

A Cobertura do “Vem Pra Rua” pelas Revistas Nacionais em 2013: Uma Análise das Capas ¹

Carlos Alberto de SOUZA ²

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

RESUMO

A proposta desta pesquisa é compreender o tratamento dado ao movimento “Vem Pra Rua” nas capas das principais revistas semanais de informação brasileiras - Veja, Época e IstoÉ, no período de junho de 2013. A pesquisa, de caráter qualitativo, teve por finalidade focar na cobertura jornalística destes veículos, com prioridade nas imagens propagadas por essas publicações, procurando compreender os relatos imagéticos sobre tal manifestação social. A investigação envolveu análise das capas dos periódicos, a partir das interpretações sobre o conteúdo e as imagens, tomando por base teóricos das áreas sociais, comunicação e fotojornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Fotojornalismo; Revistas; Movimento Jovem; Vem pra Rua; Redes Sociais Digitais.

1. Introdução

As identidades jovens contemporâneas criam-se nos contextos da cultura da convergência midiática, transfigurando-se e fortalecendo-se nos movimentos sociais em rede. Para tanto, o objetivo desse trabalho é estudar imageticamente o movimento “Vem Pra Rua” nas capas das três mais importantes revistas semanais de informação brasileiras: Veja, Época e IstoÉ. Propõe-se uma análise das capas das referidas publicações, durante o período inicial desse movimento social, no mês de junho de 2013, contextualizando-se o “Vem Pra Rua”, que nasceu nas redes virtuais, mas ultrapassou o virtual concretizando-se nas ruas das cidades brasileiras. Justifica-se a presente análise no sentido dele ser manifestação emblemática na retomada da democracia pela juventude, expressão gerada e reforçada a partir das redes sociais digitais. Esse movimento insere-se numa época de manifestações mundiais como a primavera árabe, entre outras, as quais reverberaram e reforçaram-se a partir da Internet.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual (Fotografia) do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Doutor em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Coordenador do Grupo de Pesquisa Fotojornalismo, Imagem e Tecnologia. Email: carloso Souza2013@hotmail.com. Este trabalho também é de autoria de Ofélia Elisa Torres Morales, pós-doutora em Comunicação Social pela Cátedra UNESCO da Comunicação e Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Doutora em Jornalismo e Mestre em Rádio e TV pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).

Por meio de abordagem qualitativa, a pesquisa visa identificar os retratos imagéticos do “Vem Pra Rua” nas capas, a partir da análise dos seus elementos visuais (composição, enquadramentos, cores, etc.), com o intuito de verificar o que as revistas queriam mostrar e quais os critérios utilizados nessas escolhas.

A relevância do estudo está em “congelar”, seguindo a metáfora da natureza fotográfica, momentos e posicionamentos que a imprensa teve em relação ao “Vem Pra Rua”, no início desse movimento, quando ainda não se tinha clareza de sua importância, assim como os aspectos desse significativo movimento social em rede, desenvolvido no cenário brasileiro. Esse congelar pode ter dois sentidos bem definidos. O primeiro é o registro da história, que não para de nos surpreender. Num segundo sentido, é justamente sobre o caráter da fotografia que tem como papel parar o tempo para que ele possa ser investigado, interpretado. Alguns autores são importantes para compreender esse papel da imagem, especificamente da fotografia. Entre eles destacam-se, Sontag (2004), Kossoy (2001), Dubois (1994) por revelar o valor da fotografia para a história e memória. Um terceiro aspecto é o caráter transformador, especialmente o fotojornalismo que procura evidenciar a realidade por sua força “discursiva”, especialmente agora com a era do webjornalismo, quando a fotografia assume múltiplas funções, que envolve informar, educar, denunciar, registrar, elementos elencados por autores como Martins (2010); Oliveira e Vicentini (2009).

