

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO



**ORIGINAL, CÓPIA E ADAPTAÇÃO – UMA ANÁLISE DA
INFLUÊNCIA ESTRANGEIRA NAS REVISTAS
BRASILEIRAS**

HELENA BORGES

RIO DE JANEIRO

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**ORIGINAL, CÓPIA E ADAPTAÇÃO – UMA ANÁLISE DA
INFLUÊNCIA ESTRANGEIRA NAS REVISTAS
BRASILEIRAS**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

HELENA BORGES DOS SANTOS DIAS

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Costa

RIO DE JANEIRO

2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Original, cópia e adaptação - uma análise da influência estrangeira nas revistas brasileiras**, elaborada por Helena Borges dos Santos Dias.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Costa
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Muniz Sodré de Araújo Cabral
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Octavio Aragão
Doutor em Artes Visuais pela Escola de Belas Artes - UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2013

FICHA CATALOGRÁFICA

BORGES, Helena.

Original, cópia e adaptação, uma análise da influência estrangeira nas revistas brasileiras. Rio de Janeiro, 2013.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo)
- Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Escola de
Comunicação - ECO.

BORGES, Helena. **Original, cópia e adaptação – uma análise da influência estrangeira nas revistas brasileiras.** Orientadora: Cristiane Henriques Costa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO.
Monografia em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho demonstra as influências estrangeiras em nível textual, de escolha de pauta e nos projetos gráficos nas revistas *Veja*, *piauí* e *Época*. Cada revista tem um par, uma outra revista, mais antiga, de fora do país, com a qual serão feitas as comparações para confirmar ou não a proximidade entre ambas. Tomou-se como base de material as capas das 25 primeiras edições de cada uma das três publicações brasileiras e a comparação foi feita com as edições de seus pares no mesmo intervalo de tempo. Foram escolhidas revistas de perfis diferentes de leitores e de estilos de cobertura diferentes exatamente para verificar se a influência estrangeira não é característica de um só modelo de revista.

AGRADECIMENTOS

À minha família,
que sempre me apoiou nessa
jornada. E a quem me orientou neste
trabalho e também me orienta na vida
como um todo, Cristiane Costa.

Sumário

1	Introdução	10
2	<i>Time e Veja</i>	13
	2.1 Comparação dos temas nas capas da <i>Time</i> e da <i>Veja</i>	13
	2.2 Padrões gráficos	32
	2.2.1 Imagens de capa	33
	2.2.2 Elementos padrão	34
	2.2.3 Cores	49
	2.2.4 Tipos de letra	40
3	<i>The New Yorker e piauí</i>	43
	3.1 Jornalismo literário e as influências na criação da <i>piauí</i>	43
	3.2 Comparações entre as capas de <i>piauí</i> e <i>The New Yorker</i>	50
	3.2.1 Vida na metrópole	54
	3.2.2 Cultura	58
	3.2.3 Política	60
	3.2.4 Demais temas	61
	3.3 Comparação gráfica entre <i>piauí</i> e <i>The New Yorker</i>	64
	3.3.1 O logotipo	64
	3.3.2 Cores	68
	3.3.3 O interior das revistas	68
4	<i>Focus e Época</i>	82
	4.1 Temas nas capas da <i>Época</i> e da <i>Focus</i>	83
	4.1.1 Política	84
	4.1.2 Economia	86
	4.1.3 Cultura	88
	4.1.4 Esportes	89
	4.1.5 Saúde	89

4.1.6	Outros	90
4.2	Comparação gráfica	94
4.2.1	Logotipo	94
4.2.2	Elementos padrão	96
4.2.3	Cores	100
5	Considerações finais	120
	Referências	121

1. Introdução

Esse trabalho terá como objetivo analisar as revistas brasileiras e pontuar em que medida elas são influenciadas pelos veículos estrangeiros. A relação da mídia nacional com a americana e a europeia sempre foi muito comentada entre os próprios jornalistas. Não é raro ouvir em conversas nas redações sobre como uma matéria ou uma capa brasileira é extremamente parecida com algo que foi publicado pouco tempo antes em um veículo de fora. Eu, que sempre ouvi falar entre os colegas de profissão com tanta certeza, por exemplo, que a *piauí* é a *The New Yorker* brasileira ou que a capa da *Veja* era igual a da *Time*, achava que essas comparações já tinham sido destrinchadas em exaustão e que eram fatos confirmados para todos. Me surpreendi ao perceber que o tema permanecia praticamente intocado na academia. Era a motivação que precisava para começar os trabalhos. Quando fiquei sabendo que ninguém havia feito uma análise comparativa mostrando concretamente a influência estrangeira nas revistas brasileiras o tema se tornou ainda mais interessante aos meus olhos.

Em uma experiência de estágio por dois anos na *Veja*, percebi que antes de escrever algo sempre me era aconselhado que lesse textos da própria revista e também de veículos estrangeiros referentes ao assunto que eu fosse tratar, uma prática comum aos repórteres da *Veja*. Antes mesmo de começar a apuração, sempre ouvia algo como “dá uma olhada no que a *Time* fala sobre isso”. Os nomes das revistas tidas como exemplares eram sempre os mesmos: *Time*, *Newsweek*, *The Economist*, entre outros. Isso de forma alguma deve ser considerado como uma crítica, antes pelo contrário, acredito que os melhores jornalistas são os que mais leem e sabem melhor o que está sendo publicado na área que cobrem. Ao mesmo tempo, esse costume reflete uma profunda influência que as revistas estrangeiras têm no trabalho do repórter. Afinal de contas, se o primeiro passo é ler o que elas publicam desde a elaboração da pauta a pessoa já vem com essa carga de conhecimento pré-estabelecida em mente. Sempre tive curiosidade de ver até onde vai essa influência e se ela se dava apenas na *Veja* ou era uma coisa generalizada.

A escolha das revistas foi rápida: *Veja* com certeza seria a primeira a ser analisada, pela minha vivência na revista e porque sempre quis saber se essa influência se dava desde o nascimento da publicação. Como queria analisar publicações de perfis divergentes, a *piauí* foi a segunda escolhida, por ter uma proposta bem diferente tanto na parte gráfica quanto no texto. Também me motivou o fato de sempre ter escutado que a *piauí* era uma versão abasileirada da *The New Yorker*, queria por isso à prova. Ainda buscava uma terceira revista brasileira para analisar quando soube

que a *Época* tinha nascido de um contrato da Editora Globo com a revista *Focus*. Ao ver as capas das duas não tive dúvida, era o que faltava.

A primeira intenção era avaliar totalmente as revistas, da capa até o obituário, mas isso só seria possível se reduzisse o número de revistas analisadas ou de edições por cada publicação. As duas opções limitariam a avaliação a um número restrito de edições e não era o que queria. A saída escolhida foi tomar como partida as capas, assim seria possível extrair parte do padrão gráfico, os assuntos mais importantes para cada veículo e uma parcela do texto também sem prejudicar a base de comparação. É bem verdade que vez ou outra a análise aqui vista irá além das capas, mas isso é resultado da minha curiosidade – raras foram as vezes que, acessando os acervos digitais das revistas ou nas tardes passadas na Biblioteca Nacional, conseguia me limitar às capas.

A princípio a análise seria feita com os seis primeiros meses de cada publicação brasileira e o tempo correspondente nas respectivas internacionais, mas a diferença de periodicidade da *piauí* para as demais tornou-se um problema. Não seria correto fazer uma análise da *Veja* ou da *Época* com base em 23 edições e apenas seis da *piauí*. Por isso ficou estabelecido que seriam consideradas as 25 primeiras edições de cada uma das brasileiras e as edições que seus pares internacionais publicassem no mesmo intervalo de tempo.

A metodologia adotada será a seguinte: primeiro são criadas tabelas listando tudo o que estiver escrito nas capas e, a partir disso serão elencados os temas relacionados a cada uma das chamadas. No caso da *The New Yorker*, como a única coisa escrita é o nome da revista, o que foi anotado foi o título da imagem, que fica no índice de cada edição. Nessas tabelas, assim como no corpo do texto, os trechos copiados das capas estão na língua original e as traduções estão nas notas de rodapé. Isso foi decidido porque o texto é uma das matérias-primas deste trabalho e buscou-se preservar ao máximo a fidelidade a ele. As traduções podem acabar prejudicando a interpretação ou as comparações, por isso foram colocadas nas notas de rodapé. Também foram observados os elementos gráficos que se repetem em cada revista e as cores usadas neles. Isso tudo foi usado para formar um segundo tipo de tabela, que anota onde cada um dos elementos de encontra e que tipo de variação ocorre neles, seja no estilo, na localização dentro da página ou na cor.

Por isso, cada capítulo é dividido em duas partes: a de comparação temática e de padrões gráficos. As informações das tabelas foram transformadas em gráficos. Desta forma se pode comparar o uso maior ou menor de uma cor em cada revista ou a recorrência com a qual um tema aparece em suas capas. Como foram escolhidas três revistas brasileiras de propostas diferentes, os

temas abordados não serão exatamente os mesmos em todas as duplas, apesar de algumas coincidências, como a cobertura política, a cultural e a esportiva, sempre presentes. De qualquer jeito, mesmo esses três assuntos mais recorrentes são vistos sob prismas diferentes a cada revista, por isso os subitens nas comparações temáticas também vão variar de capítulo para capítulo.

A ideia central aqui é comparar cada revista nacional com seu par internacional, mas em alguns pontos será impossível não comparar as brasileiras entre si e com outras revistas anteriores que também influenciaram sua criação.

2. *Time e Veja*

“Enviamos editores e redatores para o exterior a fim de observar as principais revistas congêneres em ação”, é o que diz Victor Civita na carta ao leitor da primeira edição da revista *Veja*, veiculada em 11 de setembro de 1968. Até hoje, a influência gráfica e editorial de veículos estrangeiros é forte na revista, mas vamos nos ater aqui aos primeiros exemplares. Por quê? Porque é ainda nos primeiros passos que a revista ainda está testando sua postura e sua imagem. Também deve-se mostrar aqui como *Veja* já nasce sob influência das grandes publicações do mundo - e a frase de Civita deixa claro que isso não é segredo algum.

A escolha de *Time* como comparação é simples, além de ser umas das revistas mais famosas do mundo, sua influência é abertamente admitida por vários editores da *Veja*. Quando *Veja* ainda estava em suas primeiras edições, *Time* já tinha nada menos do que 45 anos. Inspirar-se em um veículo tão bem sucedido e com boa maturidade não é, portanto, vergonha alguma, antes pelo contrário. Diga a um repórter ou editor da *Veja* que seu texto parece com um da *Time* e você conquistará seu carinho de imediato.

2.1 Comparação dos temas nas capas da *Time* e da *Veja*

As capas serão divididas por temas para que se possa ver que assuntos têm maior destaque nas duas linhas de cobertura jornalística. Durante a análise foi possível identificar basicamente nove tipos diferentes de pauta:

- Política (nacional e internacional)
- Personalidades
- Esportes
- Música
- Religião
- Crime
- Sociedade
- Saúde
- Economia

A primeira coisa que chama a atenção ao fazer essa divisão é a quantidade de matérias sobre política, tanto nacional quanto internacional. Das 25 edições da *Veja*, 13 eram sobre esse tema e na *Time* são 14 no total. Esse dado por si já mostra que os dois veículos dão grande importância a ao

assunto, o que aproxima os dois perfis de publicação. Por ser um assunto tão amplo, pode-se imaginar que uma das duas revistas dê um valor maior para temas nacionais ou globais. Quando se faz a divisão entre estes dois subtemas (política nacional e política internacional), percebe-se que *Veja* dá mais destaque à política externa, enquanto *Time* trata em pé de igualdade os dois subtemas. As 14 capas de *Time* sobre política se dividem igualmente entre assuntos nacionais e internacionais, sete para cada lado. Já as capas da *Veja* são oito pautas internacionais e cinco nacionais. Isso reflete um pouco a linha editorial da revista, já que é bem comum encontrar na *Veja* comparações com a experiência internacional, em qualquer que seja a matéria, de educação a saúde, há sempre um olhar para o estrangeiro.

E já que estamos falando de um tópico tão importante para as duas revistas a ponto de representar mais da metade das cinquenta capas analisadas, vamos ainda mais fundo na análise. Fala-se muito sobre política, variando entre nacional e internacional, mas isso não cansa o leitor? É importante lembrar que não estamos falando de revistas monotemáticas nem que tenham um nicho específico de leitor que se interesse especificamente por um assunto em particular. Tanto *Veja* quanto *Time* são revistas semanais de interesse geral que se propõem a informar sobre de tudo um pouco e seu perfil de leitor abraça diferentes grupos. Por isso também foi contabilizada a frequência com a qual as duas falam sobre política. *Veja* publica no máximo quatro capas seguidas sobre o assunto e, quando faz isso, passa até três edições sem falar de política na primeira página, dando tempo para o leitor respirar outros ares. Esse é um ritmo bem parecido com o da *Time*, que tem no máximo três capas seguidas sobre política e passa até três edições sem abordar o tema. É interessante ver aqui que assim como se toma cuidado para não cair na monotonia também há um cuidado claro para não se passar muito tempo sem falar sobre política. Outra saída para não se tornar monotemática é variar as capas entre política nacional e internacional, assim continua-se a falar de política, mas não necessariamente na mesma linha temática, isso foi percebido nas duas publicações.

