

“Imagens ordinárias” como signos eloqüentes - sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas*

Ana Cristina Teodoro da Silva

Doutora em História pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP-Assis). Professora do Departamento de Fundamentos da Educação da Universidade Estadual de Maringá. Autora de, entre outros livros, *Iniciação à ciência e à pesquisa*. Maringá: Eduem, 2005. actsilva@uem.br

RESUMO

O texto tem como objetivo explicitar alguns passos metodológicos utilizados no diálogo com um tipo particular de imagens: as capas de revistas contemporâneas. Nomearei as características que encontrei nas capas das revistas citadas e que são, ao mesmo tempo, sugestões metodológicas, como: seriação; periodicidade; justaposição de linguagens; recepção e figuras de linguagem. Espera-se contribuir para mostrar complexidades das “imagens ordinárias”, vendidas, “fáceis” além de comuns e de grande aceitação. O texto tem como base pesquisa feita com as revistas *Manchete*, *Veja* e *Isto É Senhor* nos anos de 1968, 1969 e 1989.

PALAVRAS-CHAVE: imagem; metodologia; comunicação; revista.

ABSTRACT

Methodological steps will be indicated on dialogue with a kind of pictures: contemporaries' magazine covers. The characteristics met on these pictures are, in the same time, methodological suggests and signs of a particular and actual picture, fragmented, “hyper-languaged”. It contributes to show the complexity of “ordinary pictures”, easies, commons, very well accepted. This article results of a bigger research made with important Brazilians magazines (*Manchete*, *Veja* and *Isto É Senhor*) comparing the late 60's to the late 80's.

KEY WORDS: picture; methodology; communication; magazine.

* Uma versão oral desse texto foi apresentado na mesa redonda “Estudos da imagem: tendências atuais”, no I Encontro Nacional de Estudos da Imagem, UEL, em 14 de maio de 2007.

“Imagens ordinárias” como signos eloqüentes - sistematização metodológica para a interpretação de capas de revistas

Algumas idéias vieram a mente ao pensar em qual seria minha contribuição para os debates sobre as imagens na história. O conjunto das publicações da revista certamente produzem uma síntese do estado atual dos estudos com imagens no campo da história, assim como ocorreu no Encontro Nacional do qual fizemos parte. É fundamental para o conhecimento o pertencimento a um grupo que se dedica a uma questão comum, com suas diferenças, divergências e proximidades. Sentindo-me **compreendida**, conteúdo do continente oportunizado pelo grupo e suas produções, tento sistematizar alguns passos metodológicos que utilizei no diálogo com um tipo particular de imagens: as capas de revistas contemporâneas, com isso inserindo-me no campo dos estudiosos da imagem pela via das produções da imprensa contemporânea.

Atualmente estudo a contribuição da semiótica de Charles Sanders Peirce à história e à educação, tal preocupação é fruto das inquietações teóricas e metodológicas do trabalho com a fonte imagética. O interesse pelas imagens especificamente foi despertado ao investigar as representações da juventude na imprensa contemporânea.¹ A importância da atenção ao visual é flagrante, o cuidado e a ciência que a chamada grande imprensa despense às suas imagens é significativo.

Em outra etapa, estudei as revistas *Manchete*, *Veja* e *Isto É Senhor* dos finais das décadas de 1960 e 1980, períodos respectivamente de aprofundamento da ditadura militar com a imposição do Ato Institucional n. 5 (1968/1969) e da primeira eleição ‘democrática’ para presidente da república após a ditadura (1989). Foram trabalhados editoriais, cartas dos leitores e alguns números inteiros – como as edições especiais que visavam resumir períodos, mas, sobretudo, foram trabalhadas as capas.²

Parto da premissa que nós pesquisadores somos sedentos por sistematizações metodológicas ao lidarmos com uma fonte desafiante. E penso que marcar proximidades e diferenças entre representantes do imenso conjunto de fontes e objetos que denominamos “imagens” pode ser proveitoso. Nomearei as características que encontrei nas capas das revistas citadas e que exporei aqui como: seriação; periodicidade; justaposição de linguagens; recepção e figuras de linguagem. Tais características não são exclusivas às capas de revistas, não foram por elas criadas, não as esgotam enquanto fonte, porém entendo que dispõem possibilidades de interpretação a essas imagens – quem sabe também a algumas outras.

¹ SILVA, Ana Cristina Teodoro da. *Juventude de papel: representação juvenil na imprensa*. Maringá: Eduem, 1999.

² SILVA, Ana Cristina Teodoro da. *O tempo e as imagens de mídia: capas de revistas como signos de um olhar contemporâneo*. Assis, 2002. 240p. Tese (Doutorado em História) - Universidade Estadual Paulista.