2. Identidades jovens e o movimento “Vem Pra Rua”

A formação das identidades jovens na contemporaneidade se dá em processos de transformações constantes. Com o advento das plataformas hipermediáticas e dispositivos móveis, as Redes Sociais Digitais (RSD) revelam a existência de grupos ou comunidades com interesses em comum. A metáfora da rede disponibiliza entender os “elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” inseridos na comunicação mediada pela tecnologia. (RECUERO, 2009, p. 21). Esses grupos formam comunidades virtuais e sua organização pode ultrapassar o mundo virtual indo ao encontro do mundo real: “[...] as redes são dinâmicas e estão sempre em transformação [...] Os processos dinâmicos das redes são consequência direta dos processos de interação entre os atores”. (RECUERO, 2009, p. 78-9).

Claro exemplo disso foi a articulação e organização do movimento “Vem Pra Rua”, ocorrido nos meses de junho e julho de 2013, que teve efervescência nas RSD. Algumas experiências marcantes de movimentos sociais, organizadas pelas RSD e pelos dispositivos móveis, em rede estão acontecendo com frequência em vários países, e “espalharam-se por contágio num mundo ligado pela internet sem fio e caracterizado pela difusão rápida, viral, de imagens e ideias”. (CASTELLS, 2013, p.8). As RSD apoiam-se nas comunidades formadas, a partir do interesse em comum, compartilhado e revelado na plataforma hipermediática. Esse contexto midiático ganha força com a sociedade em rede em tempos líquidos, conceito criado por Bauman:

[...] a passagem da fase “sólida” da modernidade para a “líquida” – ou seja, para uma condição em que as organizações sociais (estruturas que limitam as escolhas individuais, instituições que asseguram a repetição de rotinas, padrões de comportamento aceitável) não podem mais manter sua forma por muito tempo (nem se espera que o façam), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo que leva para moldá-las e, uma vez reorganizadas, para que se estabeleçam. (BAUMAN, 2007, p. 7).

O que aconteceu no Brasil, no movimento “Vem Pra Rua”, em 2013, é uma prova disso. Trata-se, ao mesmo tempo, de um movimento difuso e, por horas, coordenado, que coloca interrogações aos poderes, aos sistemas econômicos e as organizações sociais tradicionais. Esses movimentos começam “nas redes sociais da internet, já que estas são espaços de autonomia, muito além do controle de governos e empresas, que, ao longo da história, haviam monopolizado os canais de comunicação como alicerces de seu poder”. (CASTELLS, 2013, p.7). Eles, segundo o autor, nutrem-se das práticas colaborativas e objetivos comuns.

[...] esses movimentos são amplamente espontâneos em sua origem, geralmente desencadeados por uma centelha de indignação, seja relacionada a um evento específico, seja a um acesso de aversão as ações dos governantes. Em todos os casos, têm origem num apelo à ação proveniente do espaço dos fluxos, que visa a criar uma comunidade instantânea de prática insurgente no espaço dos lugares. (CASTELLS, 2013, p. 162)

É importante salientar a perspectiva da “sociedade líquida”, conceituada por Bauman (2007), como uma sociedade em que tudo é tocado por uma fluidez de difícil demarcação, por sua natureza volátil e, ao mesmo tempo, ubíqua. As potencialidades multicêntricas da Internet fracionaram o poder e tornou muito mais difícil governar. O fluxo de informações disponibilizado pela cultura da convergência, reforçando, assim, a sociedade em rede, do conhecimento compartilhado e colaborativo, oportuniza a divulgação de informações e opiniões, em plataformas hipermediáticas e dispositivos móveis. Esse

contexto midiático retroalimentou demandas que ultrapassaram o virtual indo de encontro ao ‘real’, nos movimentos sociais em rede, os quais impactaram, assim como no Brasil, em vários países, de diversas formas. É nesse contexto contemporâneo, líquido e volátil, que as identidades jovens formam-se e ativam-se no “Vem Pra Rua” como forma de protesto político e social, procurando traçar estratégias para atingir objetivos e o bem coletivo.

