V ENCONTRO NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA
30 ANOS DA CONSTITUIÇÃO CIDADÃ
Recife-Pernambuco-2018

50 anos da Veja: os enunciados que contam a sua história[1]

Talita Rampazzo Diniz[2]
Centro Universitário UniFBV Wyden, Recife, PE

Resumo

No trabalho serão recuperados enunciados divulgados pela revista Veja ao falar sobre si ao longo de seus 50 anos com o objetivo de fazer uma breve arqueologia do discurso da história da principal revista semanal brasileira. Consoante a isso, serão feitas reflexões sobre como os dizeres da publicação interferem no entendimento sobre o jornalismo no país, interferindo em sua historiografia.

Palavras-chave: Veja; Enunciados; Arqueologia; Historiografia do jornalismo brasileiro.

Introdução

Em 11 de setembro de 2018, a revista semanal de informação Veja, a primeira do gênero no país, comemora 50 anos de circulação ininterrupta. Ao longo dessas cinco décadas, conseguiu consolidar o seu projeto comercial, mantendo suas edições com grandes tiragens; e editorial, neste caso, promovendo alterações significativas em sua linha de atuação, seja para demarcar posições ideológicas, seja para ampliar o seu alcance frente às mudanças da sociedade e da comunicação.

Segundo a PubliAbril[3], com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), a circulação total da revista em 2017 foi de mais de 1,2 milhão, sendo 1,1 milhão de assinaturas. A estimativa é que ela seja lida nos meios impresso e digital por mais de 6 milhões de pessoas todas as semanas, número que a coloca na segunda posição mundial, atrás somente da norte-americana Time, e com 80% do *share* de participação no mercado nacional, dentre as revistas com mesma proposta. Ainda, de acordo com o balanço feito no ano passado, a sua audiência foi de 16 milhões de seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram) e de 25 milhões de usuários únicos em seu portal veja.com. A performance foi externada a seu público na metade do ano de 2017 na Carta ao Leitor da

[1] Trabalho apresentado no GT Historiografia da Mídia integrante do 5º Encontro Nordeste de História da Mídia.

[2] Professora UniFBV. Doutora em Comunicação pela UFPE. E-mail: talitarampazzo@gmail.com.

[3] As informações podem ser consultadas em: <http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja>. Acesso em: 11 abr.2018.

edição de 16 de junho, quando também foi destacado o aumento de 8% na circulação em comparação a 2016.

Embora esse crescimento necessariamente não signifique uma ampliação de receita com as assinaturas, pois o valor cobrado pela assinatura digital no pacote anual é em torno de 40% menor que o pacote da edição impressa, que tem como bônus o acesso ao conteúdo digital; ele é significativo, principalmente pelo uso discursivo feito pela publicação.

Em um momento de circulação de *fake news*, de crise no modelo de negócio das mídias tradicionais, de muitas de críticas e questionamentos ao jornalismo praticado, em grande parte resultado do confronto das posições políticas circulantes, estar numericamente à frente de seus concorrentes traz à Veja a possibilidade de reforçar a sua autoimagem de uma publicação forte, de qualidade superior às demais, firme em seus propósitos, reconhecida pela população.

Nos seus 50 anos, ela não deixou de exaltar as suas qualidades. Oportunamente na Carta ao Leitor, na Carta do Editor e em edições especiais, como de aniversário e de retrospectivas, textos veiculados aos seus leitores trouxeram enunciados que valorizaram o seu trabalho, antes mesmo da garantia de seu sucesso, como ocorreu em seu primeiro número, até hoje retomado com orgulho pela publicação.

Ao longo deste texto, será feita uma breve arqueologia de linha foucaultiana desses dizeres enaltecedores da Veja sobre si mesma com o objetivo de apontar como eles foram sendo construídos de forma a fortalecer a enunciação e a imagem da revista, que certamente interferiu e continua interferindo no modo como os brasileiros - pelo menos a parcela mais elitizada e letrada - compreende o jornalismo.

De acordo com Foucault, à arqueologia interessa investigar as processualidades, dando visibilidade a como coisas que pareciam sempre ter estado “aí” estavam envolvidas em uma sucessão de acontecimentos para continuar existindo. O termo arqueologia é utilizado, dentre outras razões, pelo seu significado variante. Em grego, “arché” significa começo. Em francês, é utilizado também como “arquivo”.

É importante indicar que a Veja é um dos objetos mais estudados por pesquisadores de jornalismo no Brasil, sendo recorrentes, por exemplo, análises, com uso de diferentes metodologias, de suas capas e de coberturas sobre temas políticos, assim como de assuntos, muitos dos quais polêmicos, pautados pela agenda pública. Poucas abordagens, contudo, tentam indicar um panorama mais amplo da Veja, dimensionando como ela desenvolveu

mecanismos que, mesmo diante das crises na comunicação, conseguiram consolidá-la com muita força no campo jornalístico nacional.

Em uma interpretação do pensamento bourdiano (2003; 2004), o veículo, pela posição ocupada, detém um capital simbólico que estabelece sentidos sobre o jornalismo no mundo social e, por conseguinte, interfere nos consensos firmados acerca de seus valores. Portanto, compreende-se que a análise da publicação, buscando-se as estratégias criadas por ela para que pudesse ocupar um lugar propício ao exercício da dominação, é uma chave interessante para perceber os meandros da historiografia do jornalismo brasileiros com a análise não de documentos/monumentos, mas com o entendimento de como as relações de força se manifestam por meio de jogos discursivos (FOUCAULT, 1985; 1996; 1999; 2007).

