

De Saúde à Política: Semiologia Aplicada para Críticas Implícitas em Revistas¹

Gabriel BERNARDI²

Peterson FERREIRA³

Rogério SABBI⁴

Stacy NAOMI⁵

Jozieli CARDENAL⁶

Faculdade de Pato Branco (FADEP), Pato Branco, PR

RESUMO

Neste artigo, analisa-se duas capas da revista *Veja*. Uma referente às *fake news* no âmbito da saúde e outra à denúncia do Ministério Público Federal (MPF) contra Lula, ocorrida em 2016. Através de um estudo semiótico dos autores Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce e Mikhail Mikhailovich Bakhtin, e com a interpretação destas, relacionamos as capas à política e também à decadência da revista, de carro-chefe para imprensa marrom.

PALAVRAS-CHAVE: Interfaces Comunicacionais; Semiótica; Saúde; Política; Revista *Veja*.

1 Introdução

A proposta deste artigo é analisar semioticamente duas capas da revista *Veja*: “*As Fake News que matam*” (edição 2590, de 11 de julho de 2018), que trata sobre os perigos das notícias falsas para a saúde; e “*Lula e a Lava-jato: prenda-me, se for capaz*” (edição 2496, de 21 de setembro de 2016), retratando Lula como o pilar da “*propinocracia*” implantada no Brasil, supostamente durante os anos de governo PT. Abordando os

¹ Trabalho apresentado na IJ06 – Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Estudante do 3º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), email: gabrielchiarani@hotmail.com.

³ Estudante do 3º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), email: petersantosred@gmail.com.

⁴ Estudante do 3º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), email: rogerioasabbi@gmail.com.

⁵ Estudante do 3º. semestre do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), email: stacynaomi@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Profa. Ma. do curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Pato Branco (FADEP), email: jozieli@fadep.br.

contextos em que ambas foram publicadas e suas mensagens, estabeleceremos uma relação entre as duas capas, com a situação política do país no contexto.

Dessa forma, este trabalho foi realizado com o objetivo de analisar graficamente e discursivamente duas capas da revista *Veja*, a fim de estrear todos os elementos ideológicos existentes em ambas manchetes, utilizando-se de recursos bibliográficos. A intenção, é aferir a construção do discurso proposto ao leitor e suas implicações sociais através da representação das manchetes. Na análise, foram estudados os elementos visuais, como cores e ilustrações, e a relação das manchetes com o contexto em que se encontravam e com as ações da revista.

As manchetes selecionadas para análise, foram escolhidas dada à certa linha de raciocínio que podemos obter para interpretação quando posicionamos a capa da edição 2590 antecedendo a edição 2496, em relação ao posicionamento da revista, além de possibilitar uma ampla e profunda interpretação semiótica no que diz respeito a elementos verbais e não-verbais. Dessa maneira é possível aplicar da melhor maneira nossos conhecimentos obtidos em sala de aula.

2 Marco Teórico e Análise

2.1 Descrição das capas

A primeira capa, retrata profunda exposição das *fake news*, em relação a saúde. A camisa com o nome Dr. Google faz uma ironia com a ferramenta de pesquisa, utilizada pelas pessoas para buscarem informações em fontes que, na maioria das vezes, não são confiáveis, e acabam passando por problemas de saúde por causa da confiança nas notícias infundadas. Um médico é representado pelo boneco Pinóquio, personagem de um dos maiores sucessos da literatura infantil, caracterizado pelo crescimento de seu nariz conforme ele mente. Na capa, o nariz se torna uma estaca manchada de sangue, à medida que cresce.

Já a segunda capa trata-se de uma suposta pintura do então ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, com apenas seu rosto estampado na capa, no fundo predomina a cor vermelha, e no desenho de seu rosto a cor preta. Um detalhe importante é o fato do desenho estar “*escorrendo*”. Outro detalhe que chama a atenção de quem analisa, é data em que foi publicada: quando havia sido formalizada a denúncia contra

Lula, e suas participações na Lava Jato. A capa, utiliza apenas a linguagem não-verbal para expressar comunicação.

2.2 Saúde do leitor ou do Brasil?

Na primeira manchete, pode-se observar muitos elementos que permitem a análise.