Seriação

As imagens corriqueiras são bastante interessantes. Álbuns de figurinhas, calendários, filmes classe "C", retratos e milhares outros são oráculos, guardam algum mito, inspiram perguntar por que são tão bem sucedidos enquanto fenômeno comunicativo, porque perduram, de onde vieram, qual sua história. Clichês, redundâncias, repetições sem fim dos mesmos temas, posturas corporais, naturezas mortas ou paisagens. Trabalhar com a grande imprensa, boa parte das vezes, não significa lidar com imagens singulares, fantásticas ou criativas, muitas vezes significa lidar com "mais do mesmo".

É sem dúvida fundamental procurar o diferente, o que escapa à ordem, aquele arranjo imagético criativo ou mesmo original que ora ou outra aparece na imprensa. Porém o que quero destacar nesse momento são as repetições, é a eloquência das repetições. Para quem trabalha com grande imprensa, quantificar e seriar conjuntos de imagens pode

gerar bons resultados. Quando trabalhei com os cadernos para jovens da *Folha de S. Paulo*, percebi em certo momento que poderia estabelecer uma ordem àquele material separando-os por temáticas que tivessem destaque, assim surgiu a seqüência argumentativa do trabalho.

Com as capas de revistas não foi diferente. Alguns bons dados surgiram quando, por exemplo, juntei o conjunto de reproduções das 104 capas da revista *Manchete* relativas aos anos de 1968 e 1969. Como imagem principal, a absoluta maioria das capas trazia uma personalidade, sorrindo, feliz e bonita. A maioria mulheres, com destaque à vida em família de casais famosos. Simbolizando essa tendência, Sofia Loren aparece sozinha, bela, jovem, em recatada sensualidade. Mais tarde, casa-se, foto na capa; pouco depois, com o filho recém-nascido em outra capa. O conjunto tem a dizer sobre os papéis atribuídos a homens e mulheres, sobre os valores atribuídos a certo tipo de família, sobre ideais de juventude, beleza e felicidade que



certamente fazem parte do imaginário do público leitor.

Lidar com grande imprensa é lidar com estereótipos, representados pelo que gosto de chamar “imagens ordinárias”, que se repetem, fornecem capital imagético cotidianamente, fazendo-nos pensar nos limites e interseções entre construção do imaginário e ideologia. Para encerrar esse tópico, enfatizo que tais discursos tornam-se mais evidentes quando arranjamos as imagens em séries para que as repetições sejam evidenciadas.

É divertido quando grandes revistas produzem o mesmo arranjo para o mesmo tema na mesma semana! Como exemplo, cito as capas que representaram o segundo turno das eleições presidenciais de 1989: Lula e Collor de perfil, mudando apenas a posição, na *Veja* (Collor à esquerda) e *Isto É Senhor* (Lula à esquerda). Outro exemplo, a representação da morte de Frank Sinatra, ambas revistas com close em preto e branco do cantor, apenas os olhos em azul céu, a homenagear “the blue eyes”. Podemos imaginar os egos feridos dos editores ao constatarem o concorrente com a mesma idéia. Para nós, transparece nessas ocasiões como as capas trabalham em limites estreitos, utilizando clichês comunicativos.

Periodização

Outra característica das imagens da imprensa é terem, como a própria imprensa, periodicidade. No caso das capas de revistas, são imagens pensadas para representar a semana e para durar uma semana, após o que se transformam em revista velha – ou fonte para pesquisadores. O tempo de execução é curto, alguns dias, algumas horas, a imagem central pode ser decisão

instantânea de um editor. O seu fazer é marcado pelo imediato. Signos envoltos em um contexto político, econômico, cultural, tecnológico, empresarial, com hora marcada para sair, expectativas para atender, prazo de duração determinado.

Essa temporalidade ordenada, mensurável, gera um efeito narrativo na sucessão das edições. Alguns eventos são acompanhados desde a sua expectativa inicial, seu desenrolar, conclusão e balanço final. Como exemplo, uma eleição presidencial. As capas das revistas *Veja* e *Isto É Senhor* de 1989, se vistas em seu conjunto e em seqüência, mostram como as eleições foram a pauta privilegiada do ano, qual o ângulo de abordagem de cada revista, os grandes lances que envolveram a disputa.