3. Contextos midiáticos contemporâneos: os recortes imagéticos do “Vem Pra Rua” nas revistas

Para compreender a representação midiática de movimentos sociais em rede como o “Vem Pra Rua”, tomamos como referência a fotografia, especialmente, o fotojornalismo, nas revistas brasileiras. A opção pelo fotojornalismo foi motivada pela dimensão e potência que a fotografia representa, devido a sua possibilidade de perpetuar instantes da cotidianidade, no caso, recortes imagéticos dos jovens nessa oportunidade social de ação democrática. Investigar o “Vem Pra Rua”, no cenário midiático das revistas semanais, como Veja, Época e IstoÉ (Quadro 1), a partir de suas capas, foi impulsionada pela possibilidade de aprofundar as questões sobre o fato, não somente registrando e interpretando a cobertura, mas, disponibilizando reflexões sobre o acontecimento.

Quadro 1. Circulação das revistas Veja, Época e IstoÉ, nos meses de junho e julho de 2013, segundo IVC (Em Número Absoluto).

Revista	Local	Periodicidade	Junho	Julho	Total
Veja	SP	Semanal	1.039.789	1.036.427	2.076.216
Época	SP	Semanal	386.674	386.021	772.695
Istoé	SP	Semanal	332.688	331.614	664.302

Fonte: Instituto Verificador de Circulação (IVC).

Disponível em: <http://www.ivcbrasil.org.br/> Acesso em: 20 fev. 2016.

3.1 A fotografia em questão: relações e sentidos

Compreende-se que a materialidade na fotografia existe não somente devido à exposição revelada através de dispositivos físicos, químicos laboratoriais e digitais. A materialidade da fotografia concretiza-se na relação paradoxal entre a instantaneidade e eternidade proporcionada pelo ato fotográfico que:

[...] fixa para sempre um certo recorte, um enquadramento da realidade. O gesto do corte recai sobre o fio da duração. O obturador guilhotina a duração, o fluxo, a continuidade do tempo. Também recai, ao mesmo tempo, sobre o contínuo da extensão, aquilo que fica fora e não cabe no enquadramento da foto. (DUBOIS, 1994, p.161 apud SANTAELLA, 2007, p. 360).

A natureza da fotografia combina elementos dialéticos e contraditórios. A relação da inversão do negativo em positivo revela que “o negativo é sombra cuja luz a revelação restitui. A imagem revelada é uma emanção do objeto, seu traço, fragmento, vestígio, sua marca e prova”. (SANTAELLA, 2007, p. 361). A imagem não é o objeto, mas, a emanção dele, porém, a fotografia pode criar e recriar perspectivas diferenciadas, a partir das múltiplas combinações oferecidas pelos elementos da linguagem visual sejam eles, planos, composição, escolha das lentes, profundidade de campo. A foto é “um objeto em si mesmo que tem sua própria materialidade e ocupa seu lugar no mundo”, (SANTAELLA, 2007, p. 362).

O conceito ‘imagem’ lembra a metáfora relacionada ao deus do mar ‘Proteu’, quem tinha poder de assumir todas as formas que desejasse, da mesma forma,

[...] parece que a imagem pode ser tudo e seu contrário – visual e imaterial, fabricada e “natural”, real e virtual, móvel e imóvel, sagrada e profana, antiga e contemporânea, vinculada à vida e à morte, analógica, comparativa, convencional, expressiva, comunicativa, construtiva e destrutiva, benéfica e ameaçadora. (JOLY, 2007, p.27).

O instante é uma noção que se relaciona com a duração e, ao mesmo tempo, com mobilidade interior: “o instante fotográfico é um instante eminentemente paradoxal” (DUBOIS, 1994, p. 166). Isto porque tem relação com o tempo, no sentido da duração de momento eternizado e, ao mesmo tempo, revela mobilidade interior, a partir da força que emana da realidade capturada no olhar fotográfico.

A fotografia agrega significado enquanto documento e registro do real, concretizado nesse instante, eternizado. Ainda segundo Dubois (1994, p. 25), o documento fotográfico deve prestar contas dos fatos com fidelidade já que: “foi lhe atribuída uma credibilidade, um peso de real bem singular [...] A foto é percebida como uma espécie de prova, ao

mesmo tempo necessária e suficiente, que atesta indubitavelmente a existência daquilo que mostra”.