Cabe inserir que a história do jornalismo, e da própria mídia no país, ainda é muito contada com investidas, inegavelmente valiosas pelo grande esforço dedicado à recuperação das informações, que traçam uma cronologia dos fatos importantes aos veículos, mas que muitas vezes são promovem reflexões mais amplas, além da descrição dos fatos.

Ao mesmo tempo, contrariando os primeiros movimentos de investidas científicas da comunicação no país, tem havido na atualidade, segundo Melo (2013), um certo descrédito nas pesquisas acadêmicas da memória da imprensa, como se a sua recuperação não servisse às questões contemporâneas. Contrariando essa tendência, pretende-se, ao longo do texto, reforçar a necessidade de investidas históricas.

Parte dos enunciados e da reflexão teórica presentes neste artigo foram retirados da tese defendida pela autora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE) [4]. Em sua maioria ainda inéditos em eventos acadêmicos, eles serão retomados neste texto com o intuito de apresentar e atualizar as reflexões levantadas nesses 50 anos da revista.

2. O surgimento de Veja

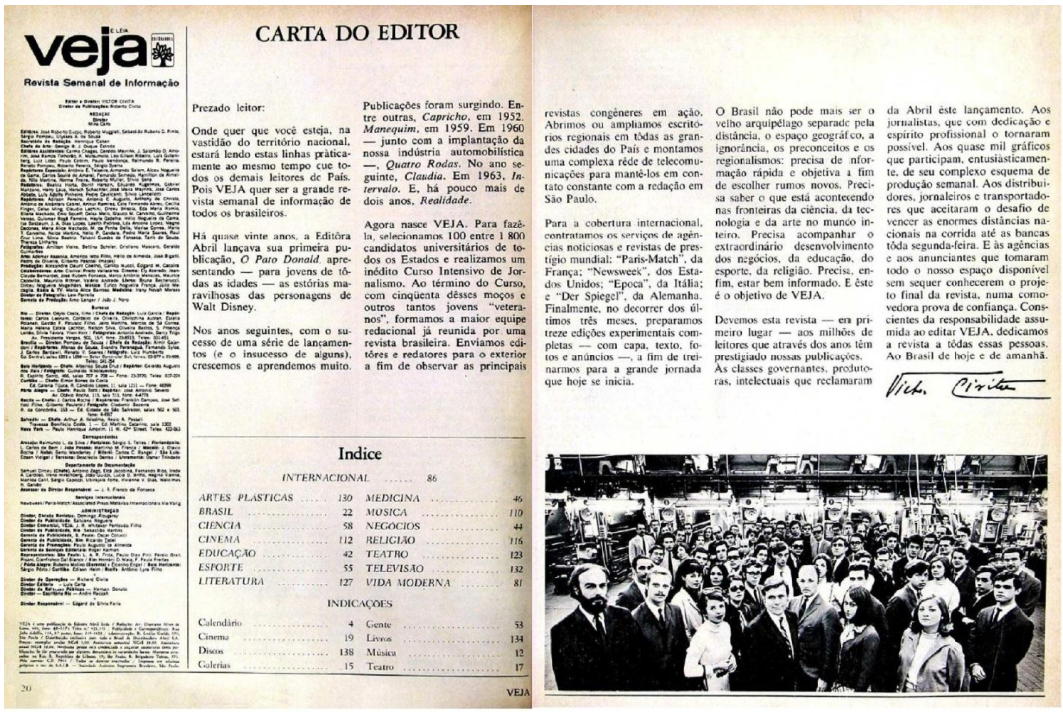
Veja surge em meio à ampliação de títulos da Abril. Ela começou como uma tentativa de equiparar o jornalismo da editora ao que vinha acontecendo em países desenvolvidos, onde revistas semanais de informação com foco na interpretação dos fatos estavam tendo excelente retorno, algumas existiam há vários anos. Em 1968, a França tinha a *L'Express*, a Alemanha a *Der Spiegel* e os Estados Unidos a *Newsweek* e a *Time*. Todas

[4] A tese completa está no repositório da UFPE no endereço: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/260/browse?value=Diniz%2C+Talita+Rampazzo&type=author> . Acesso em 11 abr. 2018.

essas redações foram visitadas pelos idealizadores do exemplar nacional, Roberto Civita, filho do fundador da editora Victor Civita, e Mino Carta, jornalista ítalo-brasileiro convidado a assumir a direção da publicação insurgente (CONTI, 1999, p.75).

Superando todas as expectativas, na edição de número 1 - cuja capa foi motivo de polêmica ao trazer o símbolo comunista da foice e do martelo sob o fundo vermelho com a manchete "o grande duelo do mundo comunista - foram vendidos 700 mil exemplares. Victor Civita assinava o Carta do Editor (**imagem 1**), seção ainda hoje utilizada quando a revista considera importante a veiculação da fala de seu "*publisher*". Esse texto aparece esporadicamente, pois nas edições comuns a seção fixa é a Carta ao Leitor, onde é feita uma espécie de apresentação do conteúdo do exemplar, que pode vir mesclada a opiniões.

Civita assumia sem constrangimentos os planos de Veja de: estar em todo o território nacional, trazer notícias sem regionalismos, ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros, contribuir com os novos rumos do Brasil.



veja
Revista Semanal de Informação

CARTA DO EDITOR

Prezado leitor:

Onde quer que você esteja, na vastidão do território nacional, estará lendo estas linhas praticamente ao mesmo tempo que todos os demais leitores de País. Pois VEJA quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros.