Suponho que essa seqüência ordenadora e diretiva é um dos elementos constitutivos das explicações que cada leitor dará àquela experiência que é testemunho. Não resisto à tentação (palavra bem apropriada) de usar um exemplo atual: a visita do Papa (estamos em maio de 2007). O *Jornal Nacional* prepara essa visita há meses, com inserções intercaladas da história de Bento XVI e dos papas em geral. Nas últimas semanas, a comparação com João Paulo II foi flagrante, matérias sucessivas de um e outro induziam à associação entre ambos. Uma leitura possível: ambos são papas, ambos são pedros. Com isso, procurou-se reprisar as visitas bem-sucedidas - da perspectiva da Igreja - de João Paulo II ao Brasil, associando o imaginário criado de simpatia, simplicidade, de condutor de ovelhas do “santo” Papa à imagem do papa atual, que carece de tais qualificativos. Esse esforço não apareceu em apenas uma reportagem, certamente foi fruto de reflexão editorial que determinou uma seqüência de matérias em dias sucessivos, bem como a seqüência de certas matérias dentro do

próprio jornal. Até a discussão sobre o aborto, em pauta no Congresso, foi utilizada.

Nesse caso, diferentemente da repetição de estereótipos exemplificada no item anterior, cada cena evolui para outra, para outra etapa, em direção a um ápice, como uma novela, marcando uma sucessão de eventos. Outros exemplos do mesmo procedimento: eleições; copas do mundo de futebol, o panamericano.

Na exposição oral exemplifiquei com a "corrida espacial" de 1969. A revista *Veja* produziu sete capas entre dezembro de 1968 e julho de 1969. Na primeira, ainda em dezembro, lembra que é natal na Terra e no espaço. Na segunda, em janeiro, pergunta "quem chega antes?" à Lua, Marte e Vênus – já que havia uma disputa entre Estados Unidos e União Soviética pelo domínio do espaço, com todos os contornos da guerra fria. Em março, divulga-se foto espacial do Brasil e pergunta-se como o "país do futuro pode chegar ao futuro".

Finalmente em julho, após período de preparação e expectativa, capa com o astronauta se vestindo para ir à Lua. Em "edição histórica", uma foto desfocada pretende documentar que "chegaram"! É o ápice da odisséia. Porém, já na outra semana, close em um Armstrong de cara feia a perguntar "que ganhamos com a lua?", usando um capacete que faz menção ao Vietnã, Honduras, aos concursos de misses e outras questões em ebulição no período.

Enfim, é interessante notar no conjunto das fontes, temas que são "pautas marcadas" pelas editoriais dos meios, seja por interesses políticos, mercadológicos ou de auto-promoção. Evidenciar as seqüências temáticas nas capas auxilia a compreensão da proposta editorial do meio ou dos acordos que o meio faz com anunciantes ou outros grupos de poder. A capa é a "cara da revista",

é diferente de matérias assinadas, é editorial evidente, que utiliza todos os recursos possíveis de criatividade, explora o retângulo da revista; é associação do estampado em capa com a própria revista, é aparência, imagem de capa e imagem da revista confundem-se.

Justaposição de linguagens

Não há uma ordem de importância nas características das imagens de capas que arrola, porém essa seqüência veio a calhar, pois acabei de colocar a exploração do retângulo do suporte físico da revista pelos executores das capas. Para o preenchimento do retângulo, diversas linguagens são pensadas, justapostas no mesmo espaço ou disputando esse espaço.

Assim tem-se, a maioria das vezes, o código fotográfico em uma imagem central. Um recurso comum é utilizar uma seqüência de fotografias, o "cineminha", contando uma história. Na absoluta maioria das vezes uma manchete ou legendas – linguagem verbal – compõem o discurso induzindo determinada interpretação, então, já não se trata de fotografia apenas, mas de fotografia com legenda. Outras chamadas de capa, de número variável, são perfiladas usualmente nas laterais da capa; mais tirinhas como lembretes aparecem transversalmente nos cantinhos superiores ou em filetes acima ou abaixo nas capas. Soma-se a isso o próprio "logo" da revista, sempre o mesmo, procurando manter certa tradição.

Inerente às linguagens visual e verbal, a escolha do tipo de letra, a composição do arranjo, o brilho, o contraste. Fundamentalmente as cores da fotografia, dos desenhos, do nome da revista, do fundo da capa; fundamentalmente os corpos,

presentes na ampla maioria das capas analisadas, com seus gestos e poses, com suas máscaras e disfarces.

Tal justaposição característica das capas de revista, não permite falar apenas em fotografia ou apenas na manchete ou apenas nas cores, já que uma interfere na outra determinando sentidos da leitura no conjunto. Tais justaposições ocorrem simultaneamente, novamente o tempo. A temporalidade de leitura pode ser um “ao mesmo tempo”: manchete, imagem, legenda, cor, gesto, associados em um instante, pelo menos em um tempo curto. Aquele retângulo pulsa como um todo, e cada parte atrai o olhar, quer ser um retângulo sedutor pelo conjunto e pelas partes.