A fotografia tem a ‘irredutível virtude de testemunho’ ou do registro de ‘verdade’ diante de um acontecimento, isto motivado pela sua verossimilhança já que ela tem traços próximos da identidade do considerado como ‘real’. A memória histórica registrada pela fotografia e, mais especificamente, pelo fotojornalismo, integra-se como parte da narrativa contemporânea, de relevância histórica e social. Por isso, a importância na interpretação de fenômenos midiáticos a partir das narrativas fotojornalísticas.

No entanto, é conveniente destacar que as narrativas humanas não são imunes à ‘falácia da transparência’, ou seja, elas são construções sociais na sua construção ou na sua leitura. Conclui-se que “a imagem fotográfica não é um espelho neutro, mas um instrumento de transposição, de análise, de interpretação e até de transformação do real, como a língua, por exemplo, e assim, também, culturalmente codificada”. (DUBOIS, 1994, p.26). Como bem observou o autor,

A foto não é apenas uma imagem [...], é também, em primeiro lugar, um verdadeiro ato icônico, [...] literalmente: algo que é, portanto, ao mesmo tempo e consubstancialmente, uma imagem-ato, estando compreendido que esse ‘ato’[...] A fotografia, em suma, como inseparável de toda a sua enunciação, como experiência de imagem, como objeto totalmente pragmático. (DUBOIS, 1994, p.15).

Ao ingressar no meio social pelo seu caráter informativo, a fotografia permite acompanhar os fatos (de longe) no momento em que eles acontecem de qualquer parte do mundo. O “Vem para a Rua” foi um acontecimento nacional que rapidamente assumiu a condição de um fenômeno “mundial”, acompanhado por bilhões de pessoas em todas as partes do planeta. Pela internet, pelo tablete ou ifone, gente de todo mundo acompanhou o que acontecia no Brasil e se posicionou pelas redes sociais. A televisão, rádio e imprensa também deram sua contribuição utilizando-se também da rede mundial de computadores.

Barthes, em seus escritos, chamou a atenção para o caráter de certificado de presença, uma prova de que o fotógrafo esteve no local retratando o acontecimento. (SOUZA; JASPER; KALIBERDA, 2013, s/p). Desde o seu início, a fotografia foi vista como algo verdadeiro, registra o que aconteceu e como os fatos se deram. É exatamente a partir desse momento que ela assumiu espaços importante em jornais e revistas, por invocar a verdade de um acontecimento, por comprová-los e fazer as pessoas acreditar no que eles estão vendo. Na percepção de Tavares e Vaz (2005, p.127), “entre seus atributos estariam

os atos de documentar, testemunhar, comunicar e, citando Barthes, representar, provocar desejo, dar significação, surpreender”.

3.2 As estratégias informativas das revistas

Como observou Lara e Souza (2014), as revistas informativas se utilizam de diversas estratégias para chamar a atenção do leitor e para se consagrar no mercado editorial. Uma das principais estratégias é investir em um bom projeto gráfico, valorizar a capa, textos de boa qualidade e, antes de tudo, pensar sempre em capas criativas, bem diagramadas e ilustradas. É isso que fazem as principais revistas informativas nacionais. Na competição que estabelecem no mercado de trabalho, os editores destes periódicos sabem que é preciso acionar a atenção dos compradores e assinantes. Por isso, toda atenção da equipe jornalística é na capa, vitrine do veículo. O negócio é trabalhar com boas manchetes, fotos grandes e recursos gráficos de qualidade. Por isso, “cabe à capa, portanto, o papel de traduzir as intenções, o posicionamento e a identidade da revista”. (VAZ; TRINDADE, 2013, p. 225).

Durante os meses em que acontece o movimento jovem “Vem Pra Rua”, as três principais revistas brasileiras, Veja, Época e IstoÉ “duelaram” entre si para captar o interesse dos leitores. Cada uma a seu estilo impôs um discurso jornalístico e fotográfico. Elas abriram espaço prioritário para a fotografia, além de textos aprofundados e bem elaborados, marcando na história sua contribuição por interpretar e se posicionar diante de tal acontecimento.