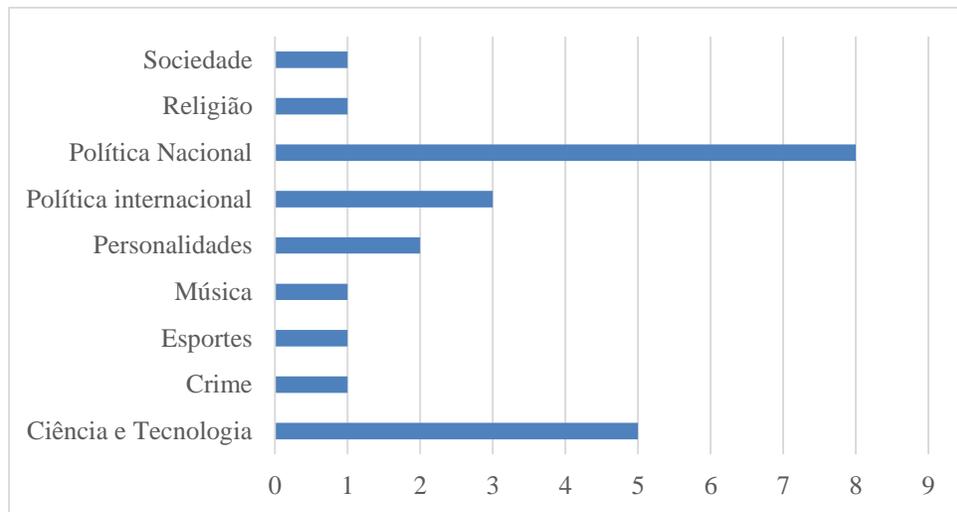


Gráfico 1: Proporção de capas para cada assunto na *Veja*.

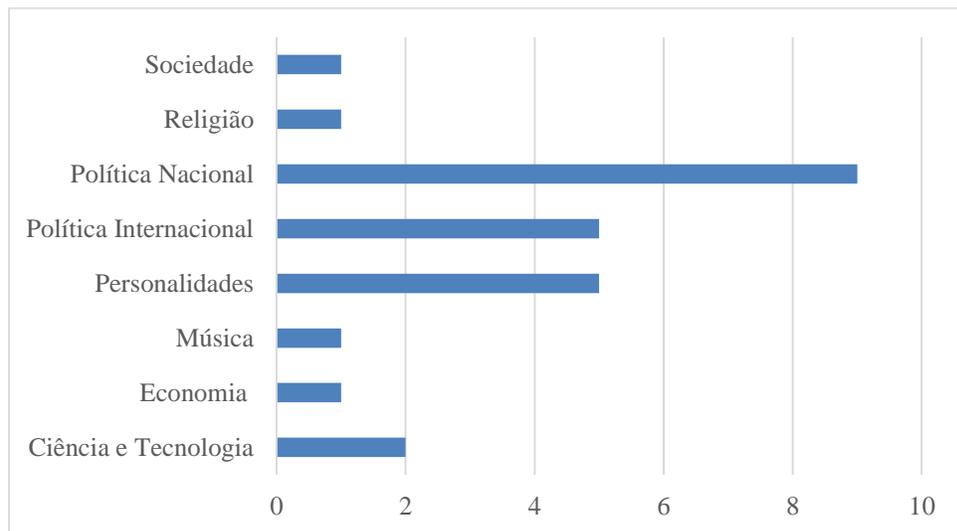


Gráfico 2: Proporção de capas para cada assunto na *Time*.

Em suma, entende-se que apesar da importância que a política tem na vida das pessoas, as duas revistas demonstram saber que o leitor não quer apenas pautas sobre esse assunto, sabem que é preciso variar um pouco para agradá-lo. Até porque, como Victor Civita escreve na carta ao leitor da primeira edição da *Veja*, o leitor “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”¹. Logo se entende que a proposta da revista é informar sobre de tudo um pouco.

¹ Texto retirado da edição 1 da revista *Veja*, disponível no acervo digital em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNODRCRQ>

A *Veja* ainda tem mais um artifício para manter um assunto na capa por mais de uma semana sem entediar o leitor: ela alterna as pautas entre a manchete e o texto na orelha da página, de forma que nem sempre o tema principal da capa é política, mas o tópico permanece presente ali. Isso acontece não só com política, mas com diversos assuntos. Por mais de uma vez o texto da orelha remete a uma matéria que é continuação da capa da edição anterior. Por exemplo, a capa de 19 de fevereiro de 1969 é sobre o carnaval e a da edição seguinte é sobre agiotas, mas na orelha dessa segunda capa o carnaval volta a aparecer. Essa é uma diferença interessante entre as duas revistas, *Time* geralmente usa esse espaço secundário para falar do mesmo assunto da manchete principal, muitas vezes usando-o para colocar ali a manchete e deixando a capa apenas com a imagem, já a *Veja* a usa como um espaço para outras pautas.



Imagem 1: digitalização das edições de 19 (esquerda) e 26 (direita) de fevereiro de 1969 da revista *Veja*. Na primeira, o carnaval como assunto principal, na edição seguinte o tema permanece na capa, mas dessa vez na orelha.²

É possível classificar os assuntos em uma escala de importância de acordo com o número de capas dedicados a eles. Por exemplo, cada revista só publicou uma capa sobre religião nas cinquenta capas escolhidas, percebe-se logo que esse tema não tem muito destaque nas duas publicações durante esse tempo. Quando se começa a analisar os tópicos que ficam em segundo lugar na escala de uso das capas é que as duas linhas editoriais começam a se separar. Logo depois de política, o assunto mais abordado na *Time* é personalidades (cinco capas no total, enquanto *Veja*

² Imagens retiradas do acervo virtual da revista *Veja*. Edição de 19 de fevereiro de 1969 disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNONNRPO> e edição de 26 de fevereiro disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNPGRENO>

só faz duas) – desde revelações artísticas a grandes nomes da sociedade, muitas das capas são perfis. Essa é uma característica forte da revista, tanto que é um grande marco na carreira de uma celebridade quando ela se torna a capa da *Time*. Já a *Veja* dá mais destaque a pautas de ciência e tecnologia, com cinco capas sobre o assunto enquanto a *Time* só faz duas.

A única capa sobre religião de cada uma das revistas é exatamente sobre o mesmo assunto: a crise na igreja católica. Em 18 de setembro de 1968 a manchete da segunda edição da *Veja* era “PARA ONDE VAI A IGREJA?”, ilustrada com uma foto de Dom Agnelo Rossi e Dom Helder Câmara, sobre a foto, fazendo como uma divisão dos dois personagens, um cetro semelhante ao papal. No interior, a matéria fala sobre a disputa entre bispos progressistas e conservadores que à época passavam por uma rixa dentro do Brasil. Meses depois, em 22 de novembro, a capa da *Time* era uma ilustração do papa Paulo VI com o símbolo do vaticano quebrado ao fundo representado em um mosaico. A manchete está no espaço da orelha: “*Rebellion in the Catholic Church*”³. São duas as matérias dessa capa, as duas sobre a dificuldade da igreja em manter seus dogmas e regras comportamentais, como a proibição do uso de contraceptivos, e que tipos de represálias as pessoas sofrem quando fogem a essas regras.



Imagem 2: O futuro da igreja católica retratado nas duas revistas. À esquerda, digitalização da capa da *Veja* em 18 de setembro de 1968 e, à direita, digitalização da capa da *Time* em 22 de novembro de 1968⁴

É interessante que as duas revistas tenham apenas uma capa sobre religião cada, o que as aproxima. As duas puxam os assuntos para a realidade nacional. Apesar da capa da *Time* remeter

³ Tradução livre: Rebelião na igreja católica

⁴ Imagens retiradas dos acervos virtuais das duas revistas. Digitalização da capa de 18 de setembro de 1968 da *Veja* disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNQJRFQI> e digitalização da capa de 22 de novembro de 1968 da *Time* disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681122,00.html>

ao Vaticano, a matéria em si se mantém muito mais em uma área comportamental, enquanto a *Veja* puxa mais para a política. O importante aqui é ver a diferença na abordagem, *Veja* vai dar um olhar político e a matéria da *Time* é mais comportamental. Mais a frente, analisando outras edições, podemos ver que uma ou outra vai ter esse papel de puxar assuntos que não necessariamente têm a ver com política para essa área. De qualquer forma é importante lembrar que essa é a segunda edição da *Veja* e que sua primeira capa é sobre “O GRANDE DUELO NO MUNDO COMUNISTA”, então não é de se espantar que a segunda edição fale um pouco sobre comunismo, agora dentro da igreja. No fim, num tom geral, as duas publicações falam sobre as brigas e dificuldades de modernização da igreja, ou seja, as pautas são parecidas. Também é importante ver que a capa da *Veja* é anterior a da sua “influenciadora”, ou seja, não se pode dizer que a revista brasileira fez a capa por influência da americana, mas é claro que a proximidade das pautas mostra um alinhamento de pensamentos nos dois grupos editoriais.

Além das dificuldades da igreja católica, é comum identificar outros temas específicos se repetindo nas capas dos dois veículos, seja na mesma semana ou com algumas semanas de diferença. Por exemplo, o casamento da viúva de John Kennedy, Jacqueline, com o magnata grego Aristotle Onassis foi capa das duas revistas na semana de 25 de outubro de 1968. Mais uma vez vemos aqui que é como se os dois editores chefes “pensassem parecido”, com o respeito aos limites da comparação. A capa da *Veja* tem uma foto da ex-primeira-dama sozinha com a manchete “Ah, Jacqueline!” e uma chamada na orelha para uma matéria sobre olimpíadas, já a *Time* dedica sua capa inteiramente ao assunto, com um desenho do casal, Jackeline em primeiro plano, e a chamada na orelha “*Jackie`s Marriage*”⁵. E já que estamos falando desta capa, cabe pontuar aqui que a *Time* usa muito mais ilustrações e montagens fotográficas que a *Veja*, mas esse é um assunto que retomaremos mais adiante, quando nos debruçaremos apenas sobre a parte gráfica.

⁵ Tradução livre: O casamento de Jackie



Imagem 3: digitalizações das capas da semana de 25 de outubro de 1969 nas revistas *Time* e *Veja*, sobre o casamento de Jacqueline Kennedy⁶

Em novembro do mesmo ano, mais uma coincidência: ambas as revistas mencionaram as eleições americanas por duas semanas seguidas. Isso é normal para uma revista americana - afinal é a eleição nacional – e reforça a ideia de que na *Veja* a política internacional tem muito destaque, como dito anteriormente. Na semana anterior à eleição, 6 de novembro de 1968, *Veja* coloca em sua capa os rostos dos candidatos Nixon e Humphrey onde pode-se ler acima da foto em letras garrafais: “A ESCOLHA DECISIVA”. Na mesma semana, *Time* vem ilustrada com o retrato do então presidente dos Estados Unidos, Lyndon B. Johnson, dentro da forma de uma bomba e a frase também em letras garrafais sob a imagem: “*THE BOMBING DECISION*”⁷. Na edição seguinte, Nixon estampa a capa de *Time* enquanto *Veja* apresenta a seguinte orelha: “ENTREVISTAMOS NIXON”. Mais uma vez se pode perceber aqui como as duas revistas estão próximas, a ponto de usarem expressões parecidas.

⁶ Imagens retiradas dos acervos virtuais das duas revistas. Digitalização da capa de 25 de outubro de 1969 da *Time* disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681025,00.html> e capa de 25 de outubro da *Veja* disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNPQOCSE>

⁷ Tradução livre: “A DECISÃO BOMBÁSTICA”



Imagem 4: Digitalizações das capas de *Time* e de *Veja* na semana das eleições americanas de 1968.⁸

Essa edição também é interessante exemplo do artifício usado pela *Veja* mencionado anteriormente, de variar os temas entre a manchete e o texto de orelha da capa. Para não publicar duas capas seguidas sobre a eleição americana, o editor faz uma capa dedicada ao tema e na edição seguinte – com capa sobre política nacional – faz uma chamada na orelha superior voltando ao tema da capa anterior.