É também característico da atualidade, como vemos não apenas em capas de revistas mas nas páginas da *internet*, nos *outdoors*, nos jogos eletrônicos, na linguagem cinematográfica de Hollywood: velozes, do olhar excitado, rápido, de quem passa apressado, o inverso da contemplação. Desde o estudo das representações juvenis na imprensa percebo que contemplar um anúncio publicitário é uma heresia, ninguém pára em frente a um *outdoor*, mas se parasse, romperia uma relação pré-concebida e produziria uma leitura inesperada.

O ritmo dos anúncios, das capas das revistas nos cartazes pregados nas bancas enquanto passamos apressadas; do trailer estonteante do Matrix. É esse o exemplo que gostaria de trazer para esse tópico.

Recepção

O público da capa da revista é bem mais amplo do que o público da revista, pois a capa é divulgada em cartazes afixados nas bancas de jornais, rodoviárias, aeroportos,

reproduzida em *outdoors* e outras revistas do mesmo grupo editorial, eventualmente na televisão, assim como, é claro, onde a própria revista está exposta, em caixas de supermercados e consultórios médicos. A capa deve ser o chamariz do leitor; e, como peça publicitária, chamariz do consumidor.

Para ter o olhar sugado por uma revista de sucesso mercadológico, portanto, não é necessário ser assinante da revista nem decidir comprá-la. Sintomaticamente os publicitários tapam a capa da revista do assinante com outros anúncios, o assinante já está capturado.

Talvez uma das mais interessantes características para se pensar a recepção das capas de revistas da grande imprensa seja interrogá-las como instrumento de auto-promoção, como embalagem de um produto, peças que usam da persuasão para vender um produto, para convencer sobre determinado ponto de vista.

Os institutos que esquadrinham a circulação e o potencial publicitário da mídia elaboram pesquisas sobre os hábitos dos leitores que contém dados sobre onde mais se lê a revista: na sala, no quarto, no banheiro, na espera do dentista; até como se lê, do começo ao fim, abrindo ao meio, aleatoriamente. Tais pesquisas indicam os espaços privilegiados para cada tipo e intenção de anúncio.

As capas e as revistas, no entanto, não são apenas ideologia. Elas têm algo do leitor, já que há uma obsessão constante de seus produtores em procurar dados da recepção, em catalogar perfis e hábitos, o leitor incomoda - a leitura não é acomodada! Capas e revistas também não são representações puras do imaginário. É na tensão entre o imaginário e a ideologia que se situam, e a recepção é uma via flexível, aberta; da perspectiva da revista, a leitura é alvo de

constante preocupação, sinal que não há uma ideologia totalitária.

Por fim, a recepção da capa, mais fluida que a recepção da revista, é campo onde a ideologia se espalha, se confunde. Simultaneamente, a capa tem algo do grupo que tem seu olhar atraído àquela revista, sendo também representativa de imaginários. Em que público se pensa ao produzir a capa? Como seus produtores imaginam o público? São perguntas encaminhadoras.

Figuras de linguagem

Outra característica das imagens de capa de revista é a utilização de figuras de linguagem, que aparecem ou na própria imagem central; ou na interlocução entre legenda e imagem ou no título central.

No que diz respeito à composição de imagens, são frequentes as hipérboles, os eufemismos, as ironias e as metáforas. A *Isto É Senhor*, em 1989, utilizava charges dos candidatos à sucessão presidencial vestidos de atletas, um tanto desengonçados, e disputando uma corrida, a "corrida eleitoral". A *Manchete*, na década de 1960, utilizava frequentemente a hipérbole nos títulos verbais, com abusos de adjetivos e superlativos. A ironia comparecia em maior grau nas capas da *Veja*, no mesmo período.

No exemplo a seguir, a metáfora presente na imagem, o mapa do Brasil é poça de água em um ladrilho. Na manchete, ironia, "ninguém segura esse país", jargão militar que, nessa capa de 1989, significa um o país esvaindo-se pelo ralo.



A identificação das figuras de linguagem nas imagens remete-nos ao complexo da retórica, que sugere reflexões oportunas para quem trabalha com imprensa, em todas as suas modalidades textuais (verbais, visuais, na diagramação, destacadamente na publicidade).

Assim encerro esse texto esperando ter sido capaz de indicar proximidades e distâncias entre as imagens compostas em capas de revistas e outras imagens, ao sugerir reflexões metodológicas que auxiliam a significar nexos históricos, a tornar visível a historicidade da fonte.

Espero ainda ter contribuído para mostrar complexidades das que chamo "imagens ordinárias", safadas, vendidas, comuns, mas de grande aceitação, "fáceis", com aquele óbvio que confunde, encabula e constrange, em sua simplicidade.