As estratégias de comunicação presentes nas capas das revistas privilegiam a venda do produto, embora tenham credibilidade suficiente para se dizerem respaldadas em seu dever informativo. Essa tensão presente na grande imprensa deve ser lembrada a todo o momento: coloca-se a informação como objetivo, mas a sustentação do discurso é dada, prioritariamente, pelo sucesso de mercado. (SILVA apud LARA; SOUZA, 2014, p. 2).

Como observam os autores (LARA; SOUZA, 2014, p.4), o mercado editorial brasileiro se tornou um espaço de grande incidência de cores, efeitos e imagens, especialmente fotografia. Fato que é reforçado por Vogel (2013, p. 18), já que as imagens trazem sempre sentidos em carga.

A revista, essa súpula de imagens, é um arquivo do contemporâneo, porque não é uma tela plana: folheia-se, as imagens ali agrupadas se reorganizam nesse passeio, mesmo

que remontadas a partir de um primeiro conjunto de atualidades. Há sempre essa justaposição e contraposição de imagens, que exercitam a imaginação e a memória. (VOGEL, 2013, p.19).

Explica, assim, que a questão das lógicas de produção e consumo midiáticos abrange as temporalidades do acontecimento propriamente dito, a produção midiática e o processo de leitura da revista. É nessa compreensão dos leitores que, nutre-se a formação de opinião e, também, o entendimento e a percepção dos conteúdos divulgados pelas revistas, oportunizando registros documentados da ‘realidade’, o qual (re)cria diário de lembranças do tempo. Nesse sentido, acrescenta que:

A revista é também as memórias que a atravessam, as próprias manipulações do tempo que ela documenta e suas eventuais posições anacrônicas, isto é, contra seu próprio tempo. Assim, pode-se ler revistas como quem rastreia pegadas da memória [...]. (VOGEL, 2013, p.25).

As temporalidades dessas lógicas de produção e consumo das revistas trazem questionamentos sobre o critério jornalístico da atualidade em relação às temáticas retratadas nessas publicações de periodicidade não diária. Nesse cenário, Fidalgo (apud BENETTI, 2013, p. 46) reforça que, “atual significa que algo acontece no tempo presente. [...] A novidade [...] não é propriamente um conceito temporal, mas apenas significa que o sujeito não sabia disso. É novo tudo o que o sujeito desconhecia e que passa a conhecer”. E o novo sempre aparece para nós, principalmente via comunicação de massa.

O sentido sobre o que é ser contemporâneo – e, portanto, sobre o que está ultrapassado e deve ser substituído – está poderosamente inscrito no jornalismo de revista. Ele diz o que importa saber agora e como deve agir, ou se imaginar agindo, o sujeito que está de acordo com o espírito de seu tempo. (BENETTI, 2013, p. 46).

Além disso, características marcantes dessas publicações editoriais, as revistas são diversificadas, cada vez mais especializadas e segmentadas. A autora conclui destacando sua complexa natureza: “o jornalismo de revista engendra olhares e percepções sobre o mundo, sobre si e sobre o outro, e é nessa articulação que reside seu amplo e fecundo poder.” (BENETTI, 2013, p. 55).

3.3 Análise e interpretação: o “Vem Pra Rua” nas capas das revistas Veja, Época e IstoÉ

Toma-se como prerrogativa que “a realidade social pode ser representada por maneiras de comunicar informais ou formais e que o meio de comunicação pode ser

composto de textos, imagens ou materiais sonoros” (BAUER; GASKELL, 2012, p.22). Nesta pesquisa qualitativa a ênfase é na imagem. Pretende-se interpretar a cobertura fotográfica do “Vem Pra Rua” nas três revistas Veja, Época e IstoÉ, a partir de suas capas, em junho de 2013, totalizando seis (6) capas, combinando fotografias e sendo uma delas com foto e ilustração. Observa-se que as interpretações das capas tomaram como base as reflexões de Dubois (1994), quem considera a fotografia como traço de um real, isto é:

Algo de singular, que a diferencia dos outros modos de representação, subsiste apesar de tudo na imagem fotográfica: um sentimento de realidade incontornável do qual não conseguimos nos livrar a apesar da consciência de todos os códigos que estão em jogo nela e que se combinaram para sua elaboração. (DUBOIS, 1994, p.26)