Há quase vinte anos, a Editôra Abril lançava sua primeira publicação, *O Pato Donald*, apresentando — para jovens de tôdas as idades — as estórias maravilhosas das personagens de Walt Disney.

Nos anos seguintes, com o sucesso de uma série de lançamentos (e o insucesso de alguns), crescemos e aprendemos muito. Publicações foram surgindo. Entre outras, *Capricho*, em 1952. *Manequim*, em 1959. Em 1960 — junto com a implantação da nossa indústria automobilística —, *Quatro Rodas*. No ano seguinte, *Claudia*. Em 1963, *Intervalo*. E, há pouco mais de dois anos, *Realidade*.

Agora nasce VEJA. Para fazê-la, arregimentamos 100 entre 1 800 candidatos universitários de todos os Estados e realizamos um inédito Curso Intensivo de Jornalismo. Ao término do Curso, com cinqüenta dêsses moços e outros tantos jovens "veteranos", formamos a maior equipe redacional já reunida por uma revista brasileira. Enviamos editôres e redatores para o exterior a fim de observar as principais revistas congêneres em ação. Abrimos ou ampliamos escritórios regionais em tôdas as grandes cidades do País e montamos uma complexa rêde de telecomunicações para mantê-los em contato constante com a redação em São Paulo.

Para a cobertura internacional, contratamos os serviços de agências noticiosas e revistas de prestígio mundial: "Paris-Match", da França; "Newsweek", dos Estados Unidos; "Epoca", da Itália; e "Der Spiegel", da Alemanha. Finalmente, no decorrer dos últimos três meses, preparamos treze edições experimentais completas — com capa, texto, fotos e anúncios —, a fim de treinarmos para a grande jornada que hoje se inicia.

O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E êste é o objetivo de VEJA.

Devemos esta revista — era primeiro lugar — aos milhões de leitores que através dos anos têm prestigiado nossas publicações. Às classes governantes, produtoras, intelectuais que reclamaram da Abril êste lançamento. Aos jornalistas, que com dedicação e espírito profissional o tornaram possível. Aos quase mil gráficos que participam, entusiàsticamente, de seu complexo esquema de produção semanal. Aos distribuidores, jornaleiros e transportadores que aceitaram o desafio de vencer as enormes distâncias nacionais na corrida até as bancas tôda segunda-feira. E às agências e aos anunciantes que tomaram todo o nosso espaço disponível sem sequer conhecerem o projeto final da revista, numa comovedora prova de confiança. Conscientes da responsabilidade assumida ao editar VEJA, dedicamos a revista a tôdas essas pessoas. Ao Brasil de hoje e de amanhã.

Victor Civita

Indice

INTERNACIONAL 86
ARTES PLASTICAS 130
BRASIL 22
CIENCIA 58
CINEMA 112
EDUCAÇÃO 42
ESPORTE 55
LITERATURA 127
MEDICINA 46
MUSICA 110
NEGOCIOS 44
RELIGIÃO 116
TEATRO 123
TELEVISÃO 132
VIDA MODERNA 81

INDICAÇÕES

Calendário 4
Cinema 19
Discos 138
Galerias 15
Gente 53
Livros 134
Música 12
Teatro 17

Imagem 1 – Carta do Editor assinada por Victor Civita na edição n.1 de Veja

Nas semanas seguintes, até o ano de 1969, quando os enunciados da Carta ao Leitor são estabilizados, muitos dizeres contavam aos leitores, em uma atitude "educativa", o que seria o bom jornalismo e como a Veja organizava seu processo produtivo.

Em algumas ocasiões, o jornalista foi explicitado. Isso ocorreu por diferentes razões. Para explicar o porquê da escolha de um repórter para realizar uma cobertura (VEJA, 02/09/1970), para trazer considerações sobre alguma entrevista feita (VEJA, 09/09/1970) ou para mostrar que este profissional sugeria assuntos a serem abordados (VEJA, 23/09/1970). A visibilização deste profissional se dava quando ele estava envolvido em algo que fugia ao comum, o que poderia contemplar desde uma curiosidade, como a escalada de um jornalista para fazer uma reportagem sobre o Censo porque este trabalhara como recenseador, até o reconhecimento por algum trabalho executado.

Com pouco mais de dois anos, a publicação, em 30 de dezembro de 1970, sentia-se apta a fazer afirmações contundentes de si. Após ter sido a primeira a anunciar vários acontecimentos, acreditava haver alcançado uma alta posição no jornalismo. "Essa capacidade de pressentir e de antecipar-se aos fatos foi uma das razões, talvez a principal, do sucesso de VEJA, que em 1970 se firmou definitivamente como a revista brasileira de informação". Na mesma tendência, os seus especiais de aniversário eram oportunidades ímpares de enunciar com mais contundência as afirmações sobre si mesma. Desde o seu primeiro número, Veja se caracterizava como grandiosa.

Essa grandiosidade foi possível porque a Abril soube se beneficiar das condições àquele momento. A entrada de capital estrangeiro permitiu o desenvolvimento da sociedade de massa (ABREU, 2002). Nas décadas de 1960 e 1970 não só foram instaurados conglomerados de comunicação (DINES, 1986) como houve a profissionalização da atividade jornalística, com a construção de uma identidade aos jornalistas e o estabelecimento de parâmetros à prática da profissão (LOPES, 2009). Tudo isso tanto permitiu que a Veja enunciasse ser a maior no que fazia quanto lhe possibilitou efetivamente atingir e se manter como a maior revista semanal do país.