Analisando a capa por si só, entende-se que é um personagem com características do Pinóquio – textura amadeirada e nariz comprido. O boneco é trajado com um uniforme de médico, cujo o qual tem bordado: “Dr. Google” do “Hospital Facebook”. Com estas informações, entendemos que se trata de saúde. O fato abordado foi o de que muitas pessoas são prejudicadas por notícias falsas sobre doenças nas redes sociais, em especial no Facebook. E isso é algo extremamente sério, pois, ao invés de ir consultar com um profissional, as pessoas têm se automedicado cada vez mais baseando-se em informações coletadas no Google e Facebook, entre outras plataformas. E por isso, o título “*As Fake News que Matam*”.



Figura 1: Edição da Revista Veja que traz como capa a chamada “As Fake News Que Matam”⁷, objeto de análise deste artigo.

⁷ Edição 2590 da Revista Veja, de 11 de Julho de 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2590/>

No entanto, a revista foi publicada em julho de 2018. Três meses antes das eleições. Época em que as notícias falsas se espalharam como uma epidemia, e a revista, encontrando espaço para criticar pontos polêmicos da sociedade e divulgar informações, criou uma capa com abertura para uma profunda segunda análise, levando em consideração o contexto.

2.2.1 A língua como ferramenta para empoderamento do discurso

O ponto de partida para esta segunda análise foi termo: “*Fake News*”, que significa, “Notícia Falsa”, isolando apenas o signo verbal, podemos interpretar por Saussure. Partindo do ponto de vista linguístico, ao ler o termo americanizado, pessoas com básico conhecimento de inglês (apesar de a palavra “*fake*” ser um termo já utilizado por jornais e programas de televisão para se referir a perfis falsos ou “conta *fake*, perfil *fake*”) interpretam automaticamente, “notícia falsa”.

Poderíamos, a grosso modo, interpretar de tal maneira. Porém, levando em conta a cultura linguística da época, “*fake news*” já era um termo totalmente associado ao, então presidente, Jair Bolsonaro. Como uma transformação “Paronímica”, fenômeno dotado de semiótica, onde a variação linguística do significante, que tem seu significado atribuído a mentira, não ocorre em substituição de uma palavra, mas em associação a uma nova imagem, necessitando assim de uma nova camada. Agora avançamos para Peirce: a Terceiridade.

Na terceiridade, “*fake news*” é interpretado dentro de seu contexto, dentro de sua função social: livrar um candidato a presidência de uma informação comprometedor, ou associá-lo à uma. Por ser um termo em inglês (língua idolatrada pela massa) traz um ar de confiança ao emissor e atinge a massa profundamente, que dá uma sensação de credibilidade a quem fala e se vitimiza, neste caso Bolsonaro.

2.2.2 A influência dos signos não-verbais no significado do significante

Além da interpretação do termo, podemos citar Mikhail Bakhtin, no que diz respeito a cada um possuir uma interpretação dos signos, conforme somos construídos socialmente. Tudo exerce influência em nossa maneira de interpretar. Enquanto existe uma interpretação, naquele determinado contexto vindo de pessoas pró-bolsonaro, de que

“*fake news*” era uma ferramenta da mídia para atacar o candidato, podemos ver de outra maneira.

Há o ponto de vista daqueles que eram contra a eleição do candidato e avaliavam o termo como sendo a principal ferramenta de autopromoção deste. E há também a perspectiva de pessoas que não fazem a relação “*Fake News* x Política x Eleições 2018” e interpretam o texto da forma que a revista esperava e gostaria que as pessoas interpretassem: uma ideologia espalhada pela web, que leva pessoas a crerem em notícias pouco embasadas (a maioria vinda do “Dr. Google”). Estes são pontos que só podem ser interpretados ao analisar os signos não-verbais da capa. Aí a limitação do signo verbal quando separado do signo não-verbal.

Nessa medida, o simples ato de olhar já está carregado de interpretação, visto que é sempre o resultado de uma elaboração cognitiva, fruto de uma mediação sógnica que possibilita nossa orientação no espaço por um reconhecimento e assentimento diante das coisas que só o signo permite. (SANTAELLA, 1983, p.51)

Pois bem, analisando a capa por completo, incluindo signos não-verbais, percebemos a sátira com o presidente em si, que já é um elemento digno de semiologia. Por estar em textura amadeirada, (que remete ao boneco de madeira Pinóquio) e com um nariz de madeira terminando como se fosse uma estaca manchada de sangue na ponta, faz-se a analogia de que “as *fake news* matam” por dois pontos: acabou o governo da oposição (PT); e as notícias falsas espalhadas pelo presidente da república, Jair Bolsonaro, deixam na população a ignorância de acreditar em informações vindas de fontes não confiáveis baseadas no senso comum:

Diante de qualquer fenômeno, isto é, para conhecer e compreender qualquer coisa, a consciência produz um signo, ou seja, um pensamento como mediação irrecusável entre nós e os fenômenos. E isto, já ao nível do que chamamos de percepção. Perceber não é senão traduzir um objeto de percepção em um julgamento de percepção, ou melhor, é interpor uma camada interpretativa entre a consciência e o que é percebido. (SANTAELLA, 1983, p.51)

2.3 O poder da imagem em desempoderar outra



Figura 2: Edição da Revista Veja com o nome: “Lula e a lava-jato: prenda-me se for capaz”⁸, objeto de análise deste artigo.

Nesta capa, apesar de poucos elementos, é possível uma profunda análise levando em consideração as cores, a textura e a imagem. O contexto social em que essa capa foi publicada, foram as condições desfavoráveis de Lula, em 21 de setembro de 2016, após a formalização da denúncia contra o ex-presidente envolvendo a corrupção carregada pelas vítimas da Operação Lava-jato, com o título “*Prenda-me se for capaz*”.

Como a maioria das revistas onde o PT está inserido, a característica que predomina é a mesma: cor vermelha ganhando destaque. O que podemos notar ao olhar, é a semelhança de linguagem desse rosto, dessa técnica de arte, com a foto conhecida popularmente do Che Guevara, líder o qual é atribuído a imagem negativa, tentando atrelar essa mesma mensagem ao Lula.

⁸ Edição 2590 da Revista Veja, de 11 de Julho de 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2590/>

2.3.1 Gêneros de imagem como contextualização semiótica

A capa desta manchete foi inspirada na capa da revista *Newsweek*⁹, publicada em outubro de 2011, a qual estampa o rosto de Muammar Mohammed Abu Minyar al-GADDAFI (1942-2011), ditador líbio que combinava nacionalismo extremado com radicalismo religioso, defendendo um socialismo islâmico, linchado e morto em 2011, durante a Primavera Árabe.

Analisando um pouco mais de perto, relacionando o contexto em que a capa foi publicada, podemos perceber que a tinta do rosto e do fundo está escorrendo, como se alguém realmente estivesse “lavando” o rosto de Lula, (na tinta preta), mas além do rosto do ex-presidente, o próprio plano de fundo também está sendo “lavado” a capa como um todo está dentro desse contexto. Semioticamente falando, Lula está sendo abluído e todo seu partido também.

Outro ponto de vista, relacionado a capa da *Newsweek*, a imagem pode ser compreendida como sendo um incentivo ao linchamento de Lula. Como se a cabeça houvesse sido decapitada e estivesse escorrendo sangue da mesma. Podemos aplicar dois grandes semiólogos à essa capa, Charles Sanders Peirce, e Mikhail Bakhtin.

Começando por Peirce, na primeiridade, o elemento predominante seria a cor vermelha, com um rosto preto no meio, que pode ser até mesmo confundido com o quadro mais famoso de Che Guevara, onde ele está olhando para o horizonte, em seu rosto desenhado com traços pretos e fundo vermelho. Nessa arte a maneira como a mensagem chega, uma revista praticamente toda vermelha.

Na secundidade, o receptor da mensagem percebe que se trata do rosto do ex-presidente Lula, cujo a cor do seu partido (Partido dos Trabalhadores) é vermelha, bem como a cor do comunismo e socialismo.

Na terceiridade é a etapa onde o leitor percebe o que a capa quer dizer, sem precisar dizer nada. Nesse momento analisamos a interação de um elemento com o outro e com a sociedade, partindo do pressuposto de que para compreender um signo, outro signo se faz necessário a fim de encontrar uma significação para o primeiro. Afinal, de acordo com Bakhtin (2014), “[...] compreender um signo consiste em aproximar o signo

⁹ Newsweek: revista de notícias semanal estadunidense, criada em fevereiro de 1933, publicada na cidade de New York e distribuída nacional e internacionalmente. Atualmente é a segunda maior revista semanal do país, atrás apenas da revista TIME em circulação e ganhos com publicidade - <https://pt.wikipedia.org/wiki/Newsweek>

apreendido de outros signos já conhecidos; em termos, a compreensão é uma resposta a um signo por meio de signos”, (BAKHTIN, 2014, p.34).