Imagem 5 – Digitalização da capa seguinte à da eleição americana, em 13 de novembro de 1968, com a chamada no canto superior esquerdo para a entrevista com Nixon.⁹

⁸ Imagens retiradas dos acervos digitais das duas revistas. Capa da *Time* “*The bombing decision*” disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681108,00.html> e capa da *Veja* “*A escolha decisiva*” disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNRDOEOO>

⁹ Imagem retirada do acervo digital da revista, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPNMRHNG>

A corrida espacial também é assunto repetido nos dois veículos. Em 6 dezembro de 1968 a manchete da revista americana é “*RACE FOR THE MOON*”¹⁰. Duas semanas depois *Veja* chega às bancas tendo como tema principal o “NATAL NA LUA... E NA TERRA”. O assunto se repete na publicação brasileira na semana seguinte, com a frase em destaque “O FUTURO COMEÇOU SÁBADO” e em 22 de janeiro volta a ser capa da publicação com “QUEM VAI CHEGAR ANTES?”, falando sobre os próximos passos da corrida. *Time* também volta a falar da chegada do homem à lua, na primeira semana de janeiro de 1969 a revista nomeia os astronautas que fizeram a viagem espacial, Anders, Borman e Lovell, os homens do ano.

É interessante aqui perceber a diferença já citada entre as duas linhas editoriais, uma de abordagem mais científica e tecnológica – preferida pela *Veja* – e outra com estilo mais próximo ao de um perfil, adotada por *Time*. Também é um bom exemplo de troca de papéis na escolha do tom político. Se na pauta sobre a igreja católica a *Veja* foi mais política, dessa vez é *Time* que explora esse lado na matéria. Na primeira capa da *Time* sobre a corrida espacial não é nem preciso ler seu conteúdo para saber o direcionamento do seu conteúdo: dois astronautas correm em direção à lua, um com uniforme americano e outro de uniforme soviético, há claramente um enfoque político. *Veja* deixa para abordar a fundo a disputa política apenas na terceira capa, enquanto *Time* só volta a tocar no assunto uma vez, dando muito mais destaque aos astronautas como personalidades do que como pesquisadores, conta a história de vida deles e sua trajetória.



Imagem 6: capas da *Time* sobre a corrida espacial, uma em 6 dezembro de 1968 e outra em 03 de janeiro de 1969¹¹

¹⁰ Tradução livre: “CORRIDA PARA A LUA”

¹¹ Imagens retiradas do acervo digital da revista. Capa de 6 de dezembro disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681206,00.html> e capa de 03 de janeiro de 1969 disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19690103,00.html>

A abordagem da *Veja* é mais técnica, na primeira edição sobre a chegada do homem à lua são oito páginas, todas explicando em detalhes que tipo de tecnologia tornou possível a viagem, como era a vida dentro do foguete e como ele funcionava. Já *Time* fala sobre a evolução do homem e das tecnologias até chegar ao momento atual, em que duas potências brigam para ver quem tem os equipamentos mais avançados. Para entender melhor essa comparação, abaixo estão transcritos os títulos e subtítulos das matérias da *Time* e na imagem X pode-se ler os títulos e subtítulos na *Veja*, ambas na primeira edição dedicada ao tema. Lendo-os é mais fácil entender como a cobertura da *Veja* foi mais técnica na primeira edição e como a *Time* foi diretamente no lado político da questão.

Título e subtítulo da matéria sobre a corrida espacial da revista *Time* edição de 6 de dezembro de 1968: “*Poised for the Leap*”¹² e “*The Crew of Apollo 8*”¹³

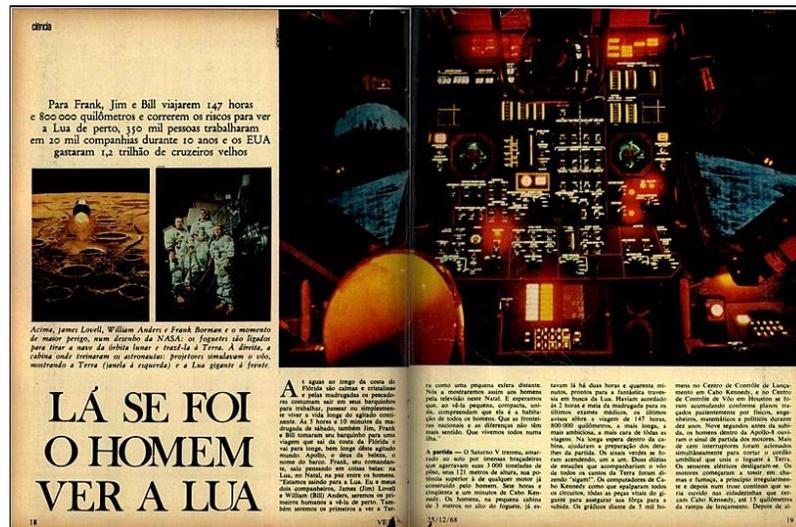


Imagem 7: Matéria sobre a corrida espacial da revista *Veja*, edição 16, de 25 de dezembro de 1968, páginas

18 e 19¹⁴

¹² Tradução livre: pronta para o salto

¹³ Tradução livre: a equipe da Apollo 8

¹⁴ Imagem retirada do acervo virtual da revista, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPOMCOFSE>



Imagem 8: Matérias sobre a corrida espacial da revista *Veja*, edição 16, de 25 de dezembro de 1968, páginas 20 e 21¹⁵

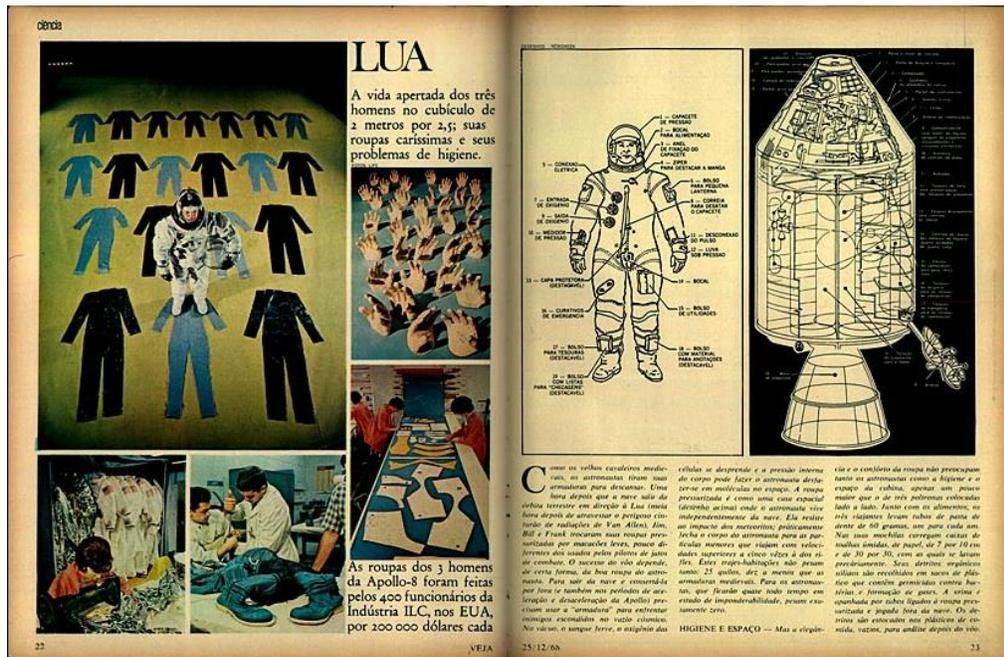


Imagem 9: Matérias sobre a corrida espacial da revista *Veja*, edição 16, de 25 de dezembro de 1968, páginas 22 e 23¹⁶

¹⁵ Imagem retirada do acervo digital da revista, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPOMLRIQQ>
¹⁶ Imagem retirada do acervo digital da revista, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPONFOHPO>

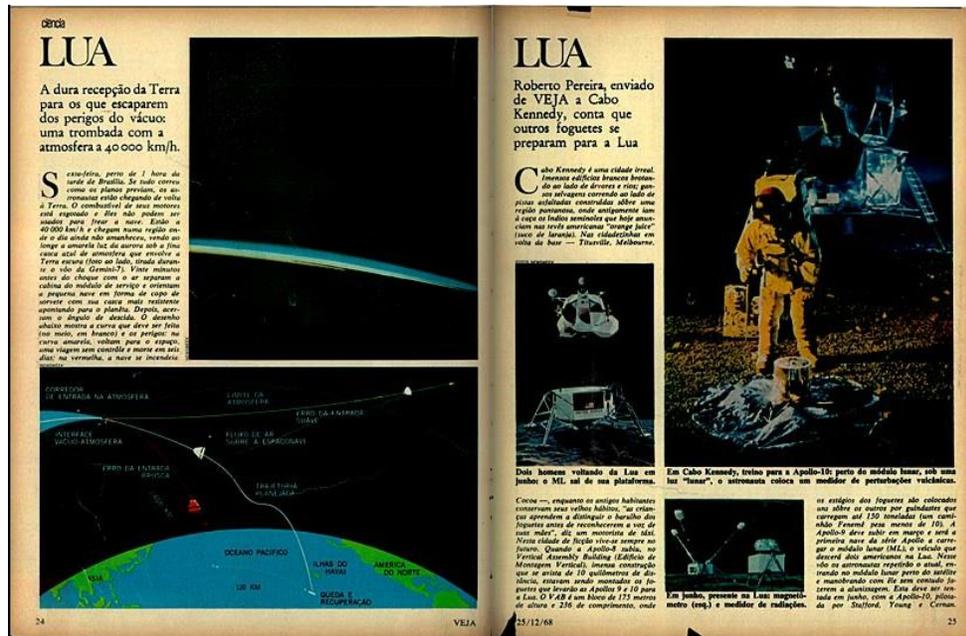


Imagem 10: Matérias sobre a corrida espacial da revista *Veja*, edição 16, de 25 de dezembro de 1968, páginas 24 e 25¹⁷

A diferença no número de matérias – 5 da *Veja* e 2 da *Time* - pode dar a impressão de que a *Veja* falou muito mais, logo deu muito mais destaque, mas o número de matérias não é o único sinal de importância, o que realmente mostra a relevância do tópico para a revista é o número de páginas dedicadas a ele. *Veja* tem mais matérias, mas elas são curtas, enquanto as da *Time* ocupam maior espaço dentro da publicação. Então no fim, pode-se dizer que as duas revistas deram o mesmo destaque para a corrida espacial nesta semana, de oito páginas. O que faz crer que *Veja* realmente deu mais importância ao tema é o número de capas, porque na edição seguinte novamente a conquista da lua está emoldurando a revista e no fim de janeiro ela volta a aparecer.

Enquanto isso, na semana seguinte a *Time* já parte para os conflitos árabes-israelenses, outro assunto específico que figura nos dois veículos. Na segunda semana de dezembro de 1968, Iasser Arafat ilustra a capa de *Time*, com a orelha “*THE ARAB COMMANDOS Defiant New Force in the Middle East*”¹⁸. Mais tarde, em 8 de janeiro de 1969, *Veja* coloca em sua capa a questão “*VOLTA A GUERRA?*” com a ilustração de guerrilheiros árabes em contraponto a um míssil israelense.

¹⁷ Imagem retirada do acervo digital da revista, disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPONORKOO>

¹⁸ Tradução livre: “OS COMANDOS ÁRABES A Nova Força Desafiadora no Oriente Médio”



Imagem 11: os conflitos árabes-israelenses nas capas da *Time* e da *Veja*¹⁹

Voltando à corrida espacial, vamos comparar o início da matéria principal da *Time* com o início da matéria principal da segunda edição que a *Veja* dedica ao assunto, a que está mais alinhada com a revista americana. Fica clara a influência textual que a *Time* da semana anterior tem na segunda matéria de capa *Veja*. Ambos os textos falam do ímpeto dos ancestrais humanos por evolução e como esse instinto perdura até hoje no homem, agora em busca de tecnologias mais avançadas.

Este é o início da principal matéria que a *Time* faz na cobertura sobre a conquista da lua:

“From the moment when living organisms appeared in the seas billions of years ago, they seemed driven by an instinctive urge to move beyond their own environment. Out of the dark waters they groped across aeons, toward the light and land and air. Like those remote ancestors, man, too, has driven continually to seek what he has never know before. He has ranged restlessly across the surfasse of this world; he has traveled back into the primordial oceans, he has learned to fly through his now familiar skies.”²⁰

¹⁹ Imagens retiradas dos acervos digitais das duas revistas. Capa da *Time* disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681213,00.html> e capa da *Veja* disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx?cod=JNIPOMCOFSE>

²⁰ Tradução livre: desde o momento em que organismos vivos apareceram nos mares há bilhões de anos, eles pareciam movidos por um instinto de urgência para mover-se além de seu próprio ambiente. Para fora das águas negras eles tatearam através da eternidade, na direção da luz e da terra e do ar. Como estes remotos ancestrais, o homem, também, tem caminhado continuamente procurando o que ele nunca soube antes. Ele vagou incessantemente através da superfície deste mundo; ele viajou de volta aos primitivos oceanos, ele aprendeu a voar pelos agora familiares céus.”