Os critérios que serviram como base para a leitura crítica de cada uma das seis capas estudadas foram, principalmente, a análise dos elementos da linguagem visual como composição, a regra dos terços, angulações, cores, enquadramentos, entre outros. (FOLTS, 2007; PETER, 1999, SOUSA, 2004). Portanto, a construção do sentido na fotografia concretiza-se a partir da combinação dos elementos da linguagem imagética como enquadramentos, planos, entre outras, o qual expressa-se no discurso imagético apresentado nas capas das revistas analisadas.

As capas aliam imagem e texto, complementando-se, de forma a dar sentido global do conceito jornalístico de cada revista, combinando seus elementos identificando-se assim a sua gramática fotográfica. Os critérios editoriais juntaram fotografias, ilustrações e manchetes para compor seu discurso nas capas. Apesar do uso de ilustração numa das capas, as outras cinco revistas analisadas utilizaram-se de elementos imagéticos, a partir das fotografias, com união das manchetes. Assim, assinala-se a função da fotografia como documento, tomando como base que a foto não somente ocupa maior espaço nas capas mas as quais também oferecem mais uma significação às palavras das manchetes. O valor documental da imagem fotográfica presente nas capas tem impacto maior que o texto de suas manchetes inclusive, por ser base do registro documental das manifestações.

Da mesma forma, faz-se a complementação da leitura crítica da ambiência política e social retratadas nas duas edições de cada revista. Como já foi salientado, elas souberam explorar bem o movimento “Vem Pra Rua” e aproveitaram os protestos que aconteciam no Brasil, contra os aumentos de ônibus, corrupção e falta de compromisso dos governos federais, estaduais e até municipais, para evidenciar o “caos” do país. Caos no sentido de falta de clareza dos políticos, de perspectivas de solução dos problemas e, também, dos exageros muitas vezes cometidos nas ruas por soldados e manifestantes. Para quem assistia

de fora, por exemplo, do estrangeiro, parecia que estávamos vivendo uma guerra. As imagens dos telejornais e dos veículos impressos davam ênfase aos combates entre estudantes (e até bandidos que aproveitaram para se infiltrar no movimento) e policiais. Davam conta de que Brasil parecia ter perdido o rumo e isso acabou transparecendo dos mandos e desmandos do governo, em todas as esferas.

Isso é um fator significativo seguindo os dizeres de Sousa (2004) sobre a fotografia, quem afirma que:

Os motivos percebem-se sobre um fundo. As relações figura-fundo promovem ou obscurecem o motivo e, conseqüentemente, condicionam a atenção. O que se coloca em primeiro plano, nos planos secundários e no plano de fundo torna-se, assim, extremamente importante, quer para dar força visual à imagem, quer para realçar certos conteúdos. (SOUSA, 2004, p.118)

Das três revistas, conforme análise da capa, a que mais investiu contra o governo federal foi a revista Veja. Nas duas capas, o fundo das fotos tinha fogo. Na edição de 19 de junho, estampada em letras (tipo pichação) estava a frase “Contra o aumento” e a Revolta dos Jovens, logo abaixo (Figura 1). A parte inferior da capa está tomada por chamas e labaredas e no segundo plano aparecem vitrines de lojas no escuro. O fogo é inserido no canto inferior esquerdo, seguindo a atenção criada pelas regras dos terços, sendo ele o elemento de luminosidade significativo já que demonstra a crise e caos da situação. A presença desse resplendor aliado a cores fortes, fortalece uma ambiência de transtorno. Sousa (2004, p.121) pontua que “a cor permite atrair a atenção, mas também é um agente conferidor de sentido, em função do contexto e da cultura”.

Figura 1. Capa da revista Veja, de 19 de junho de 2013.



