

VIII SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

29 a 30 de Novembro de 2018

SENTIDO E SIGNIFICADO NAS CAPAS DA REVISTA *VEJA!*: UM ESTUDO SÓCIO-HISTÓRICO

Gustavo Pichinin Rodrigues (PIBIC – AFIS, Fundação Araucária, Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá - UEM, Maringá - PR, Brasil); Dr. Álvaro Marcel Palomo Alves, (Departamento de Psicologia, Universidade Estadual de Maringá - UEM, Maringá - PR, Brasil).

contato: ra100033@uem.br

Palavras-chave: Mídia. Alienação. Ideologia. Marxismo. Psicologia sócio-histórica.

Na contemporaneidade é mister o papel exercido pela mídia como um influente meio de informação nas relações sociais. O grande impasse é quando empresas encarregadas dessa comunicação acabam por distorcer informações para defender interesses econômicos e políticos, gerando assim alienação e não cumprindo o seu papel informativo. Essa pesquisa analisou, por uma perspectiva sócio-histórica, as representações e conteúdos contidos em capas da revista *Veja!*, publicadas no ano de 2016. Visamos contribuir, de maneira crítica, para a compreensão do processo de impeachment sofrido pela então presidente Dilma Rousseff e a participação dos meios de comunicação – em especial a mídia impressa - na formação da opinião pública sobre o processo. A pesquisa apresenta ainda argumentos que auxiliam na contestação do mito da democratização das mídias, visto que a relação mídia-consumidor pode ter se modificado várias vezes em sua existência no decorrer da história do Brasil, mas não em sua essência ideológica parcial e antidemocrática. Referindo-se ao embasamento teórico-metodológico dessa pesquisa, partimos do método materialista histórico dialético e da Psicologia Sócio Histórica. Os resultados foram agrupados de acordo com técnica de construção da informação e se dividiram em pré-indicadores, indicadores e núcleos de significação. Os núcleos construídos foram “Ideologia e emoção” e “Entre heróis e vilões, perde o Brasil”. Os resultados apontam para a dimensão ideológica e apelativa dos conteúdos das capas, visando encobrir os interesses das elites na manutenção dos seus lucros.

A Psicologia Sócio-Histórica, muito influenciada pela Psicologia Histórico-Cultural de Vigotski, procura sempre investigar o caráter processual do fenômeno psíquico e não o próprio objeto isolado. Leva em consideração a relação dialética do ser com o social e com a sua história, sendo esse ser: único, particular e universal. “Portanto, para a Psicologia Sócio-histórica, falar do fenômeno psicológico é obrigatoriamente falar da sociedade. Falar da subjetividade humana é falar da objetividade em que vivem os homens.” (BOCK, 2007, p. 22). Tendo como objeto a subjetividade, essa teoria tem a linguagem como mediadora para a

VIII SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

29 a 30 de Novembro de 2018

construção dessa subjetividade. Aguiar (2007, p. 131) comenta que por meio da palavra, podemos apreender os aspectos cognitivos/afetivos/volitivos constitutivos da subjetividade, sem esquecer que tal subjetividade e, portanto, os sentidos produzidos pelos indivíduos são sociais e históricos.

A mídia de massa desenvolve uma série de métodos de controle ideológico para a manutenção da sociedade classista. Nessa temática, o indivíduo, iludido pela falsa concepção de mídia “imparcial” e “neutra”, consome a propagação de informações distorcidas e parciais, que carregam sim um conteúdo ideológico de acordo com o próprio interesse. E esse indivíduo toma aquela parcialidade para si, reproduzindo-a em seu meio. Conde (2009, p. 75) sintetiza bem isso quando afirma que “A suposição de autonomia dos sujeitos frente aos artefatos midiáticos faz acreditar em uma relação de trocas com igualdade de condições, com uma simetria de pares em diálogo que não é verdadeira.”.

A pesquisa visa contribuir, de maneira crítica, para um entendimento por parte da sociedade, da manipulação de informações exercida pelas mídias de massa, em especial pela mídia impressa, além do efeito dessas representações na construção da subjetividade humana. Através da consciência da realidade de uma sociedade classista e capitalista, mostramos como essa instituição, que é a mídia, age para garantir seu lucro e alcançar seus interesses. E como, em nome desses ideais, são capazes de usar até mesmo de apelos emocionais, materializados na produção artística e textual das capas.

Foram utilizados, para levantamento de dados, capas da revista *Veja!*, de criação e circulação nacional, com sede em São Paulo - SP, publicada pela Editora Abril e semanalmente distribuída nas quartas-feiras. As capas escolhidas datam do ano de 2016, ano mesmo do processo de impeachment sofrido pela então presidente Dilma Rousseff. Serão feitas análises e observações sobre capas com conteúdo (artístico e textual) relacionado à temática “política brasileira” (entendendo por essa temática qualquer referência a qualquer pessoa ou fato, assim como a qualquer assunto, que seja interligado à política brasileira) e que trazem consigo características que possam ser problematizadas.