E este é o início da matéria de capa que a *Veja* publica na semana seguinte:

“No princípio, o pitecantrópous ergueu sua vista do solo e passou a chamar-se Homem. Viu o céu, as águas, a imensa extensão da natureza à sua frente e achou que tudo aquilo era seu, estava à sua espera. O momento em que descobriu que um osso poderia ser usado como arma ou instrumento de trabalho foi sublime; êle matou, construiu, tornou-se senhor das bêtas inferiores. Depois descobriu a forma de lavar suas feridas, de se recompor, tornou-se curioso sôbre seu corpo e sôbre si mesmo. Sua caminhada foi lenta no começo. A árvore da sabedoria produziu tênues galhos, folhas brilhantes nascendo vagarosamente durante milênios. De repente, explodiu num delírio de folhagem e flores. Da pedra vieram a flecha, o guindaste, o canhão, o foguete, a bomba nuclear; das folhas medicinais vieram os antibióticos, a cirurgia, o transplante; do trenó, a roda, o automóvel, o jato.”²¹

Não é uma tradução clara e óbvia do texto, mas a ideia é similar. Temos aqui uma referência a um antigo parente do ser humano (um pitecantrópous ou um organismo unicelular), que busca pelo desenvolvimento e que essa busca o leva a superar barreiras e tornar-se o que hoje se chama ser humano. Também é constante nos dois textos a exaltação desse instinto quase animal que nos leva a descobrir novas técnicas. Percebido isso, mais uma vez, volta-se a olhar para as datas. *Veja* publica esta segunda capa, mais alinhada com a da *Time*, justamente uma semana depois da revista americana publicar a sua. Apesar de não se poder afirmar que a *Veja* escolheu fazer uma segunda capa só para acompanhar *Time*, esse ocorrido é um forte indício da influência que uma tem sobre a outra. Esse exemplo também é bom para mostrar que a influência da revista americana não se limita apenas às capas da *Veja*, mas vai fundo no estilo da revista, até seu coração, o texto.

Por último, há também pautas que ganham as capas das duas revistas e que não são exatamente iguais, mas ainda podem ser relacionadas. Por exemplo, em setembro de 1968 o perfil de um astro do esporte que é paixão nacional nos Estados Unidos - o baseball – era a capa de *Time*. O lançador Denny McLain virou estrela e teve seu rosto emoldurado pelas famosas bordas vermelhas da revista. Também *Veja* escolheu a estrela do esporte que é paixão brasileira para fazer uma capa, Pelé foi perfilado pela revista em dezembro do mesmo ano. “O HERÓI DOS SUPER-HERÓIS” ou “EDSON, O SUPERPELÉ” como diz o título da matéria da *Veja* em 11 de dezembro

²¹ Texto retirado da matéria “Vejam quem chegou de repente: o futuro”, de 01 de janeiro de 1969. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPOOIOJNQ>

de 1968 recebe os louros do sucesso assim como o “tigre não domesticado” do qual *Time* fala em 13 de setembro do mesmo ano, na matéria da capa “*THE YEAR OF THE PITCHER*”²².



Imagem 12: digitalizações das capas de esportes nas duas revistas²³

Data	Tema	Manchete	Texto da orelha
11/09/1968	Política internacional	“O GRANDE DUELO NO MUNDO COMUNISTA”	“GRÁTIS COM ÊSTE NÚMERO: MAPA GIGANTE DO BRASIL”
18/09/1968	Religião	“PARA ONDE VAI A IGREJA?”	Sem orelha
25/09/1968	Política Nacional	“Por quem chora Ana Maria Palmeira? Seu marido, Vladimir, é um líder foragido”	“O FUTURO DE PORTUGAL”
02/10/1968	Política Nacional	“CASSADOS NA BALANÇA DA JUSTIÇA”	“Vladimir Palmeira ENTREVISTA EXCLUSIVA”
09/10/1968	Política Nacional	“A INCRÍVEL BATALHA DOS ESTUDANTES”	“PASSARINHO explica o afrouxo”
16/10/1968	Política Nacional	“TODOS PRESOS ASSIM ACABOU O CONGRESSO DA ex-UNE”	“APOLLO7 A três passos da lua”

²² Tradução livre: “o ano do lançador”

²³ Imagens retiradas dos acervos virtuais das duas revistas. Capa da *Time* “*The year of the pitcher*” disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19680913,00.html> e capa da *Veja* sobre o Pelé disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx?cod=JNIPOMCOFSE>

23/10/1968	Personalidades	“Ah, Jaqueline!”	“BRASIL NAS OLIMPIADAS”
30/10/1968	Política Nacional	“Os dias amargos de Costa e Silva”	“McNAMARA A pílula e o Brasil”
20/11/1968	Política Nacional	“PROCURA-SE Marighela CHEFE COMUNISTA – CRÍTICO DE FUTEBOL EM COPACABANA – FÃ DE CANTADORES DE FEIRA – ASSALTANTE DE BANCOS – GUERRILHEIRO – GRANDE APRECIADOR DE BATIDAS DE LIMÃO”	“O FUTURO DO CARRO NACIONAL”
27/11/1968	Música	“MÚSICA POPULAR: O PROTESTO DE ONTEM E DE HOJE”	“CARRO PARA TODOS”
04/12/1968	Política Nacional	“O CONGRESSO PRESSIONADO: CHEGAREMOS A ISTO?”	“MILLÔR ESTRÉIA”
11/12/1968	Personalidades	“O HERÓI DOS SUPER-HERÓIS”	“OS PADRES SUBVERSIVOS”
18/12/1968	Política nacional	Sem manchete	Sem orelha
25/12/1968	Ciência e Tecnologia	Sem manchete	“NATAL NA LUA... E NA TERRA”
01/01/1968	Ciência e Tecnologia	Sem manchete	“O FUTURO COMEÇOU SÁBADO”
08/01/1968	Política internacional	“VOLTA A GUERRA?”	Sem orelha
15/01/1969	Ciência e Tecnologia	“QUE VERÃO”	“VIDA FORA DA TERRA”
22/01/1969	Ciência e Tecnologia	“QUEM CHEGA ANTES?”	Sem orelha
29/01/1969	Política Internacional	Sem manchete	“PRAGA: A CONSCIÊNCIA PESADA DOS RUSSOS”

05/02/1969	Ciência e Tecnologia	Sem manchete	“A MARCHA DA CIÊNCIA”
12/02/1969	Esportes	“ASSIM SE GANHA A COPA?”	Sem orelha
19/02/1969	Sociedade	Sem manchete	“A MAIOR FESTA BRASILEIRA”
26/02/2009	Crime	“CAÇA AO AGIOTA”	“O CARNAVAL QUE PASSOU”

Tabela 1 – relação de temas, manchetes e notas de orelha na *Veja*.

Data	Tema	Manchete	Texto da orelha
13/09/1968	Personalidades	Sem manchete, breve legenda explicando quem é o retratado: “Denny McClain”	THE YEAR OF THE PITCHER
20/09/1968	Política Nacional	Sem manchete, apenas o nome do retratado com a sigla do partido dele sobreposta: “Spiro Agnew GOP”	BECOMING A HOUSEHOLD WORD
27/09/1968	Política Internacional	“RUSSIA’S DISSIDENT INTELLECTUALS SOLZHENTSYN”	Sem orelha
04/10/1968	Política Nacional	Sem manchete	LAW and ORDER
11/10/1968	Personalidades	Sem manchete, o texto está inserido na imagem pintado ao corpo de uma mulher “ROWAN AND MARTIN”, “Here Come the Judge” e “Irty Perry”	
18/10/1968	Política Nacional	Sem manchete	“THE REVOLT OF THE RIGH: Wallace and LeMay”
25/10/1968	Personalidades	Sem manchete	“Jackie’s Marriage”
01/11/1968	Política Nacional	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “Mayor Lindsay”	“New York: The Breakdown of a City”
08/11/1968	Política Internacional	“THE BOMBING DECISION”	sem faixa
15/11/1968	Política Nacional	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “RICHARD NIXON”	“The Election”
22/11/1968	Religião	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “Pope Paul”	“Rebellion in the Catholic Church”
29/11/1968	Economia	“WORLD MONEY CRISIS”	Sem orelha

06/12/1968	Ciência e Tecnologia	“RACE FOR THE MOON”	Sem faixa
13/12/1968	Política Internacional	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “FEADAYEEN LEADER ARAFAT”	“THE ARAB COMMANDOS Defiant New Force in the Middle East”
20/12/1968	Política Nacional	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: WILLIAM ROGERS: Nixon’s Secretary of State”	“THE NEW ADMINISTRATION”
27/12/1968	Música	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “JOHANN SEBASTIAN BACH”	“Music from the Fifth Evangelist”
03/01/1969	Personalidades	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “ASTRONAUTS ANDERS, BORMAN, LOVELL”	“MEN OF THE YEAR”
10/01/1969	Política Nacional	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “SENATOR EDWARD KENNEDY”	“THE DEMOCRATS REGROUP”
17/01/1969	Política Internacional	Apenas breve legenda explicando quem é o retratado: “FIAT’S GIOVANNI AGNELLI”	“ITALY: INDUSTRIALISTS AS HEROES”
24/01/1969	Política Nacional	Texto como parte da imagem: “RICHARD MILHOUS NIXON”	“TO HEAL A NATION Special Selection: The Task before the President”
31/01/1969	Sociedade	Sem manchete	“BLACK vs. JEW A Tragic Confrontation”
07/02/1969	Personalidades	Apenas uma legenda breve explicando quem são os retratados: “DUSTIN HOFFMAN AND MIA FARROW”	“THE YOUNG ACTORS Stars and Anti-Stars
14/02/1969	Política Internacional	Apenas uma legenda breve explicando quem é o retratado: “PRESIDENTIAL ADVISER KISSINGER”	“New Approaches to Friends and Foes”
21/02/1969	Ciência e tecnologia	Sem manchete	“WHAT’S WRONG WITH U.S. MEDICINE”

28/02/1969	Política nacional	Sem manchete	“NIXON’S TRIP The Stakes in Europe”
------------	-------------------	--------------	-------------------------------------

Tabela 2 – relação de temas, manchetes e notas de orelha na *Time*.

Tradução livre dos títulos e textos de orelha da *Time*

18/10/1968 “A revolta do correto: Wallace e LeMay”

25/10/1968 “O casamento de Jackie”

01/11/1968 “Prefeito Lindsay” e “Nova Iorque: o colapso de uma cidade”

08/11/1968 “A decisão bombante”

15/11/1968 “A eleição”

22/11/1968 “Papa Paulo” e “Rebelião na igreja católica”

29/11/1968 “A crise financeira do mundo”

06/12/1968 “Corrida para a lua”

13/12/1968 “Líder da Fedayeen Arafat” e “Os commandos árabes. A nova força desafiadora no Oriente Médio”

20/12/1968 William Rogers: secretário de Estado de Nixon” e “a nova administração”

27/12/1968 “Música do quinto evangelista”

03/01/1969 “Astronautas Anders, Borman, Lovell” e “Homens do ano”

10/01/1969 “Senador Edward Kennedy” e “Os democratas se reagrupam”

17/01/1969 “Giovanni Agnelli, da Fiat” e “Íália: Industrialistas como heróis”

24/01/1969 “Para curar uma nação. Seleção especial: a tarefa antes do presidente”

31/01/1969 “Negros versus judeus. Um trágico confronto”

07/02/1969 “Dustin Hoffman e Mia Farrow” e “Os jovens atores. Estrelas e anti-estrelas.”

14/02/1969 “O conselheiro presidencial, Kissinger” e “Novo combate entre amigos e inimigos”

21/02/1969 “O que há de errado com a medicina dos Estados Unidos”

28/02/1969 “A viagem de Nixon. Os stakes na Europa”

2.2 Comparação gráfica entre *Time* e *Veja*

A primeira coisa que se percebe ao analisar as cinquenta capas é que a forte influência observada na parte textual e na escolha das pautas não se mantém na mesma intensidade quando o foco é na parte gráfica. *Time* tem um projeto gráfico muito mais ambicioso e moderno do que o da *Veja*. Isso fica reafirmado ao ler as revistas. As cartas do editor da *Veja* em suas primeiras edições explicam um pouco como é o processo de produção da revista e, em 26 de fevereiro de 1969, Mino Carta deixa claro que existe um direcionamento para um padrão gráfico menos despojado. Esse texto deixa claro que existe uma escala de importância muito maior para o texto do que para o projeto gráfico na revista. Segue abaixo um fragmento da carta:

“Nem sempre os leitores que nos escrevem para falar de *VEJA* dizem coisas muito agradáveis. Por exemplo, este: ‘*VEJA* não é uma revolução na imprensa brasileira: ela não apresenta novidades gráficas, fotos grandes, variedades de letras, títulos rasgados’. Êste leitor decepcionado exagera a importância da forma, diminui o conteúdo. Talvez sofra de um mal comum hoje em dia: a embalagem às vezes convence mais do que o produto. Mas, antes de tudo, êle comete um equívoco: graficamente, *VEJA* não tem grandes ambições. Ela não pretende inovar, muito menos fazer revoluções neste setor que os especialistas em comunicações de massa chamam de visual. *VEJA* se preocupa, mais do que com os olhos, com os pensamentos dos seus leitores. Dá valor a uma boa ilustração, desde que possa complementar uma informação ou oferecer suporte a uma idéia. *VEJA* pretende analisar e explicar os fatos: para isso vive e por isso acredita em si mesma. Não será esta a novidade importante: uma revista brasileira de informação?’”²⁴

Para organizar a análise gráfica das revistas, essa também será dividida em etapas. Os segmentos serão: a imagem central da capa, os elementos padrão (margem, faixa da orelha e logotipo), as cores usadas e os tipos de letra.