No dia 26, a capa também investiu forte para denunciar o problema brasileiro. A capa retrata uma jovem estudante de costas, coberta pela bandeira Brasileira, seguindo na direção das chamas (Figura 2). A manchete desta edição era: Os sete dias que mudaram o Brasil, apresentando-se ela no canto inferior direito. Mostra-se a jovem envolvida na bandeira, numa composição diagonal, o qual focaliza a atenção para esse elemento

fotográfico, mas o espaço que esse elemento tem é o maior, mostrando a ênfase da fotografia. Da mesma forma, a presença do fogo, no fundo, revela a continuidade da comoção dos acontecimentos. Nas duas edições, carregadas com manchetes fortes, a revista procurou colocar mais ‘lenha na fogueira’, trazendo temas como a espionagem no Porto pela Abin, crise econômica no Brasil, a Tomada da Bastilha, as contas públicas e inflação. O conjunto de informações, ilustrações, títulos e fotografia serviram, ao mesmo tempo, para demonstrar os fatos e para colocar o governo federal em xeque.

Figura 2. Capa da revista Veja, de 26 de junho de 2013.



Nas três revistas, os editores ‘abusaram’ do número de fotos, especialmente na página especial que tratava do assunto. Conforme Sousa (2004, p. 118), vários elementos oportunizam que uma fotografia capte a atenção: “[...] temos o próprio motivo fotográfico. A cultura, as expectativas, as motivações (conscientes ou não), os hábitos, a experiência anterior de um observador condicionam a atenção do receptor perante o motivo”. No sentido geral, algumas coberturas jornalísticas chegaram a insuflar os ânimos jovens e a associar o movimento a guerrilha, pelos menos é assim que algumas imagens poderiam ser vinculadas. Outras – em determinados momentos – davam ênfase a repressão, procurando associar - embora nem sempre de forma tão explícita -, o governo a ditadura militar, quando era comum o enfrentamento entre estudantes e militares. A revista que explorou mais isso na capa foi a IstoÉ. No dia 19, a capa mostrou a polícia batendo a uma jovem, a qual tenta ser protegida por um jovem (Figura 3).

Figura 3. Capa da revista IstoÉ, de 19 de junho de 2013.



No dia 26, houve montagem de várias fotos de jovens, em branco e preto, com atitude de revolta, junto a manchete em cor vermelho (Figura 4). Essa combinação de cores, como aponta Sousa (2004, p. 121), é uma forma de “evidenciar contraste cromático: - esse

contraste de cores fortes com cores neutras (vermelho vivo vs. cinzento claro”. A foto-montagem com imagens recortadas dos jovens, disputa a atenção com a manchete, causando tensão narrativa na composição da capa, confluindo a atenção para o conceito: ‘o jovem manda’.

Figura 4. Capa da revista IstoÉ, de 26 de junho de 2013.



Na Época, uma imagem parecia remeter à guerrilha, a figura de um guerrilheiro. A manchete da capa do dia 17, “Quem são eles” (Figura 5). Na linha de apoio o questionamento: Como agem e o pensam?. A figura que aparece na capa, tem os dois braços erguidos, está mascarada, usa roupa camuflada e pulsos cerrado. Esta foto foi estampada no dia 17 de junho.

Figura 5. Capa da revista Época, de 17 de junho de 2013.



A capa mostra um jovem em plano americano, com os braços erguidos em símbolo de luta, e com manchete “Quem são eles...”. Para Sousa (2004, p.115) a construção de sentido oportunizada pela linguagem fotográfica, assinala também a significância de “elementos como a pose dos actantes (gestos, expressões...)”. Por isso, a força do gesto desse jovem guerrilheiro é significativa pela sua representatividade. Além disso, quando o motivo fica no centro, isso realça a sua importância, nos dizeres de Sousa, quem identifica a composição “quando se fala da disposição dos elementos da fotografia tendo em vista a obtenção de um efeito unificado, que, em princípio, é a transmissão de uma ideia ou de uma sensação”. (SOUSA, 2004, p. 117).

Figura 6. Capa da revista Época, de 24 de junho de 2013.



