande mídia, para que ainda segundo o autor, “tornasse uma região não apenas conceitual ou política, mas que fosse uma materialidade, capaz de ser lembrada” (p.206).

Fig. 11 e 12, *Veja*, Edição 1969, 16/08/2006



GUERRA NO SERTÃO- Alckimin, que já fez dez visitas ao Nordeste, e Lula, que abriu sua campanha no Recife: a aposta tucana para reverter a arrasadora vantagem de Lula na região é o horário eleitoral na TV. (Legenda da Fig. 1q e 12, *Veja*, 16/08/2006, pp. 54-55)

A imagem dos políticos Lula e Geraldo Alckimin, disputando a região como cangaceiros, remete a elementos que formam uma cadeia de imagens sempre relacionadas a conceitos pré-estabelecidos como verdades, já que são massivamente divulgados.

Albuquerque Jr. (2008) explica que esta divulgação sobre determinada paisagem é composta como “verdade”, pois, mesmo que se explique, divulgue, estabeleça uma relação real com o Nordeste na nova década, a imagem repassada, mesmo aqueles que não conheceram os períodos difíceis da região, como o cangaço, vai ser sempre a que permanece, pois a dificuldade maior é desmitificar uma unificação de conceito, difundido, neste caso, pela maior revista de circulação do país, a *Veja*, a qual sempre mostra o nordestino como flagelado, necessitado e inferior.

Para o autor, a imagem que fica do Nordeste, “a paisagem nordestina”, não se fixa quando não fala de seca, fome, miséria. Até agora “foi o Nordeste “desfigurado pela expressão obras do Nordeste, entendidas como obras contra as secas” que ficou no imaginário nacional” (p.211). Com isso, entende-se porque sempre quando alguma matéria de capa ou outra matéria fala de Nordeste nas páginas de *Veja*, sempre há escondido um sentido de solidariedade, sempre com pena dos pobres nordestinos, onde as secas nunca deixarão de “judiá-los”, “a vida, nesta região, parece estar sempre em perigo e ela própria parece participar desse processo de decomposição” (ALBUQUERQUER JR, 2008, p.328).

Outras imagens que indicam um prosperidade da região são apresentadas na matéria, mas, ainda assim, a revista destaca o receio que sente em relação à região, como se através de pequenos traços indicasse que o Nordeste não é capaz da superação econômica e política, afinal, o futuro desta região está nas mãos de mulheres, pobres, ou homens sem estudo, visão política, ou qualquer noção de cidadania.

Esta segunda matéria de capa analisada tem o caráter menos emocional, diferente da primeira avaliação, que atinge, segundo Santaella (2007), “quando o receptor é tomado por um sentimento mais ou menos definido”, no caso desta matéria,

“Ela pode decidir as eleições”, o intuito é instigar nos leitores “efeitos reativos, quando o receptor é levado a agir em função da mensagem recebida”(p.60). Mas, existe também o terceiro caso, que pode ser discutido nas duas matérias, que é o mental, levando o receptor a refletir sobre o tema proposto.

Independente da reação do leitor, é importante evidenciar a responsabilidade do meio de comunicação, pois como agentes importantes na formação de opinião, tem como parte fundamental o cuidado com o texto, escrito ou imagético, que se publica.

Considerações finais

Por mais que se estendam as análises destes conteúdos, não chegaremos a apenas uma interpretação destes signos, pois os mesmos possuem uma gama de informações “subliminares” escondidas em cada colocação imagética. Mas os conhecimentos destas análises fazem-se fundamentais no processo de conhecimento do processo informacional de nossa sociedade, e o quanto estas imagens contribuem para a montagem de estereótipos de grupos sociais, regiões, credos, entre outros, dividindo a sociedade em grupos e subgrupos, colocando a classe comunicacional como produtora e detentora destes grupos.

Diante de todas as exposições, ultimamos que a imagem transmitida sobre a região Nordeste perpassa pela ideologia política e econômica da revista *Veja* e de seu grupo de publicação, a Editora Abril, que nas duas matérias de capas explorou aos moldes de interpretações disseminadas iguais a do século passado, não havendo nenhuma alteração na relação informacional no novo século em relação à região.

Neste sentido, não podemos desconsiderar aspectos históricos que atribuem ao Nordeste uma merecida evidência. Região que recebeu a família real lusitana, concedendo a primeira capital brasileira, bem como, concentra boa parte da população em seus estados, povo esse que se disponibilizou a ‘arquitetar’, no sentido amplo do termo, as demais regiões. Produtor de riquezas, o Nordeste foi a base da economia do país durante séculos. Nos concedeu, de forma singular, protagonistas nas artes, na cultura e, sobretudo nas ciências. Esta conotação da região, excepcionalmente, não é explorada pelos artifícios midiáticos, como a revista.

Para *Veja*, o Nordeste ainda é o mesmo aglomerado de estados, cujo chão rachado sempre será motivo para uma matéria de capa, seja no século XX ou XXI, sem

distinção de períodos históricos. Onde a seca climática, que pune impiedosamente a população, servirá para apontar uma notícia, discriminando um povo abastado de vitórias, ainda que não reconhecidas, mas efetivamente consolidadas. A mesma fórmula será utilizada, inadequadamente, para representar a região.

ABSTRACT: This study aims to analyze how the Northeast is shown by *Veja* magazine, older informative magazine that is in continuous circulation since it was launched in the 1960s in Brazil. For this, the cover stories that were analyzed "Misery: The challenge of Brazil" and "She can decide elections" published in the journal respectively in 2002 and 2006. The choice was to be the only such issues that brought the Northeast as the cover story in the first decade of XXI century. The analysis was based on assumptions of Peirce's semiotics and discussions about images.

Keywords: *Veja* magazine, Northeast, Brazilian northeast, stereotypes.

Referências bibliográficas

ALBUQUERQUE JR. Durval Muniz de. **Nos destinos de fronteira:** história, espaços e liberdade regional. Recife: Bagaço, 2008

GUIMARRÃES, Luciano. **As cores da mídia:** a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** 7.ed. Campinas, SP: Papyrus, 2004.

KUBRUSLY, Cláudio Araújo. **O que é fotografia.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica.** 3.ed. Cotia, SP: Ateliê

MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. **Veja, Isto é, leia:** produção e disputas de sentido na mídia. Teresina, Piauí: Edufpi, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Thompson Learning, 2007.

SCALZO. Marília. **Jornalismo de Revista.** 2.ed. São Paulo: Contexto, 2004.

MIRA. Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas:** a segmentação da cultura no século XXI. São Paulo: Olho d'Água/Fapesp. 2001.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** 2.ed. –São Paulo: Contexto, 2006. Editorial, 2002.