A característica principal dessa primeira análise, no ponto de vista de que o rosto está passando por uma “lavagem”, é a relação com os escândalos da Lava-jato. Como se seu rosto, a sua imagem e até mesmo seu próprio partido estivessem sendo depurados, acabando aos poucos.

E com a interpretação de que o rosto está ensanguentado, assim como o da revista estadunidense, a característica principal é a relação da personalidade, e dos conceitos políticos de socialismo e comunismo -como parte da oposição adora confundir-. Assim sendo, a imagem associa o ex-presidente a uma personalidade má, e ainda incita o ódio contra o partido, como já é de costume da revista, dada à situação em que Lula se encontrava, sendo visto como “líder de diversos esquemas de corrupção”.

2.4 Linha criativa adotada para associação entre texto e imagem

Atualmente, os meios de comunicação predominam a linguagem visual. A verbal possui, apenas, uma função de acréscimo na maioria das ocorrências. A edição 2496, *Prenda-me se for capaz*, não só evidencia isso como não traz texto algum que apoie a imagem. A não ser o próprio nome da revista, os dados da edição e uma breve manchete de uma fatalidade ocorrida no mesmo período de veiculação da referida edição.

A ausência de um texto de apoio justifica-se pela composição da imagem da capa, onde traz um vermelho que o dado contexto social já o traduz, seguido do rosto do então ex-presidente Lula que parece estar “escorrendo”. Levando em conta o momento da matéria, ficava evidente sua ligação com a operação policial “Lava-jato”.

Já na edição 2590, *“As Fake News que Matam”*, o título também surge como um acréscimo a imagem principal da capa. A ilustração do personagem infantil Pinóquio, famoso por seu nariz crescer, esticar-se, cada vez que ele mente, conecta-se diretamente com o próprio título. Outra evidente ligação com o sentido de morte está no explícito sangue vermelho, fazendo alusão às mortes causadas pelas falsas informações.

Além da conexão entre o personagem e o título, muito embora Pinóquio seja de fato um boneco de madeira, pode-se compreender, dentro do contexto cultural o qual estamos inseridos, a expressão *“cara de pau”*, cuja a qual denota alguém que age ou fala em dissimulação, diz a mentira como se fosse verdade.

2.5 Simbologia das cores

O homem reage às cores subordinado por suas influências culturais. O impacto produzido pela cor, não sofre as barreiras impostas pela língua. E os costumes sociais são fatores que intervêm nas escolhas das cores.

Por isso na edição 2496 a cor vermelha, estampada de ponta a ponta da capa, junto com o retrato, já deixa evidente a identificação do tema principal da manchete sem a necessidade de qualquer título. Mesmo que ainda de primeira mão não se conheça com exatidão qual será o texto adotado, já é possível observar o tema a ser abordado. Pois, nesse caso, ademais o retrato, a cor vermelha já é socialmente associada a um posicionamento político no Brasil, país de circulação da revista.

A edição 2590 é composta por mais cores, mesmo que não tão marcantes. O personagem supracitado veste branco, cor essa já associada a área médica, não apenas no país de circulação da revista, mas já culturalmente reconhecida pelo mundo. Mas essa identificação não se dá apenas pela roupa ser branca. Apenas isso seria insuficiente para a tal associação, por isso, outro símbolo reconhecido no mundo todo. A cruz vermelha compõe a arte por completo, pois mesmo que não estivesse escrito “Dr.”, ficaria evidente a intenção de representar alguma pessoa do meio clínico/médico.

Considerações finais

Os objetos em análise, foram selecionados devido à obsessão da revista em manipular, difamar e veicular notícias falsas. Atitude essa, que levou a editora ao prejuízo, gerando corte agressivo de funcionários, liquidação de ativos e fechamento de publicações.

As capas selecionadas foram analisadas ainda antes de dar início ao trabalho, para guiar quais os signos semióticos que eram possíveis de se reconhecer e quais teorias melhor se aplicavam aos mesmos. Além disso, fez-se necessário, uma pesquisa histórica para nos habituarmos ao contexto em que tais foram publicadas, através de sites linkados nas referências, como o periódico estadunidense *Newsweek* e a própria *Veja*.

Para o embasamento teórico, utilizamos conteúdos ministrados na disciplina de Semiótica, ministrada pela Profa. Ma. Jozieli Cardenal, orientadora do trabalho, e também

livros referenciados e indicados pela mesma, tais como “*Marxismo e Filosofia da Linguagem*” de Bakhtin e “*Psicodinâmica das cores em Comunicação*” de Farina, Perez e Bastos.