Na outra capa, a revista dá espaço à ilustração. A do dia 24 de junho mostra a bandeira brasileira em frangalhos, com a manchete ‘Pátria amada Brasil’. A ilustração da capa mostra fundo branco, com a bandeira em frangalhos, a cores, numa composição diagonal, revelando conceito de interação e contraste, entre paz e violência (Figura 6). De maneira geral, é possível dizer que cada revista se empenhou para traçar uma imagem e um sentido à cobertura jornalística deste importante movimento que marcou a história brasileira. A *Veja* procurou desqualificar o Governo Dilma e mostrar a insatisfação geral da população em relação aos políticos e ao governo federal, relacionando políticos a ratos e mostrando o caos no País. A *IstoÉ*, em suas capas, deu ênfase à repressão, a ação da polícia contra os manifestantes em vários estados. Procurou associar o Brasil de “hoje” ao período ditatorial brasileiro, demonstrando que esse governo também é repressivo. A *Época* teve uma postura diferente, associou o movimento à Guerrilha, quando trouxe para a capa, um manifestante em posição de luta (só faltou a arma) e na outra edição um País com a bandeira em frangalhos, defendendo a ideia de que o País precisa de um novo governo.

4. Considerações finais

Convém salientar que a pesquisa revela apenas uma fração do que significou a cobertura fotojornalística desse movimento que se configurou como um dos mais importantes da história do Brasil, quando o povo foi às ruas protestar contra o governo, contra os preços e contra a corrupção. Torna-se importante investigar isso mais a fundo e até estabelecer vinculações entre a linha editorial desses periódicos, seus interesses e a cobertura que disponibilizaram ao público, com a seleção de fotos, manchetes e ângulos de cobertura. Considera-se importante também o aprofundamento de estudos, estabelecendo comparações e análise mais aprofundada das capas e páginas internas das três revistas, bem como a associação entre este acontecimento e outros vinculados ao governo Dilma, que foi o alvo principal desses veículos impressos no Movimento “Vem Pra Rua”.

O estudo sobre o movimento “Vem Pra Rua”, segundo revelam os recortes imagéticos na cobertura midiática das principais revistas semanais de atualidade do País, a partir de suas capas, é relevante para a área da comunicação, no intuito de compreender quais os critérios jornalísticos que balizaram as escolhas editoriais nessas vitrines de conteúdo. Esse estudo exploratório, de abordagem qualitativa, indica que são muitos os

questionamentos e discussões que essa temática apresenta e, por isso, será motivo de estudos posteriores.

5. REFERÊNCIAS

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Campinas: Papirus, 1994.

FOLTS, James A. **Manual de Fotografia**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

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

KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LARA, Matheus Henrique; SOUZA, Carlos Alberto de. **Estratégias gráficas para o mercado jornalístico: uma análise comparativa das “imagens” da capa de Carta Capital, Época, IstoÉ e Veja**. In: Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM; Unicentro, Foz do Iguaçu, Set./2014.

MARTINS, Nelson. **Fotografia: da analógica a digital**. Rio de Janeiro: SENAC, 2010.

OLIVEIRA, Erivan Moraes de; VICENTINI, Ari. **Fotojornalismo**. São Paulo: Cengage, 2009.

PETER, Jorge. **Cadernos do Mestre Peter: um curso de fotografia na sua essência**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Cia das Letras, 2004.

SOUSA, Jorge Pedro. **Discurso jornalístico impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUZA, Carlos Alberto de; JASPER, Aline; KALIBERDA, Andressa. **A história da fotografia e do fotojornalismo em Ponta Grossa**. In: 9 Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto, Minas Gerais, 29 de maio a 01 de junho de 2013.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão; VAZ, Paulo Bernardo Ferreira. **Fotografia jornalística e mídia impressa:** formas de apreensão. Revista Famecos, PUC-RS, Porto Alegre, n.27, p.125-138, ago. 2005.

VAZ, Paulo Bernardo; TRINDADE, Vanessa Costa. **Capas de revistas e seus leitores:** um novo texto em cartaz. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. (Orgs.). A revista e seu jornalismo. São Paulo: Penso, 2013. p. 221- 234.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine:** o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.

VOGEL, Daisi. **Revista e contemporaneidade:** imagens, montagens e suas anacronias. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. (Orgs.). A revista e seu jornalismo. São Paulo: Penso, 2013. p.17-26.