2. Os dizeres de Veja sobre si

No restante da década de 1970, as lições sobre o jornalismo passaram a ter outras características. Veja pouco trazia explicações de seu funcionamento, de sua redação, de suas reportagens. Após a consolidação, retirava-se a abordagem quase professoral para se investir em afirmações contundentes sobre o jornalismo e suas obrigações. Sem pestanejar, enquadrava-se como possuidora das maiores qualidades. José Roberto Guzzo atestava:

> *Mais uma vez esta revista, aplicando as clássicas regras do trabalho de reportagem, forneceu a seus leitores o produto mais nobre, e sobretudo mais útil, que o jornalismo pode oferecer: informação exclusiva, relevante e sólida num caso destinado a perder-se na obscuridade ou a permanecer oculto. (...). Estamos aqui falando de fatos, não de versões; estamos apurando e contando o que aconteceu – pois este, e só este, é o nosso ramo de atividade (VEJA, 03/01/1979).*

Na aproximação dos anos de 1980, a autoafirmação do trabalho realizado foi continuada com demonstrações do quanto a publicação seguia as disposições do "ideal jornalístico". Ela falava de si cada vez mais imersa em certezas de que estava seguindo de forma exemplar os preceitos exigidos ao seu trabalho.

Se em seus primeiros anos teceu afirmações sobre o seu futuro, ainda que elas não fossem em grande quantidade, isso não ressurge. O porvir não aparece nos enunciados recolhidos, o que também implica na ausência de promessas de melhorias. Uma razão provável desse comportamento pode se dever ao tão alardeado sucesso da publicação, o que a teria levado simplesmente a desconsiderar a necessidade de introduzir ponderações sobre o seu desejo de ser diferente nos anos vindouros. Afinal, não seria necessário mudar se tudo estava indo muito bem.

Na década de 1980, a revista não perdeu alguns dos hábitos adquiridos. Ela continuou ostentando números que asseguravam a sua magnitude. Do mesmo jeito, seguiu com as afirmações de que havia conseguido atingir seus objetivos, metas, compromissos e tudo o mais que pudesse indicar a sua capacidade de planejamento e o seu alto índice de desempenho. É imprescindível constatar que nessas exaltações nem sempre se esclareceu exatamente o que havia sido alcançado, pois muito pouco é explicado do processo de feitura da revista, embora sejam, vez ou outra, enunciados termos jornalísticos.

Em uma rápida vista nas citações recolhidas, pode ser notado, por exemplo, que há objetivos propagados somente uma vez, o que leva a crer que Veja trocava, dependendo da conveniência, o que era inserido como pertencente às suas obrigações. Se previamente existia a preocupação em contar como ela havia aprendido a fazer jornalismo de revista, inclusive com a narração de dificuldades encontradas, isso foi diminuindo. Veja até enunciou quais ações compunham a sua receita, todavia não expôs decisões internas.

Aos leitores fez alusão com maior constância. Abaixo, nota-se que Veja se põe como organizadora dos acontecimentos jornalísticos, fornecedora de um "material abundante para a reflexão", à serviço de seu público.

> *Este balanço, já uma tradição em VEJA, pretende oferecer ao leitor uma visão ordenada do conjunto de acontecimentos que caracterizaram 1981 na política e na economia, no cenário internacional e na vida brasileira, no universo das artes e na ampla esfera dos costumes. O trabalho foi executado pelos editores de VEJA, envolvidos durante as últimas semanas na tarefa de reunir o que de mais expressivo ocorreu em cada área, e teve a coordenação do redator-chefe Augusto Nunes. (...). Na esperança comum a todos e a cada fim de jornada, VEJA prepara-se para entrar em 1982 com a mesma disposição de servir ao leitor que tem marcado todas as etapas de sua existência (VEJA, 30/12/1981).*

Aos leitores se recorreria outras vezes com semelhantes demonstrações de que eles eram motivo de preocupação. Na primeira edição de 1983, prevê que o ano seria áspero na economia e movimentado na política. Duas das razões disso são que os governadores eleitos pelo voto direto começariam a atuar e o Congresso trabalharia totalmente renovado. Por isso, demonstrando propriedade no assunto, "VEJA oferece aos leitores um amplo estudo do que pensa e quer a nova Câmara Federal, peça básica a partir de março, nos tratamentos dos assuntos nacionais" (VEJA, 05/01/1983). Exatamente um ano depois, os leitores receberiam um tratamento mais íntimo na Carta do Editor redigida e assinada por Victor Civita. Chamados de amigos logo no primeiro período, a eles se desejam votos de felicidades no fim do ano.

> *Tradicionalmente, este é o momento para desejar um feliz e próspero ano aos amigos, que no caso específico de VEJA, incluem cerca de quatro milhões de leitores espalhados por todo o território nacional. Mas, sendo que sabemos todos que 1984 não vai ser um ano fácil para o Brasil, é também um bom momento para refletir sobre tudo aquilo que podemos e devemos fazer para tornar o novo ano, se não um ano de sucesso, pelo menos o ano da grande virada (VEJA, 04/01/1984).*

Outro aspecto é que o semanário continuou na década de 1980 se mostrando com uma postura fortalecida. Isso pôde ser visto em afirmações de seus números comemorativos. Teria sido "com informação de qualidade que Veja chegou ao seu 15º aniversário como a publicação de maior circulação do país" (VEJA, 21/09/1983). A edição extra, lançada nesta oportunidade, trazia a maioria de suas páginas preenchidas por uma curta contextualização de cada ano, acompanhada pela reprodução das capas das edições. Na apresentação inicial de Victor Civita podem ser encontradas afirmações categóricas, como as que o semanário havia se tornado um instrumento essencial do brasileiro para entender o mundo e a de que seria "a maior e mais importante revista atualmente em circulação no país". Na conclusão se pontuava:

> *Ao longo de seus primeiros 800 números, cujas capas são reproduzidas neste álbum comemorativo, VEJA acredita ter cumprido o compromisso editorial básico no qual se fundamentou seu lançamento em 1968. Nossa preocupação, agora, é olhar para o futuro, conscientes da capital importância de uma revista como VEJA num mundo em constante transformação (VEJA, 09/1983).*

Na década de 1990, a busca da verdade começou a aparecer como uma finalidade de seu trabalho. Durante os anos aí compreendidos, algumas novidades foram anunciadas. O preço de seu exemplar nas bancas baixou e houve a criação de novas seções, inclusive uma de tecnologia. No entanto, o reconhecimento de novas necessidades aconteceu paulatinamente à reafirmação de que tanto os seus atributos quanto os seus intentos estavam conservados.

Em 22 de setembro de 1993, em página inteira, foi alardeado com ênfase os "25 anos de busca da verdade". A Carta ao Leitor era ilustrada com a reprodução das capas do primeiro número da revista (VEJA, 11/09/1968), do livro *25 anos: reflexões para o futuro*[5] e das edições extras de Ernesto Geisel na presidência (VEJA, 23/01/1974), da morte de Juscelino Kubistchek (VEJA, 08/1976) e da queda de Collor (VEJA, 07/10/1992). O título do texto redigido por Victor Civita punha à mostra um valor que o grupo editorial assumia ser preponderante. Daí para frente, ele seria exposto constantemente:

> *A revista sabe que não é a dona da verdade. Mas a verdade é o nosso objetivo permanente, que se renova a cada semana, quando os jornalistas de VEJA saem à cata de notícias, para apurá-las e apresentá-las da maneira mais clara possível. Quando a notícia é especialmente urgente, não se espera nem a semana acabar – publicamos edições extras. A verdade não acaba nunca. (...). Aí o choque é inevitável, já que a preocupação de VEJA é apresentar ao leitor tudo o que está acontecendo. Para buscar a verdade, é preciso, além da perseverança, e, frequentemente, muita coragem, doses maciças de independência, isenção e equilíbrio. É por isso que a revista não tem partido político, não defende interesses de amigos, anunciantes, grupos nem corporações (VEJA, 22/09/1993).*

A credibilidade que contava ter adquirido estaria refletida até na procura de denuncistas com dossiês de informações prontas pelos seus jornalistas. Eles se aproveitavam porque "as reportagens da revista, feitas com isenção e independência, são mais eficazes". A fim de demonstrar estar precavida, colocava em texto-legenda que a sua conduta era a "impressão de fatos: depois de apuração vigorosa" (VEJA, 07/09/1994).

[5] O material foi editado pela jornalista Dorrit Harazim e contem 25 artigos inéditos sobre temas que "apontam para o próximo quarto de século".

Poucas edições depois, dizia estar mudando para agradar aos leitores e, pela primeira vez, assumiu a incorporação de alguma modificação. Baixou o preço do exemplar, o que foi devidamente justificado:

> *Acreditamos que VEJA, com suas reportagens, contribui para a melhoria do país. A revista conta o que acontece, mostra quem é quem, busca dar um quadro geral do que se passa no país e no mundo. Baixar o preço não significa reduzir os padrões de qualidade. Ao contrário. A revista continuará orientada pela sua meta permanente: apurar com rigor, checar e rechecar as informações, filtrar as reportagens, para publicar apenas notícias confiáveis. Foi assim que VEJA se tornou indispensável e continuará sendo (VEJA, 28/09/1994).*

No especial Veja de 30 anos, o texto "Mudar para ser a mesma", versou exclusivamente sobre o semanário. O século XX é recontado, pinçando-se fatos marcantes. Como nunca havia ocorrido, a revista compara o funcionamento do passado com o presente:

> *No distante ano de 1968, as notícias chegavam à redação de VEJA, estabelecida então à margem do Rio Tietê, em São Paulo, por meio de barulhentas máquinas de telex, que matraqueavam 24 horas por dia. Os jornalistas compunham suas reportagens naquelas velharias de aço e plástico conhecidas como máquinas de escrever. Isso tudo mudou tremendamente. Os jornalistas estão conectados à Internet, manuseiam computadores, conversam entre si, de uma mesa para outra, ou de um país para outro, através de um sistema computadorizado. A Internet ainda era uma rede restrita quando a revista, em 1995, prenunciou sua explosão mundial. Há alguns meses, na mesma sexta-feira em que o governo americano aprovava a comercialização do Viagra, a pílula da impotência, VEJA estava em condições de viajar pelos corredores da Internet e, em poucas horas, preparar uma reportagem de capa completa sobre o remédio, seus efeitos e suas limitações. Esse é apenas um exemplo de como a evolução das técnicas não é apenas retratada nas reportagens da revista como também permite que essas reportagens sejam preparadas de forma muito mais rápida e eficiente do que há trinta anos, quando, para nós, tudo começou (VEJA, 09/1998).*

Ao final, para fazer jus ao título escolhido, era argumentado que mesmo tendo mudado, tanto quanto o mundo, conservava características básicas nascidas com ela. "Continua dinâmica, bem informada, influente, indispensável".