Os teóricos que mais abrangeram nossas perspectivas da análise, foram Mikhail Bakhtin e Charles S. Peirce, a partir dos quais foram observadas as relações de signo e construção simbólica de sentido, considerando a interação entre o signo-objeto e a consciência do interpretante, especialmente no que refere-se à tricotomia proposta por Peirce.

Diante do que foi discutido e analisado, nota-se que ambas as capas se relacionam por algo muito comum da revista: a obsessão pelo PT e a clara decisão por ignorar certos fatos que abrangem determinado assunto em alta. Uma capa atacando o ex-presidente deliberadamente, comparando-o a Gaddafi, utilizando-se de uma arte criada pelo periódico norte-americano e cores vibrantes, que já são associadas ao ex-presidente e seu partido e, principalmente, às suas ideologias. E em outra capa, ignorando o principal fator pelo qual as *fake news* estavam sendo tão comentadas no contexto, para não atacar o presidenciável e atual presidente, através de uma ilustração que guia a consciência a entender que a revista abordaria o tema de saúde e não de política, além de elementos textuais fortes como a palavra “matar” em seu indicativo do presente.

Conclui-se, então, que apesar da credibilidade, tempo no mercado e responsabilidade financeira, não se pode deixar guiar pelo que os meios de comunicação veiculam e, portanto, não podemos ignorar os fatos que estão ocorrendo e o contexto em que estamos inseridos ao ler uma notícia, uma revista ou receber qualquer tipo de informação em nossa consciência. Devemos, como diz Santaella (1983, p.51), “interpor uma camada interpretativa entre a consciência e o que é percebido”.

Referências

A Perverse Nostalgia for Gaddafi Takes Hold in the West – Newsweek. Disponível em <https://www.newsweek.com/perverse-nostalgia-gaddafi-takes-hold-west-63137>. Acessado em: 9 de abril de 2019.

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem** - São Paulo: 16ª ed. HUCITEC, 2014.

BRONZATTO, T. **Lula e a Lava-Jato: Prenda-me se for Capaz** – VEJA. Disponível em <https://veja.abril.com.br/brasil/lula-e-a-lava-jato-prenda-me-se-for-capaz/>. Acessado em: 10 de abril de 2019.

ENRIQUEZ, M. **Fake News e Processos Contra a Veja Ajudam a Cavar Prejuízo de R\$ 768 Milhões da Editora Abril** - Diário do Centro do Mundo. Disponível em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/fake-news-e-processos-contra-a-veja-ajudam-a-cavar-prejuizo-de-r-768-milhoes-da-editora-abril-por-miguel-enriquez/>. Acessado em: 10 de abril de 2019.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação** - 5ª Edição revista e ampliada, 2006.

Golpista Veja Exige a Cabeça de Lula - Diário Causa Operaria. Disponível em <https://www.causaoperaria.org.br/acervo/blog/2016/09/19/golpista-veja-exige-a-cabeça-de-lula/#.XK4w69jQjIV> Acessado em: 10 de abril de 2019.

Muammar Kadafi – Só História. Disponível em <https://www.sohistoria.com.br/biografias/kadafi/>. Acessado em: 10 de abril de 2019.

Para Atacar Lula, Veja Copia Capa da Newsweek Sobre Morte de Gadaffi – Revista Fórum. Disponível em <https://www.revistaforum.com.br/para-atacar-lula-veja-copia-capa-da-newsweek-sobre-morte-de-gadaffi/>. Acessado em: 10 de abril de 2019.

SANTAELLA, L. **O que é Semiótica** - 1ª ed.. São Paulo: Brasiliense, 1983.

TOMAZ JR, R. **Capa da Veja é Fascista e Incita Ódio, além de ser um Plágio Mal Feito** - PT na Câmara. Disponível em <https://ptnacamara.org.br/portal/2016/09/22/capa-da-veja-e-fascista-e-incita-o-odio-alem-de-ser-um-plagio-mal-feito/> Acessado em: 10 de abril de 2019.

Veja Induz Linchamento de Lula - Blog A Justiceira de Esquerda. Disponível em <http://ajusticeiradeesquerda.blogspot.com/2016/09/veja-induz-linchamento-de-lula.html>. Acessado em: 10 de abril de 2019.