²⁴ Texto retirado da carta ao leitor assinada por Mino Carta em 26 de fevereiro de 1969, acessível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPPONMCMK>

2.2.1 Imagens de capa

Ao analisar as imagens das capas já se começa a perceber porque se pode afirmar que o projeto gráfico da *Time* é mais moderno. As imagens que encapam *Time* geralmente têm alguma intervenção, como uma montagem de fotos ou uma ilustração sobreposta à fotografia, muitas levam até assinatura do autor, como verdadeiras peças de arte. Inclusive, a assinatura do autor é uma prática adotada desde a primeira *Time*, em 3 de março de 1923 e vai ser vista em diversas outras revistas, inclusive a *New Yorker* e a *Piauí*, que também serão analisadas nesse trabalho. Enquanto isso, as capas da *Veja* são em sua maioria fotos cruas, apenas com uma manchete em cima. Essa é uma diferença clara entre as duas revistas, que fica ainda mais evidente ao olharmos os números: das 25 capas da *Time* analisadas 18 são ilustrações e apenas uma é uma foto crua, enquanto entre as edições selecionadas da *Veja* só quatro são ilustrações e 12 são fotos sem qualquer tipo de intervenção.

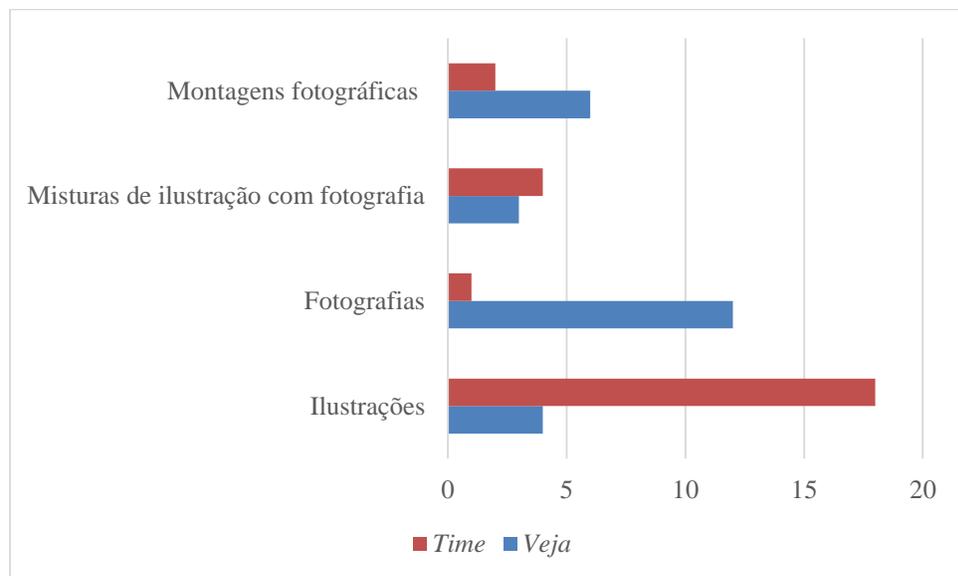


Gráfico 3: Tipos de imagem e capa na *Time* em comparação à *Veja*.



Imagem 13: A gritante diferença entre uma capa da *Time* feita com montagem fotográfica e uma da *Veja*, a foto crua.²⁵

2.2.2 Elementos padrão

As duas revistas vão apresentar os mesmos elementos padrão nas capas: a moldura, o logotipo centralizado ao alto e a faixa de orelha com alguma chamada. A diferença é que, na *Time*, todos esses ícones se adaptam ao tema da manchete em diferentes ocasiões, por exemplo, a margem pode não se restringir apenas às bordas, como se entrasse na capa e fizesse parte da imagem, e o logotipo pode mudar seu estilo também, apesar disso ser mais raro.



Imagem 14: digitalização da capa da *Time* em 7 de fevereiro de 1969 e foto da capa de *Veja* na mesma semana, datada de 11 de setembro de 1968.²⁶

²⁵ Imagens retiradas dos acervos digitais das duas revistas. Capa da *Time* disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681101,00.html> e capa da *Veja* disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx?cod=JNIPOMCOFSE>

²⁶ Imagens retiradas dos acervos virtuais das duas revistas. Capa da *Time* disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19690207,00.html> e capa da *Veja* disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPPOORMNE>

A começar pelas margens, uma característica comum entre as duas revistas. *Time* tem a tradicional faixa vermelha, usada desde 3 de janeiro 1927, com uma linha fina branca que acompanha pelo lado de dentro do retângulo. Como todos os elementos padrões da capa da *Time*, a moldura muitas vezes se adapta à imagem, algumas vezes a margem invade o espaço da capa e também a imagem de capa pode invadir o espaço da margem, a listra branca também some em algumas edições, em outras a margem ganha textura. Abaixo, a imagem 15 mostra dois exemplos de edições em que a margem vermelha da *Time* foge ao padrão para dialogar com a imagem de capa. À esquerda, a margem pode ser interpretada como o fundo intenso de uma violenta confusão, que retrata a situação da cidade de Nova Iorque em outubro de 68. À direita, confunde-se ao avermelhado dos tijolos na parede retratada e perde a listra branca que a acompanha.

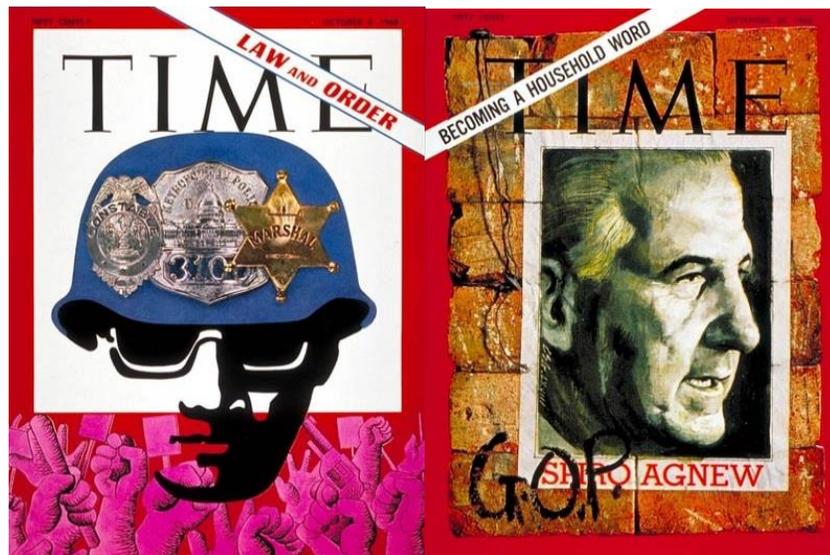


Imagem 15: A moldura como parte da capa – *Time* em 4 de outubro de 1968 e em 8 de novembro do mesmo ano.²⁷

Já a moldura na *Veja* é muito mais simples. A fina linha preta acompanhada de uma faixa branca externa nunca sofre qualquer tipo de intervenção e deixa de ser usada em 5 fevereiro de 1969, quando a revista usa apenas uma faixa branca e espessa, aproximadamente das proporções da faixa vermelha da *Time*, mas já na edição seguinte não se vê mais moldura alguma.

²⁷ Imagens retiradas do acervo digital da revista *Time*. Disponíveis em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681004,00.html> e <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19680920,00.html>



Imagem 16: digitalização de fragmento da capa da *Veja* em 5 de fevereiro de 1969, a única entre as 25 analisadas a apresentar uma faixa branca sem a linha preta.²⁸

O logotipo é o único ponto onde a *Veja* tem um estilo mais moderno do que a *Time*. O logo da *Time* leva um tipo de letra clássica, com características romanas. Já o da *Veja* é mais moderno, sem serifas e todo em caixa baixa. As duas revistas não mudam muito o logotipo de uma edição para a outra. Para os dois veículos, seu lugar é sempre centralizado ao alto e em geral na cor preta. Com exceção de duas capas em que fez mudanças mais radicais (a capa de 8 de novembro de 1968, ilustrada acima, tinha o logo vazado e a capa de 29 de novembro de 1968, ilustrada abaixo, com as letras alternando entre preto e branco), a *Time* só mexe em seu logo para mudar de cor, o que em geral é para vermelho, branco ou azul, nessa ordem.

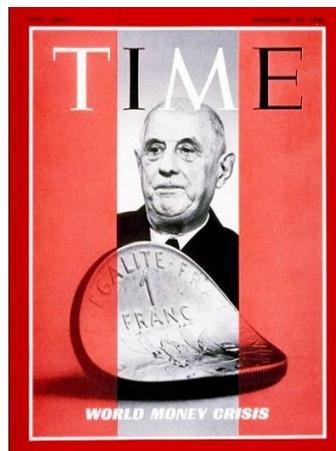


Imagem 17: Digitalização da capa de 29 de novembro de 1968, uma das únicas em que o logotipo da *Time* foge ao padrão, ganhando duas cores.²⁹

²⁸ Imagem retirada do acervo digital da revista *Time*. Disponível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPPPGPFNE>

²⁹ Imagem retirada do acervo digital da revista, disponível em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681129,00.html>

Já na *Veja*, a única mudança que se faz no logotipo é na cor, o que também não aconteceu muitas vezes, apresentando uma taxa de variação menor do que a da *Time*. É importante lembrar que as edições escolhidas para análise são o retrato de uma *Veja* ainda em fase de testes até chegar a um perfil concreto. Não à toa, é só depois de três meses nas bancas, em 18 de dezembro de 1968, que aparece o primeiro logotipo com uma cor diferente, em vermelho. Até então a revista também possuía um retângulo branco sob o logo - este sempre em preto - separando o nome da revista da imagem de capa. Essa divisão deixa de existir na edição de 25 de dezembro de 1968. Foi observado também que durante o ano de 1969 o logotipo da *Veja* começa a parecer mais vezes em amarelo, mas como essa é uma mudança que ocorre fora do espaço estabelecido para análise, ela fica de fora das tabelas aqui encontradas.



Imagem 18: Mudanças no logo – à esquerda, a capa de 4 de dezembro, ainda no padrão inicial, com o retângulo branco ao fundo separando o logotipo preto da imagem. No meio, a separação entre logo e foto permanece, mas pela primeira vez o nome da revista vem escrito em outra cor. À direita, o novo layout da capa, sem a separação entre logo e imagem e com o nome da revista escrito em branco.³⁰

³⁰ Imagens retiradas do acervo digital da revista. Disponíveis em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPQEROMC> e <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPORHRPRM> e <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPORROORK>

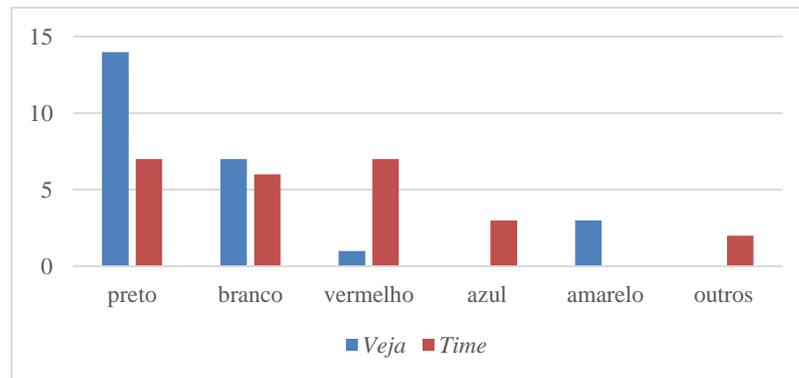


Gráfico 4: Comparação das cores de logotipo na *Time* e na *Veja*.

As duas revistas possuem, em grande parte de suas edições, faixas diagonais que ficam em alguma das pontas da página criando uma orelha. A frequência no uso da faixa é praticamente a mesma: 19 edições na *Veja* e vinte na *Time*. A orelha da *Time* é encontrada em geral no canto superior direito e sempre se sobrepondo ao logo e à moldura da revista. Já nas capas da *Veja*, sua localização padrão é no canto superior esquerdo e ela nunca se sobrepõe ao logotipo. As faixas da *Time* também costumam ter menos texto, 14 das vinte faixas tinham apenas uma linha, enquanto nas 19 capas da *Veja* que usam o recurso, o texto ocupa duas linhas em dez edições.