O movimento ascendente de enunciados veiculados pela Veja para falar de si continua na atualidade. Pelo menos, é o que pôde ser verificado de janeiro de 2001 a dezembro de 2013. Em comparação às décadas anteriores, é neste momento que a revista recorre mais a: seu próprio nome, sua história, textos veiculados anteriormente, explicações de seu trabalho. Mesmo que tímidas e superficiais, são feitas referências a seu *site* e indicações de que seu conteúdo poderia ser acessado, via assinatura digital, por plataformas móveis, como *tablets*. Houve até uma situação de participação diferenciada no seu

aniversário de 40 anos, quando os leitores foram convidados a contribuir, via internet, com ideias para solucionar problemáticas nacionais.

Isso retira da revista a postura de quem ignora as modificações da comunicação. Ao contrário, são deixadas brechas de que ela incorpora inovações. Em certos momentos, até convida o leitor a seguir para o *site* Veja.com ou acessar o seu conteúdo por meio digital, às vezes, informando que em outras plataformas ele vinha enriquecido com textos, imagens e áudios exclusivos. Porém, tais considerações costumam vir em simples informes. Não há um viés questionador das novidades, nem sempre elas são apresentadas com entusiasmo. Do mesmo modo, não há a preocupação de didaticamente contar como os conteúdos adjacentes à versão impressa podem ser manuseados. Parte-se do princípio de que o seu público sabe fazer isso.

O semanário tampouco se propõe a ser mais do que uma revista semanal. Diferentemente, permanece sendo caracterizado como um produto que se mantém pelos seus valores, seus princípios, sua credibilidade. Os números, que se fizeram tão repetitivos outrora, vêm em aparições mais escassas. Ainda assim, Veja jamais afirma estar ameaçada. A sua saúde financeira, segundo coloca, é excelente. Talvez por isso não tenha emitido o desejo de que queira modificar a sua essência. Quando isso acontece, os enunciados indicam somente que precisa se adaptar ao novo cenário econômico e social.

Desde o atentado de 11 de setembro em 2001, coincidentemente mesmo dia de sua fundação, é frequente a opção por relembrar o primeiro fato em detrimento do segundo. Mas, nos seus 40 anos, foi preparado um seminário com o qual foi comemorado o seu tempo de existência e se debateu, convidando personalidades e especialistas influentes, soluções para o país.

> *Na próxima terça-feira, dia 2 de setembro, VEJA comemora 40 anos com um seminário em que algumas das melhores cabeças do país vão se alinhar rumo a um objetivo comum: produzir quarenta propostas para o Brasil nas próximas décadas em áreas que vão da educação de qualidade a o que fazer com a formação de megalópoles no país, passando por liberdade de expressão, crescimento sustentável, democracia e o novo papel do Brasil no mundo globalizado. Foi a melhor maneira que VEJA encontrou para celebrar a sua chegada à quarta década de vida, marco que a revista atinge em uma forma invejável. Os indicadores internos de saúde de uma publicação estão, no caso de VEJA, no nível da excelência. VEJA é, de longe, a maior, a mais lida e a mais respeitada revista brasileira – a terceira maior semanal de informação do mundo em circulação (VEJA, 03/09/08).*

Aos 45 anos, Veja se preparou com esmero para o seu aniversário. Tudo foi comunicado com uma semana de antecedência na Carta ao Leitor "A busca da verdade", reproduzida logo abaixo na íntegra. Pela primeira vez, uma campanha publicitária foi citada. Como ocorrera outrora, o conteúdo especial retoma textos que haviam sido veiculados em situações passadas.

> *No sábado, 21 de setembro, VEJA lançará uma edição especial para celebrar os primeiros 45 anos da revista. Revisitaremos com reportagens internacionais, investigações de fôlego e uma coletânea de artigos (além de infográficos riquíssimos e fotografias monumentais) 45 reportagens que fizeram – e fazem – história. Elas mostram como a revista, desde seu primeiro número, em setembro de 1968, nunca parou de buscar a verdade, de pôr a mão onde muitos tiveram medo de fazê-lo, de denunciar o que deveria ser denunciado, mas também o que merece ser elogiado, com novo olhar e nova ênfase. Na edição que você tem em mãos, deflagramos uma campanha publicitária que antecipa esse lançamento especial destinado simultaneamente a assinantes, bancas e* tablets. *Numa das peças, produzida pela agência AlmapBBDO, vê-se, numa pilha de papel, o número de citações da palavra corrupção ao longo destas quatro décadas e meia – 5114. Ao lado, em um monte menor de papeis, descobre-se que a expressão condenação apareceu em 1359 oportunidades, muito menos, portanto. 'VEJA sempre buscou diminuir essa diferença entre as pilhas, na posição de olho vigilante da sociedade', diz Luiz Sanches, sócio da agência e diretor-geral de criação.*
> *VEJA descobre os escândalos de corrupção, cobra consequências e continua correndo atrás de outras revelações. Foi assim com a entrevista explosiva de Pedro Collor, irmão do então presidente Pedro Collor, em 1992, que o levaria à renúncia para não sofrer* impeachment *pelo voto do Congresso. Foi assim com as denúncias de compra de votos para a aprovação do direito de reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso. Foi assim no início das descobertas dos malfeitos do PT e de seus aliados no esquema de corrupção que depois seria apelidado de mensalão, e que nesta semana deve virar sua página definitiva. Um cuidadoso olhar para a trajetória de VEJA até aqui nos mostra – e os leitores terão a oportunidade de acompanha-lo dentro de duas semanas – que o rigor no trato com as informações sempre nos guiou, sem compromisso algum com o erro, mesmo quando parecíamos navegar em águas demasiadamente turbulentas. Diz a campanha da AlmapBBO: 'VEJA. Há 45 anos revelando os fatos para ajudar a mudar essa realidade (VEJA, 11/09/13).*