Para analisar, à luz da psicologia sócio histórica, os objetos alvos da pesquisa (no caso, as capas), utilizamos o que Aguiar e Ozella (2006, p.229) chamam de procedimentos através de núcleos de significação. Esse método inicia-se com uma transcrição do material, seguido de leituras “flutuantes” e então “Essas leituras nos permitem destacar e organizar o que chamaríamos de pré-indicadores para a construção dos núcleos futuros” (AGUIAR &

VIII SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

29 a 30 de Novembro de 2018

OZELLA, 2006, p. 230). Após isso, chegamos então aos indicadores e, posteriormente, aos conteúdos temáticos, que, de acordo com os autores (op. cit.) já caracteriza uma fase do processo de análise, mesmo que ainda empírica e não interpretativa, mas que ilumina um início de nuclearização (p. 230). Finalmente, depois desses dois processos, chegamos ao que pode ser considerado, efetivamente, o processo de análise, a passagem do empírico para o interpretativo dentro da pesquisa: o momento da formação e análise dos núcleos de significação. Organizando esses núcleos através de nomeações, de acordo com suas similaridades, complementaridades e contradições

No levantamento de pré-indicadores foram encontradas e analisadas 36 capas relacionadas a política brasileira. Tendo isso em vista, para o levantamento dos indicadores, quatro pontos foram divididos em dois grupos: indicadores recorrentes no período pré-impeachment (generalização e apelo emocional) e indicadores recorrentes no período pós-impeachment (heroísmo e críticas sutis).

Generalização: dualidades ditas opostas (vilão versus mocinho) na concepção dos fatos; apelo ao nacionalismo exacerbado, interligando o amor à pátria ao antilulismo ou antipetismo; generalização de discurso; toda a culpa e responsabilidade da corrupção e de seu efeito é direcionado a um único partido, o PT.

Apelo emocional: O frequente uso da cor vermelha; fogo, inferno e morte, elementos incluídos na arte das capas (interligados sempre a Lula, Dilma ou o PT) para incitar o medo nos leitores.

Heroísmo: A preocupação da revista em sempre apresentar a operação Lava Jato como forte e imparcial; O “herói Moro”, ou seja, Sérgio Moro sempre tido como herói nacional.

Críticas Sutas: mudança estrutural das capas após o impeachment, apresentando-se mais coerentes, sérias e neutras; concordâncias da revista e do governo Temer; Diminuição drástica de capas relacionadas a política, afrouxamento do tema nas publicações semanais, tanto sobre o presidente quanto sobre outros assuntos relacionados.

O primeiro núcleo de significação formado paira pela questão da ideologia ligada à emoção. Mediadores emocionais interligados a algum tipo de ideologia podem auxiliar no controle que essa ideologia propõe, pois atingem o indivíduo de forma subjetiva e particular (crenças, morais, pensamentos). O segundo ponto se volta sob o heroísmo interligado à

VIII SEMINÁRIO DE PRÁTICA DE PESQUISA EM PSICOLOGIA

ISSN: 2317-0018

Universidade Estadual de Maringá

29 a 30 de Novembro de 2018

generalização. Identidades estáticas, que não se modificam, tornam-se vítimas do binarismo e da alienação. Devemos lembrar que *Veja!* é escrita para um público específico e é mantida por uma classe dominante, seu discurso é porta voz dessa classe.

Podemos concluir, então, que a pesquisa e seus dados cumpriram com o objetivo de denunciar informativamente as técnicas antiéticas empregadas pela revista *Veja!*. No intuito de controlar a opinião de seus leitores e alinha-los aos seus próprios interesses. Através do escrito e do artístico de suas capas, a revista e seus editores deixam bem claro o caráter totalmente parcial de sua comunicação, distorcendo os fatos, reforçando ou criando mentiras, criando heróis e vilões da pátria.

Referências

AGUIAR, W. M. J. A pesquisa em psicologia sócio-histórica: contribuições para o debate metodológico. *In: Psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia / Ana Mercês Bahia Bock, Maria da Graça Marchina Gonçalves, Odair Furtado (orgs.). 3ª edição. São Paulo : Cortez. p. 129-140. 2007.*

AGUIAR, W. M. J. ; OZELLA, S. Núcleos de significação como instrumento para a apreensão da constituição dos sentidos. **Psicologia ciência e profissão**, Brasília, v. 26, n. 2, jun. p. 222-245. 2010.

BOCK, A. M. B. A psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia. *In: Psicologia sócio-histórica: uma perspectiva crítica em psicologia / Ana Mercês Bahia Bock, Maria da Graça Marchina Gonçalves, Odair Furtado (orgs.). 3ª edição. São Paulo : Cortez. p. 15-36. 2007.*

CONDE, D. L. G. A produção dos sujeitos: a tensão entre cidadania e alienação. *In: CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Mídia e psicologia**: produção de subjetividade e coletividade. 2ª edição. / Conselho Federal de Psicologia. – Brasília: Conselho Federal de Psicologia. p. 73-80. 2009.*