Apesar de ser um elemento em comum para as duas revistas, cada uma usa a orelha para um motivo diferente. Na *Veja*, ela geralmente serve como um espaço para pautas secundárias e na *Time* é sempre o lugar onde ficam as manchetes. Talvez até por isso os textos da *Veja* nesta área sejam mais longos, porque na *Time* a manchete tem o auxílio da imagem e na *Veja* é preciso introduzir um novo assunto. Outro resultado prático dessa diferença é que as imagens de capa da *Time* acabam ficando mais limpas e ganham mais atenção do leitor sem nenhum texto por cima, enquanto a *Veja* tem a possibilidade de colocar duas matérias na capa, mas ao mesmo tempo a imagem fica “sufocada” entre diferentes manchetes.

É importante deixar claro que a faixa da *Veja* não necessariamente é uma influência da *Time*, já que outras revistas brasileiras da época, como a revista *Realidade*, utilizavam-se desse recurso também. Inclusive, *Realidade* apresentava faixas exatamente no mesmo lugar que a *Time* – o canto superior direito – e também sempre se sobrepondo ao logotipo.

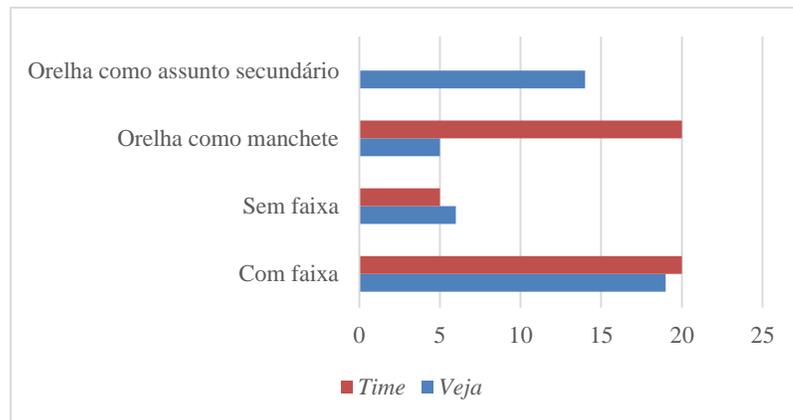


Gráfico 5: Comparação do uso das orelhas na *Time* e na *Veja*.

2.2.3 Cores

A partir da análise dos elementos gráficos, percebe-se repetidamente o uso de três cores nas duas revistas: preto, branco e vermelho. Uma curiosidade é descoberta quando se observa a frequência no uso das cores que seguem essas três no ranking. Na *Time*, as quatro cores mais usadas são as três principais e o azul – ou seja, o preto, mais as cores da bandeira americana. Enquanto na *Veja*, observa-se muito o uso do azul, amarelo e verde, como a bandeira brasileira. É importante ressaltar aqui que até os tons são parecidos, por exemplo, o verde usado na *Veja* não é um verde claro ou musgo, é verde-bandeira.

Esse padrão se repetirá na análise das revistas *Época* e *Focus*, a primeira brasileira e segunda de origem alemã, que por contrato seguem o mesmo padrão gráfico. Coincidentemente chama a atenção o uso abusivo do preto, amarelo e vermelho ou vinho – o que leva a uma associação com as cores da bandeira alemã. Esse detalhe não fica evidente ao se observar uma única capa, mas sim durante uma longa análise, como a feita aqui, contabilizando o uso de cada cor em cada elemento gráfico em cada edição.

O motivo dessa curiosa combinação de cores idêntica às das respectivas bandeiras nacionais não foi descoberto em conversas com editores de imagem, mas é pouco provável que seja apenas uma feliz coincidência. Também não se pode dizer que é por falta de escolhas nas tintas disponíveis à época que *Time* e *Veja* terão estas cores. Afinal, a *Realidade*, revista da mesma editora da *Veja* que circulava na mesma época – e, portanto, do mesmo parque gráfico – fazia logotipos em marrom, roxo e laranja. E não é nem necessário observar que, se entre as revistas brasileiras já era possível usar diferentes cores na impressão, entre as americanas isso já era regra, o que impede a explicação de que a *Time* só teria as cores da bandeira americana para imprimir suas capas.

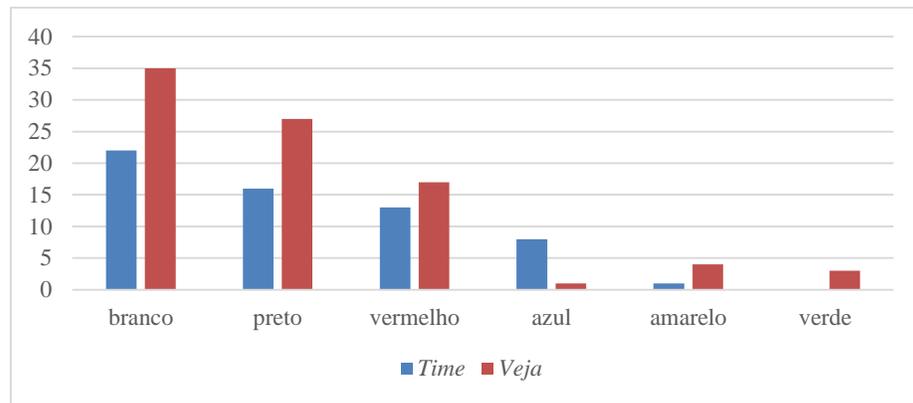


Gráfico 6: Uso das cores na *Time* em comparação com a *Veja*.

2.2.4 Tipos de letra

Seguindo a linha de adaptação ao tema central, os tipos de letra da *Time* também variam muito. Eles serão encontrados em dois lugares da capa: ou na parte inferior, servindo como uma legenda rápida da imagem, ou na faixa da orelha. Os textos nas orelhas da *Time* variam em cores e tipos de acordo com a imagem da capa. Por exemplo, na imagem abaixo pode-se ver a diferença entre os textos da orelha da capa na esquerda, homenageando Sebastian Bach, e na direita, com até duas cores de letra e uma mesma linha, algo impensável na *Veja*.



Imagem 17: orelhas de *Time* com mais de uma cor e estilo – capas da revista em 27 de dezembro de 1968 (esquerda) e em 24 de janeiro de 1969³¹

³¹ Imagens retiradas do acervo digital da revista *Time* disponíveis em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681227,00.html> e em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19690124,00.html>

Já os textos que ficam na parte inferior da capa são mais padronizados. A legenda da imagem geralmente vem em branco, toda escrita em caixa alta e com extensão de uma a três linhas. Em 12 edições se encontra esse tipo de texto, que serve apenas para dar o nome do retratado e alguma definição, como profissão ou cargo. De todas essas, apenas uma vez tinha cor azul e outra em preto, a caixa alta só deixa de ser usada na legenda inteira uma única vez.

Também são encontrados textos que fazem parte da imagem, o que acontece três vezes (duas delas exemplificadas abaixo na imagem X) e em mais outras três edições o texto da capa é uma manchete em vez de ser uma simples legenda, mas nessas mesmas edições não existe faixa na orelha da capa, o que reforça a ideia de que a *Time* usa as orelhas como o lugar da manchete. Nesses últimos três casos, também, era sempre a mesma fonte, a mesma cor (branco) e a mesma localização do texto (abaixo, ao centro). Isso tudo é para mostrar que, mesmo texto muito mais flexibilidade do que a *Veja*, a *Time* ainda tem, sim, um padrão, mesmo quando ela foge ao próprio padrão.



Imagem 18: Exemplos de textos incluídos na imagem em capas da *Time*³²

Na *Veja* as letras mal trocam de tamanho, quanto mais de estilo. São observados, como na *Time*, dois modelos de texto: o texto da orelha e o texto solto na capa. A grande diferença aqui, como já dito anteriormente, é que na *Veja* o texto na orelha é sobre um assunto diferente do principal na maioria dos casos, enquanto na *Time* é sempre um só pauta na capa. O estilo do texto nas faixas não muda muito: sempre caixa alta e letra bastão, a maioria em branco. Quando o texto tem mais de uma linha, a segunda linha costuma ser de tamanho menor do que a primeira ou em caixa baixa, enquanto a primeira é em caixa alta.

³² Imagens retiradas do acervo digital da revista *Time*. Disponíveis em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19680927,00.html> e em <http://content.time.com/time/covers/0,16641,19681011,00.html>

Já o texto na capa varia mais de estilo, inclusive varia mais do que os textos desse mesmo tipo encontrados nas capas da *Time*. A começar que não tem local certo: dois estavam no alto da página, cinco no meio, oito na metade inferior e sete tinham fragmentos em diferentes locais da capa, três edições não tinham texto algum. Em três edições o texto fazia parte da imagem e em apenas quatro o texto só servia de legenda para a imagem, como é visto na *Time*, nas outras o que se encontra são manchetes. Os tamanhos das letras variam, alguns ainda são levemente inclinados, como se estivessem em itálico. A extensão do texto na capa também é muito maior do que a da *Time*, tendo de uma a cinco linhas, mas também como na *Time* a maioria fica em três linhas. Essa análise nos mostra quem, no geral, a *Veja* é mais tradicional em suas capas, mas que em alguns pontos chega a ousar mais do que a *Time*, usando, por exemplo, diferentes tipos de texto em uma mesma capa, como mostra a figura 19, abaixo.

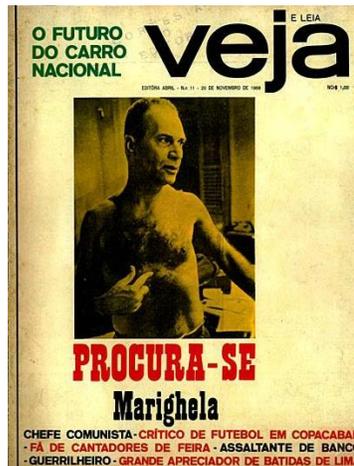


Figura 19: digitalização da capa de 20 de novembro de 1968 da *Veja*³³

Da comparação entre *Time* e *Veja* se depreende, portanto, que há uma clara similaridade tanto no texto quanto nos padrões gráficos, apesar de a revista americana apresentar um perfil gráfico mais arrojado. Os itens fixos são similares nas duas revistas e os assuntos abordados também apresentam muitos pontos de aproximação.

³³ Imagem retirada do acervo digital da revista *Veja*, acessível em <http://veja.abril.com.br/acervodigital/?cod=JNIPPPQMENQ>

3. *The New Yorker* e *piauí*

Este capítulo se destina às revistas *piauí* e *The New Yorker*. O modelo de comparação entre as duas será semelhante ao de *Time* e *Veja*, entretanto serão necessárias algumas adaptações, porque, como será possível perceber, as capas de ambas as revistas não possuem padrões fixos como os de *Time* e *Veja*. Outra diferença é que *piauí* e *The New Yorker* não têm a mesma periodicidade – *piauí* é mensal e *The New Yorker* é semanal – o que afeta a base de dados. Caso fossem analisados os primeiros seis meses da publicação brasileira, como nas outras duas comparações deste trabalho, a qualidade da análise seria afetada pelo reduzido número de exemplares avaliados. Por isso, visando manter uma base de dados tão rica quanto as demais, foi adotado o mesmo número de edições de *Veja* analisadas – vinte e cinco – de *piauí* e o correspondente em tempo de *New Yorker*, 99 edições. É sempre melhor se pecar pelo excesso.

Antes da comparação, no entanto, é preciso entender o porquê da escolha de *The New Yorker* para comparar *piauí*. Numa entrevista realizada com João Moreira Salles, criador de *Piauí*, em fevereiro de 2013, foram abordados assuntos como as influências que ele teve para criar a revista e o que o motivou. O documentarista também falou sobre o padrão (ou a falta de padrão) gráfico do veículo. A partir de sua fala ficou clara a influência de *New Yorker* – revista da qual Salles é leitor – e de outras revistas brasileiras. No primeiro item deste capítulo figuram algumas das declarações colhidas neste dia que esclarecem muito sobre o perfil da *piauí*.