Como prometido, na semana seguinte, os leitores recebiam encartada à edição padrão a edição especial "Veja 45 anos"[6]. Em sua capa, lia-se: "os 45 primeiros anos de VEJA revisitados por 45 reportagens que fizeram – e fazem – história". Os dizeres estavam em uma única linha vertical em uma capa dobrável três vezes maior que uma edição comum. A sua ilustração era formada por miniaturas, cronologicamente dispostas da esquerda para a direita, das primeiras páginas de todas as edições. No final deste painel, em

[6] Esta edição não está disponível para consulta no site com o acervo da revista.

seu canto direito, um pensamento de Victor Civita, identificado como o criador de Veja: "Assunto sério é assunto tratado de maneira séria".

No total são 290 páginas de conteúdo, que em sua maioria recuperam reportagens veiculadas ao longo de sua história. Mas, antes de chegar a elas, é preciso introduzir o que lhes antecede. Logo após o índice, promovia-se o que havia sido preparado para a edição digital. A partir do título "Uma imersão histórica", contava-se que "a edição de VEJA para *tablets* tem apenas três anos de existência e já ultrapassou a marca de 100 000 assinantes". Como conteúdo digital exclusivo, os leitores poderiam acessar a versão *fac-símile* da edição número 1. Em um box, acrescentava-se haver minidocumentários com os primeiros tempos da revista, além disso, informava-se ser possível ler na íntegra as reportagens presentes na edição impressa e conhecer por um sistema de busca o assunto principal de todas as semanas. Em infográfico, dizia-se que o aplicativo para visualizar tudo isso era gratuito e o leitor, ao acompanhar o conteúdo, poderia se deparar com ícones de interatividade, que indicavam a inclusão de vídeos, imagens e áudios.

A Carta ao Leitor "Há 45 anos sempre a favor do Brasil" resgatava o anúncio antigo da Abril que procurava jornalistas para a nova revista, a Veja, antes mesmo de seu lançamento. No raciocínio desenvolvido, desde o número 1, "os profissionais de sucesso de VEJA são homens e mulheres inteligentes e insatisfeitos, ávidos por leitura, que buscam entender o porquê das coisas, dispostos a cerrar fileiras a favor dos seus leitores e, como consequência, do Brasil" (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/13). No mesmo texto, em seguida, recuperava-se a fala de Giancarlo Civita, filho de Roberto Civita.

> *Nada como o teste do tempo para perceber o real valor de uma revista. Só assim podem ficar patentes a constância, a firmeza de princípios e sua aplicação sob as mais adversas circunstâncias. Ao chegar a seus 45 anos de vida, VEJA pode se orgulhar de ter passado com louvor nesse teste. (...). O ESPECIAL 45 ANOS revisita 45 momentos cruciais, mostra como eles foram tratados pela revista e, com a ajuda de articulistas, sobrepesa suas consequência atuais. Foram escolhas árduas a princípio, mas tudo se clareou assim que nos fixamos no critério de que só daríamos destaque a fatos que mudaram a trajetória política, econômica, social, científica, cultural ou tecnológica do Brasil e do mundo. O resultado está em suas mãos. Boa leitura! (VEJA, EDIÇÃO ESPECIAL, 09/14).*

Verifica-se que em mais de quatro décadas a Veja foi, embora sempre reafirmasse o grande valor de seu trabalho foi, pouco a pouco, reposicionando os seus dizeres, à medida em que ia fortalecendo a sua posição na grande imprensa brasileira. De uma revista completamente nova, que precisava ser explicada às pessoas, foi se mostrando como um

produto de sucesso graças à competência com que realizava o seu trabalho, sempre muito bem adjetivado. Contudo, exatamente na década de 1900, quando é iniciada a era da comunicação digital, passa, mesmo que tardiamente, a apresentar algumas mudanças, não sem explicitar que a sua essência, aquela Veja que havia começado lá atrás, continuava a mesma.

3. Veja completa 50 anos

As comemorações pelos seus 50 anos, que, de fato, só serão completados em setembro, começaram de forma bastante antecipada em relação às efemérides anteriores. Com 19 páginas, logo na primeira edição do ano de 2018, datada em 3 janeiro, circulou o "Especial 1968: o dramático e o inesquecível ano que moldou o mundo até hoje". Nele, são retomados fatos que, segundo a revista, mudaram os rumos da história e que continuam reverberando até hoje, tal como pregou Zuenir Ventura em sua frase clássica "1968, o ano que não acabou".

A Carta ao Leitor da edição (quadro 1) inicia com os mesmos dizeres do número de lançamento de Veja, reforçados, conforme justificado, pela completa validade que continuam possuindo nos dias atuais. 1968 foi um ano, como nenhum outro, de muitos acontecimentos na política, na cultura. Foi um ano histórico, que precisa ser não só relembrado como aprendido. E isso serve como gancho para o seu projeto especial "VEJA 1968 AGORA", que fará circular no Twitter[7] notícias de 50 anos atrás como se elas estivessem acontecendo. Ao final do texto, de maneira surpreendente, anuncia que serão muitas as novidades, digitais. E não só isso. Elas serão trazidas, como fruto de um planejamento amplo, ao longo de todo o ano.

Edição 2563 – 3 de janeiro de 2018
"VEJA QUER SER a grande revista semana de informação de todos os brasileiros (...). O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, espaço geográfico, ignorância, preconceitos e regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa (...) estar bem informado. E este é o objetivo de VEJA." Assim o fundador da Editora Abril, Victor Civita (1907-1990), anunciava aos leitores a missão de VEJA, que chegou pela primeira vez às bancas com as data de capa de 11 de setembro de 1968, uma quarta-feira. São palavras que, repetidas hoje, teriam a mesma relevância, cinquenta anos depois daquela aventura inaugural. O nascimento de VEJA em 1968, um ano dramático e

[7] O link para a conta é https://twitter.com/1968agora. Acesso em: 30 maio 1968.

inesquecível, "o ano que não terminou", na bonita definição que dá título ao livro de Zuenir Ventura, não foi fruto do acaso. Ao contrário.

O Brasil amadurecia para ter uma revista como VEJA. O país estava prestes a mergulhar nas trevas da ditadura e da tortura, com o AI-5. Caetano, Gil e os tropicalistas desfolhavam a bandeira, traduzindo e adaptando aos humores e cores locais o que chegava de fora, fazendo do rock o bumba meu boi. O mundo saía às ruas para protestar contra tudo e todos, contra o comunismo e contra o capitalismo, contra a Guerra do Vietnã, de punho erguido, em meio a corpos crivados de balas, ao som dos Beatles e os Rolling Stones. "O grande duelo do mundo comunista" foi a capa daquela VEJA nº 1, que tratava da queda de braço da União Soviética com um de seus satélites, a Checoslováquia que caminhava para um regime mais democrático, menos opressor – e terminaria esmagada.

Enfim, 1968 não foi um ano qualquer – outros tiveram imensa relevância, é verdade, como 1848, o da Primavera dos Povos na Europa; ou 1989, o ano da queda do Muro de Berlim. Mas nenhuma deles ecoou tanto e durante tanto tempo. Depois de 50 anos, 1968 é para já, está aí, embora tenha virado o calendário cronológico. Uma reportagem especial desta edição mostra, a partir da página 69, os efeitos daqueles 12 meses seminais nos dias de hoje, na política, comportamento, na cultura, no nosso jeito de ser e entender o que nos cerca. Para enriquecer o pacote, e mostrar que 1968 não acabou, a partir de 1º de janeiro no Twitter de VEJA, publicaremos diariamente notícias daquele ano, como se estivessem acontecendo agora, minuto a minuto – É O VEJA 1968 AGORA. Um aperitivo que pode ser visto ao longo desta edição impressa, com os tuítes de quem fez história há cinco décadas. É uma viagem no tempo – mas é também um pulo rumo ao futuro, aquilo que ainda será construído a partir do aprendizado de 1968. É a beleza da história do presente, cujo sinônimo pode ser simplesmente jornalismo. Jornalismo benfeito. Em 2018, na celebração de seu cinquentenário, VEJA promoverá eventos, terá edições especiais e uma plêiade de novidades digitais. Feliz Ano Novo!

Quadro 1 – Carta ao Leitor 03/01/2018

Considerações finais

Mas por que somente agora a Veja resolveu dizer que vai mudar? Por que está alterando a essa altura a trama discursiva de dizeres sobre si construída com tanto esmero? Igualmente, por que, mesmo anunciado as novidades, apega-se ao passado, se ela mesma coloca que o jornalismo é a história do presente?

Acredita-se que a reiteração dos dizeres serviu para fortalecer a revista, estruturando-a como detentora de uma ordem discursiva, que deu à ela uma condição bastante importante na engrenagem de dominação do jornalismo brasileiro.

Quando a Veja iniciou era a única revista do gênero e, como tal, pôde ser alçada em uma condição que favoreceu o exercício de seu domínio, inclusive, discursivo sobre o jornalismo. No presente, por fatores que precisam ser esmiuçados, mas que estão ligados às

inúmeras pressões para retirá-la de sua posição de poder, há a necessidade de revisar os dizeres como uma tentativa de manutenção de seu *status*.

Como indica Rago (1995), a história na perspectiva de Michel Foucault deve ser pensada como um campo de relações de força, do qual o historiador tentará apreender o diagrama, percebendo como se constituem jogos de poder. Por isso, é fundamental que as terias narrativas de veículos de grande influência sejam retomadas para que se possa apontar como eles contam a sua história e, como tudo isso, interfere na história do jornalismo posta em circulação

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa** (1970-2000). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

CONTI, Maria Sergio. **Notícias do planalto**: a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DINES, Alberto. **O papel do jornal**. 6 ed. São Paulo: Summus, 1986.

LOPES, Fernanda Lima. Significados da imagem de intelectual para a construção da identidade do jornalista. **Revista E-Compos**, Brasília, v.12, n.3, set/dez 2009. Disponível em: < http://www. compos .org.br /seer/index.php/e-compos/article/viewFile/431/383>. Acesso em: 1 ago.2013.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 5 ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
_____. A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 12 ed. São Paulo: Loyola, 1996.

_____. **Vigiar e punir**. 20 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2007.

MELO, José Marques de. Os processos comunicacionais na historiografia brasileira. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Paulo, v.35, n.1, 2013. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/4122>. Acesso em: 14 nov. 2013.

RAGO, Margareth. O efeito-Foucault na historiografia brasileira. **Tempo Social**, São Paulo, v.7, n.7, 1995. Disponível em: <http://www.periodicos.usp.br/ts/article/view/85207/88045>. Acesso em 30 maio 2018.