3.1 Jornalismo literário e as influências na criação da *piauí*

A revista *The New Yorker* sempre foi tida como um símbolo do jornalismo literário mundial. Iniciado com Truman Capote, que inclusive fez parte da redação da *The new Yorker*, e consolidado com Tom Wolfe e Gay Talese, o jornalismo literário é uma resposta ao tipo texto que estava em voga nas redações americanas na década de 70. É interessante fazer uma observação aqui: esse jornalismo criticado pelas correntes literárias é exatamente o praticado pela *Time* e que influenciou a criação da *Veja*, não é sem motivo que essas revistas foram escolhidas para a análise e também não é uma coincidência a ordem em que elas estão sendo apresentadas. Voltando aos anos setenta, o que mais se via nas páginas de revistas e diários eram modelos de pirâmide invertida e lide, que privilegiavam a informação, mas não possuíam detalhes como um movimento facial do entrevistado quando questionado sobre algo polêmico, nem abriam espaço para o autor desenvolver seu estilo. Os textos seguiam uma forma fechada, não tinha o que muitos jornalistas chamam de

“molho”. É por isso que surge a corrente literária entre os jornalistas, para aqueles que sentem falta dos textos mais descritivos, com maiores detalhes e, por consequência, mais longos. Aliás, Matinas Suzuki Jr. aponta que a semente do jornalismo literário nasce na própria *The New Yorker*, quando uma edição inteira da revista é dedicada ao texto Hiroshima, de John Hersey.³⁴

Muito antes disso, porém, em fevereiro de 1925, surge "a revista que não é editada para a velha senhora de Dubuque"³⁵, como diz em seu editorial do primeiro número. Segue abaixo um fragmento da carta do editor que fala sobre a proposta da revista:

“The New Yorker starts with a declaration of serious purpose but with a concomitant declaration that it will not be too serious in executing it. It hopes to reflect metropolitan life, to keep up with events and affairs of the day, to be gay, humorous, satirical but to be more than a jester.

It will publish facts that it will have to go behind the scenes to get, but it will not deal in scandal for the sake of scandal nor sensation for the sake of sensation. It will try conscientiously to keep its readers informed of what is going on the fields in which they are not interested. It has announced that it is not edited for the old lady in Dubuque.”³⁶



Imagem 20: Digitalização da primeira capa da *The New Yorker*.³⁷

³⁴ <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/showNews/al021020021.htm>

³⁵ “it is not edited for the old lady in Dubuque.” Carta do editor da *The New Yorker* edição 01.

³⁶ TRADUÇÃO LIVRE DA AUTORA: "The New Yorker começa com uma declaração de propósito sério, mas com uma declaração concomitante de que não será tão séria executando isso. Ela espera refletir a vida metropolitana, se manter a par dos eventos e assuntos do dia, ser gay, bem humorada, satírica, mas ser mais do que um bobo da corte. Vai publicar fatos que serão necessários ir por detrás das cenas para conseguir, mas não vai lidar com escândalo pelo escândalo puro em si nem com a sensação pela sensação pura em si. Vai tentar conscientemente manter seus leitores informados do que está acontecendo nas áreas nas quais ele não está interessado. É anunciado que essa não é uma revista editada para a senhora em Dubuque.”

³⁷ Imagem retirada do acervo digital da revista, acessível em <http://archives.newyorker.com/?i=1925-02-21#folio=CV1>

Hoje é muito conhecida não só pela irreverência e pelas capas com ilustrações feitas muitas vezes por artistas plásticos - como Art Spiegelman, Robert Crumb e Barry Blitt - mas também pela rigorosa checagem dos dados. João Moreira Salles, um dos fundadores da revista *Piauí*, em entrevista concedida em fevereiro de 2013 deixa claro que essa também é uma influência da revista americana na sua: “Fazer jornalismo literário não abre brechas para a ficção dentro do trabalho. A *New Yorker* com certeza é uma influência para nós, gráfica e narrativa, e o rigor que eles têm ao certificar que cada informação está correta é algo que buscamos alcançar. É claro que não temos nem renda nem pessoal o suficiente para checar cada aspa com cada entrevistado como eles fazem, mas queremos ter o máximo de fidelidade possível. Lá existe um andar inteiro só para os checadores, aqui estamos longe dessa realidade. Essa é uma coisa que está ficando rara aqui no Brasil, poucos veículos investem tanto na revisão. A *Veja* é um dos poucos lugares que ainda tem isso”.

Se *The New Yorker* é referência do jornalismo literário global, a revista *Realidade* (1966 – 1976) é um expoente nacional do gênero. “A *Realidade* é um grande exemplo que tomamos. A impressão que tínhamos na época da criação da *Piauí* era que as revistas estavam todas muito parecidas. Faltava algo nas bancas, elas eram homogêneas. Não queríamos fazer uma nova revista *Realidade*, até porque já tinham se passado três décadas, a situação era outra e o leitor também, mas faltava algo que falasse uma língua diferente dos outros veículos, que era um pouco do que a *Realidade* e a revista *Senhor* faziam”, explica Moreira Salles. A influência de *Realidade* pode ser considerada um dos poucos pontos em comum entre *Piauí* e *Veja* (apesar de *Veja* muitas vezes ser apontada como um dos motivos do fim de *Realidade*) e é interessante perceber como dois veículos tão diferentes bebem da mesma fonte. É preciso atentar para o fato de que tanto *Realidade* quanto *Senhor* (1959-1964), as duas grandes influências nacionais citadas por Moreira Salles, são revistas que abrigaram grandes autores da literatura brasileira, como Cecília Meireles, Graciliano Ramos e Guimarães Rosa, nomes que por si já denotam o caráter literário das publicações.



Imagem 21: Reprodução de capas da revista *Realidade*, inspiração para *Veja* e *Piauí*.³⁸

É bom prestar atenção à capa da direita, porque este modelo de capa será visto com frequência na *piauí*. Não apenas a distribuição das chamadas, alinhadas verticalmente ao lado esquerdo da capa, mas também a forma de escrita: “UMA HISTÓRIA INÉDITA DE” ou “TUDO SOBRE” são expressões comuns às chamadas nas capas da *piauí*, que serão listadas mais a diante.

A revista *Senhor* também tem clara influência gráfica em *piauí*, basta ver algumas capas. Assim como a primeira, *piauí* apresenta as chamadas para as matérias em listas ou espalhadas pela capa, mas sempre com várias chamadas na capa, ao contrário do que acontece, por exemplo em *Veja*, *Time* ou *Época*. A disposição da logo em *Senhor*, assim como na *piauí* não é fixa, mas na *Senhor* nem mesmo o padrão gráfico do logotipo é constante. Há edições em que aparece o SR. com senhor escrito dentro da letra R e edições em que apenas se escreve Senhor, toda a palavra em caixa alta.

³⁸ Digitalizações das capas retiradas dos sites <http://veja.abril.com.br/blog/sobre-imagens/mulheres/a-ultima-chance-dos-ultimos-guerreiros/> e <http://fontecom.files.wordpress.com/2011/06/realidade02.jpg>



Imagem 22: Reprodução de capas da revista *Senhor* – inspiração para *Piauí*.³⁹

O padrão gráfico desde o nascimento da *piauí* combinava com a ideia de rompimento com o que se encontrava nas bancas. “Queríamos algo realmente diferente. De tamanho diferente (26,5 x 34,8 cm enquanto as outras revistas têm 20 x 27), com uma capa diferente. Desde o início determinamos que a capa ia ter uma imagem sem conexão nenhuma com o título. Nós não temos nem equipe fixa, a ideia é que cada edição é única, são raras as pessoas que publicam em várias edições, buscamos uma coisa plural, onde escreve desde o jornalista iniciante com muito talento até o cronista super experiente”, explica Moreira Salles. No entanto, quando perguntado se o que se faz ali é jornalismo literário ou ficção, ele é taxativo: “não dá para comparar o que fazemos ali com literatura. Seria arrogante da minha parte. Fazemos jornalismo, contamos boas histórias de uma forma diferente da que se vê na maior parte dos jornais e revistas. É isso”.

Sem negar a influência de *The New Yorker*, sendo ele mesmo um leitor assíduo da publicação criada por Harold Ross, Moreira Salles afirma que a *piauí* tem um estilo próprio e o título mostra isso, como ele mesmo define “tem influência da imprensa americana sem perder o jeito brasileiro”. Criada em 2006 sem qualquer pesquisa de mercado, indo contra todas as regras do mercado empresarial, *piauí*, pela definição de seu criador “foi feita pra preencher o espaço vazio que percebíamos na banca”, ou como o slogan da revista diz, “para quem tem um parafuso a mais”.

³⁹ Digitalizações das capas da revista *Senhor* retiradas dos sites http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-513471001-revista-senhor-1961-numero-31-_JM e http://produto.mercadolivre.com.br/MLB-523331207-revista-senhor-marco-de-1962-_JM?redirectedFromParent=MLB511020703

Moreira Salles afirma que nem ele mesmo acreditava que a publicação iria tão longe: “quando lançamos cheguei a consultar algumas pessoas do mercado e todo mundo dizia que íamos conseguir umas cinco, seis edições no máximo. Hoje já são mais de setenta. Nem eu achava que iria tão longe. Ainda não geramos lucro, mas a cada edição a diferença entre o investimento e o faturamento diminui”. Hoje, segundo seus cálculos, *piauí* vende mais de 80 mil cópias. Abaixo, um fragmento do “*trailer*” da *piauí* distribuído pouco antes de seu lançamento a todos os assinantes das revistas da editora Abril, responsável por sua distribuição (e apenas a distribuição, não é a Abril que a produz).

“*piauí* será uma revista para quem gosta de ler. Para quem gosta de histórias com começo, meio e fim. Como não se inventou nada melhor do que gente (apesar de inúmeras exceções, vide... deixa pra lá), a revista contará histórias de mulheres e homens. Ela pretende relatar como pessoas vivem, amam e trabalham, sofrem ou se divertem, como enfrentam problemas e como sonham. *piauí* partirá sempre da vida concreta, da experiência vivida, do testemunho, da narrativa -e não do Google.

A revista será mensal. A periodicidade de quatro semanas permitirá que ela aprofunde os assuntos, em vez de resumi-los. Suas reportagens, relatos e diários terminarão quando o assunto terminar, em vez de serem espremidos porque o espaço chegou ao fim. O acabamento, tanto na escrita como na apresentação gráfica, será caprichado. Para que *piauí* fique bonita, tenha bastante coisa para ler e ver, e dure um mês na mão do leitor, ela terá um formato maior do que o tradicional.

piauí será uma revista de reportagens. Ela buscará os temas atuais, embora não tenha pressa em chegar primeiro às últimas notícias. Levará em conta que a informação vem antes do comentário e que a opinião precisa dos fatos. Apurará com rigor e escreverá com clareza. Fugirá dos clichês e envidará todos os esforços para eivar expressões como “envidar todos os esforços”. Usará um vocabulário com mais de cem palavras. Mas não irá ao dicionário à cata de vocábulos especiosos (como o que vem logo antes da abertura deste aconchegante parêntese). Não terá restrições temáticas, políticas ou ideológicas. Preferirá a serenidade ao histrionismo, a suavidade da música de câmara ao estrondo das marchas militares. Cobrirá qualquer assunto que uma reportagem possa tornar interessante. Vale tudo: esporte, medicina, odontologia, política, cultura, a picante vida sexual do porco-espinho, religião, numismática, urbanismo, filosofia, as agruras do Palmeiras, do marxismo e do Botafogo, turismo, telemarketing, zoologia. Só não valem reportagens sobre dieta e reforma da Previdência, que ninguém aguenta mais. *piauí* procurará com afinco novos assuntos: o Brasil não é feito apenas de corrupção e violência.

A revista tentará explicar o que teima em ser obscuro (com uma exceção: o motivo de *piauí* se chamar *piauí*, mistério insondável que desafia a ciência). Ela mostrará o enredo do que parecia desconexo e fragmentário. Terá a pretensão de revelar o que ninguém sabe, de estampar notícias inéditas, mas sem fazer escândalo. Fugirá do academicismo, da vulgaridade e do beletrismo. (Está proibido o uso das expressões “governança corporativa”, “tá ligado?”, “home theater”, “acabar em pizza”, “déficit público” e “não é a minha praia”.) ela dará importância ao que, por esquecido, parece velho ou ultrapassado. A revista não

será ranzinza nem chata. Sisudez não é sinônimo de seriedade. Uma coisa não tem nada a ver com a outra. piauí terá graça. Alegria é a prova dos nove.

Para dar conta de situações que estão além do poder da narrativa jornalística, piauí publicará ficção. Na forma de contos, trechos de romances, invenções literárias e histórias em quadrinhos. Publicará também poesia. Sim, com a devida moderação, até poemas, aquelas linhas mais curtas que expressam iluminações.

Jornalistas, escritores, artistas, desenhistas, ensaístas, críticos e humoristas de todas as idades e sexos buscarão expressar em piauí diferentes aspectos da vida nacional. A revista terá como matéria-prima a bagunça brasileira e, como pano de fundo, um período histórico de perplexidade geral. Numa situação como essa, é melhor ser curioso, e ir atrás da realidade, do que prescrever receitas de salvação. Um pouco de ceticismo não faz mal a ninguém - e nenhuma revista.

É isso aí: piauí.”

Carta da redação no trailer distribuído aos assinantes da editora Abril em 2006

É importante pontuar aqui que a influência americana é extremamente forte na *piauí*. Muitas vezes a relação de “musa inspiradora” que a *The New Yorker* tem é tão forte que levanta a dúvida sobre os limites do que pode ser considerado como simples inspiração. Moreira Salles diz que sua intenção nunca foi fazer uma segunda *New Yorker*, mas três das 25 capas da *piauí* aqui analisadas são assinadas pelo artista gráfico J.J.Sempé, o mesmo que assina onze das 99 capas da revista americana. E o que dizer sobre os artigos assinados por Woody Allen e Steve Martin, ambos também contratados frequentemente pela revista nova-iorquina? Esse trabalho não busca julgar o trabalho de ótimos profissionais como os da *piauí*, mas é difícil sequer duvidar que a intenção não seja fazer uma versão brasileira da *The New Yorker* quando alguns dos profissionais que trabalham na revista americana também trabalham para a brasileira. Alguém poderia dizer que esses são profissionais mundialmente conhecidos e que é normal que vários veículos os procure, uma argumentação justa. Mas, o que dizer quando capas como as duas abaixo reproduzidas são encontradas?



Imagem 23: Reprodução das capas da *piauí* de junho de 2008 e da *The New Yorker* de 31 de outubro de 2005.⁴⁰

3.2 Comparações entre as capas de *piauí* e *The New Yorker*

Antes de qualquer coisa é preciso uma explicação: como já dito, esse é um par de revistas com periodicidades diferentes, por isso não será possível fazer comparações com números absolutos, como foi feito entre a *Time* e a *Veja*. As capas da *piauí*, apesar de estarem em menor número, têm várias chamadas, o que fez com que diversos temas fossem elencados a cada edição. No final, temos 99 capas da *The New Yorker* com um título para cada e 25 capas da *piauí* com dez a doze chamadas em cada, contabilizando 273 chamadas no total. Para contornar esse problema, as comparações serão feitas em números percentuais. Quando somados, os percentuais dos grandes grupos resultarão em um pouco mais de 100% por conta da sobreposição de assuntos presente tanto na revista americana quanto na brasileira.

Este, inclusive, já é um ponto de análise das duas revistas. Enquanto a *Time* e a *Veja* tinham um tema central claramente determinado para cada capa – e *Época* e *Focus* também terão isso – a *piauí* e a *The New Yorker* vão ter sempre mais de um assunto que pode ser interpretado na mesma imagem, uma aproximação entre as duas. Ao mesmo tempo, a *piauí* se afasta de sua “musa inspiradora” no projeto gráfico, colocando várias chamadas espalhadas pela capa, enquanto a *The New Yorker* deixa o espaço todo para a imagem, apenas com o logotipo dividindo a atenção. Isso será melhor avaliado a diante, na comparação gráfica.

Dito isso, vamos ao que interessa.

⁴⁰ Imagens retiradas dos acervos virtuais das revistas, disponíveis em <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-21> e <http://archives.newyorker.com/?i=2005-10-31#folio=C1>

Talvez o maior desafio na análise destas duas revistas tenha sido encaixar suas capas em categorias. Há dois motivos para isso, o primeiro é que as capas da *The New Yorker* não possuem chamadas, são apenas a imagem com o logotipo carimbado por cima, por isso o que foi considerado na análise foi a imagem e seu título, que sempre está no índice da edição. A revista na versão impressa até apresenta um folheto por cima da capa com manchetes, mas o material aqui apresentado foi todo retirado do acervo digital das revistas, o que levou a limitações como a não possibilidade de acesso a este bendito papelzinho. O segundo motivo da dificuldade é que tanto *The New Yorker* quanto *piauí* simplesmente não classificam suas matérias em editorias fixas como a *Veja* e a *Time* fazem. Se cada nome de editoria fosse levado a sério, apenas a *piauí* teria 148 editorias somente nas 25 revistas avaliadas, que vão de “ir e vir” a “tribuna livre da luta de classes” (também existe “vir e ir” e “tribuna livre da luta dos sexos”, só pra dar noção da variedade da qual falamos aqui). Apesar disso, no “trailer” distribuído antes do lançamento da revista são citadas 17 seções, o que infelizmente não pode ser considerado como um parâmetro muito sério, porque depois de algumas edições muitas dessas seções foram descontinuadas. Por isso, as matérias foram divididas em grupos de afinidade.

Os grandes grupos formados foram:

- Vida na metrópole
- Cultura
- Política

Dentro desses três grandes grupos cabem subgrupos. Como na comparação entre a *Time* e a *Veja*, o tópico política foi dividido entre nacional e internacional. Os subtemas de cultura são moda, literatura, música, teatro, arte, museus, cinema e televisão. Nas duas revistas é muito clara a preferência por temas ligados à literatura do que aos outros subtemas de cultura. Só na *New Yorker* são 9 capas sobre leitura, livros ou literatura e 10 dos demais subtemas, formando 19 capas sobre cultura, entre elas edições especiais sobre literatura a cada verão e inverno, as “*summer fiction issue*”⁴¹ e “*winter fiction issue*”, como as duas abaixo.

⁴¹ Edição de verão sobre ficções e edição de inverno sobre ficções em tradução livre feita pela autora



Imagem 24: Reprodução das capas de duas versões dedicadas a ficções na *The New Yorker*.⁴²

E, como o próprio texto da *The New Yorker* transcrito acima já avisa, a revista é feita para retratar a vida na metrópole. Pode-se dizer que *piauí* também tem matérias nesse estilo, apesar de não falar de Nova Iorque, fala das metrópoles brasileiras – e em alguns textos até da própria cidade americana. Assim, uma das categorias criadas foi “vida na metrópole”, que pode ser dividida em três tipos: problemas urbanos (segurança, transporte público, urbanismo, acessibilidade e mercado imobiliário), estilo de vida (textos sobre o modelo de vida urbano, que se voltam mais ao comportamento, seja para falar de consumismo ou para levantar uma questão sobre a praticidade do uso de lojas virtuais, como a capa da *summer fiction* acima e até para falar de religião) e retratos da cidade (em especial as capas da *New Yorker* são apenas retratos da vida na cidade, como uma cena de um casal se beijando na saída do metrô, abaixo). Todos os demais temas foram encaixados sob o chapéu “outros”. Dentro desse grupo encontram-se temas como esportes, economia, viagem e mídia.

⁴² Imagens retiradas do acervo digital da revista e disponíveis em <http://archives.newyorker.com/?i=2007-12-24> e <http://archives.newyorker.com/?i=2008-06-09#folio=C1>



Imagem 25: Reprodução da capa da *The New Yorker* que retrata a vida na cidade.⁴³

A divisão nestas quatro grandes categorias (cultura, política, vida na metrópole e outros) leva à primeira conclusão: os temas abordados são similares. Mesmo dentro do grupo “outros”, onde diferentes temas são abordados, se encontra subtemas em comum, mais a frente isso será melhor explorado. Já se pode ver também a essa altura que não se fala mais do mesmo modelo de revista da *Time* ou da *Veja*, não apenas pelo estilo de texto, mas pela escolha das capas. As sobre cultura, por exemplo, um assunto que tinha baixa frequência tanto na *Veja* quanto na *Time* e se resumia basicamente a música, aqui é muito mais abordado em toda a sua complexidade. Ou seja, mesmo que os assuntos abordados sejam até parecidos com os mais populares da dupla anterior, eles surgem em outra roupagem. Isso é perceptível especialmente em cultura e em política, onde os personagens são parecidos, mas a forma como eles aparecem é sob um outro olhar. Mais a frente esse assunto será melhor explorado, quando as quatro categorias serão dissecadas uma por vez e analisadas algumas matérias no interior das revistas.

Como já explicado acima, as somas darão mais de 100% exatamente pela pluralidade de assuntos que podem ser interpretados nas capas. Antes que se levante qualquer dúvida, não foi calculado para que os dois somatórios fechassem iguais em 105%, isso foi apenas uma feliz coincidência, o único esforço feito foi para que cada capa tivesse poucos subtemas, para evitar ao máximo as sobreposições.

⁴³ Imagem retira do acervo digital da revista, disponível em <http://archives.newyorker.com/?i=2008-09-15#folio=C1>



Gráfico 7: Proporção de cada tema nas capas da *The New Yorker* e da *piauí*.

É interessante como Piauí dá mais destaque para chamadas políticas quando apenas 3 das 25 imagens de capa remetem de alguma forma ao tema. Além disso, uma das chamadas de capa (na sexta edição) é exatamente “Nem uma só linha sobre o novo ministério de Lula”, como se a revista entendesse que o leitor não aguenta mais ler sobre esse assunto ou que ele não mereça ser abordado e, na edição seguinte, “Pouquíssimas linhas [de deboche] sobre o novo ministério”, ainda na mesma direção, quando se pode perceber que no total um quarto das chamadas de capa são sobre política. No caso da *New Yorker* é compreensível que o maior percentual seja de matérias sobre a vida na metrópole, já que a revista desde o início se coloca nesse perfil. É interessante também como o percentual de cultura é próximo, mostrando que as duas revistas dão atenção na mesma medida ao assunto.

3.2.1 Vida na metrópole

O principal assunto para *The New Yorker* e um dos mais importantes da *piauí* revela um pouco sobre as próprias revistas. São 89 capas na *piauí* e 44 na *The New Yorker* sobre a vida na metrópole. De certa forma, é como se os dois veículos propusessem sempre ao seu leitor uma reflexão sobre o estilo de vida e as práticas que adota. Não é mera coincidência que dentre os três sub-temas, *problemas urbanos* e *retratos* fiquem sempre numa frequência menor do que *estilo de vida*. Apenas para fazer um paralelo com os temas analisados na *Time* e na *Veja*: religião, personalidades, sociedade e saúde, todos são subtemas de estilo de vida. Em outras palavras, é um tema amplo, o que ajuda a entender seus números. Isso foi feito para organizar evitando fragmentar

demais o trabalho, afinal, nesta dupla os números são muito maiores com uma base de análise mais ampla.

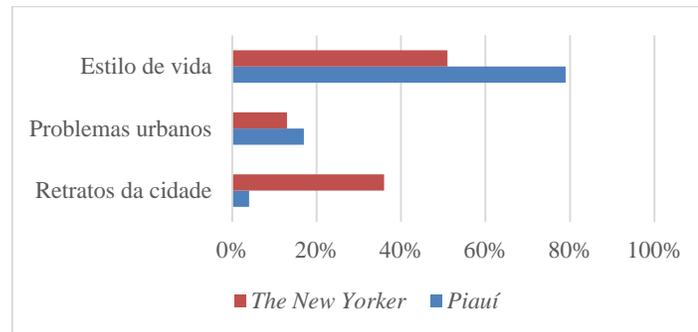


Gráfico 8: Frequência dos subtemas de *Vida na metrópole* nas duas revistas.

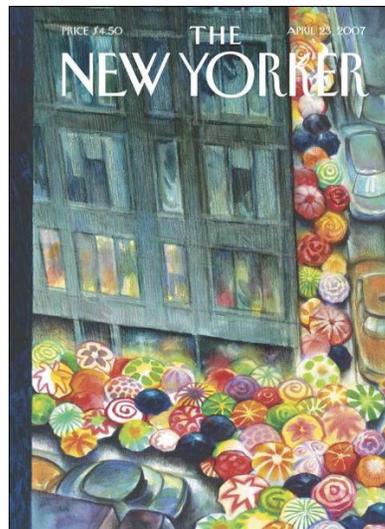


Imagem 26: Reprodução da capa da *The New Yorker* que retrata a chegada da primavera na cidade.⁴⁴

A primeira coisa que chama a atenção é a diferença de capas dedicadas a retratos da cidade. Essa é uma característica da diferença na proposta das capas. As capas da *piauí* em geral fazem uma crítica a um problema urbano ou sobre o estilo de vida da metrópole, raramente levam a uma matéria que pode ser considerada apenas como um mero retrato da cidade. Já as da *The New Yorker* são imagens puras, muitas delas são como retratos da vida na cidade, como a capa acima reproduzida, que leva o título de “*First Bloom*”⁴⁵ em referência à chegada da primavera na cidade. É comum no início de cada estação a *New Yorker* chegar às bancas com capas que fazem referência à mudança do clima. Esse é um ponto de distanciamento da *piauí*, que dá atenção a outros temas, tanto nas chamadas quanto nas imagens de capa.

⁴⁴ Imagem retirada do acervo digital da revista e disponível em <http://archives.newyorker.com/?i=2007-04-23#folio=C1>

⁴⁵ TRADUÇÃO DA AUTORA: “Primeiro florescer”

Os problemas urbanos, por outro lado, permanecem na mesma proporção nas duas revistas. O importante aqui é saber de que tipo de problema essas capas estão falando. Enquanto a revista americana grita por melhor transporte público em três das seis capas sobre problemas urbanos, a brasileira dedica nove das 15 chamadas sobre problemas à segurança pública. Ironicamente, nenhuma imagem de capa da *piauí* faz referência à violência, apenas as chamadas, já transporte público pode ser interpretado na capa abaixo reproduzida.

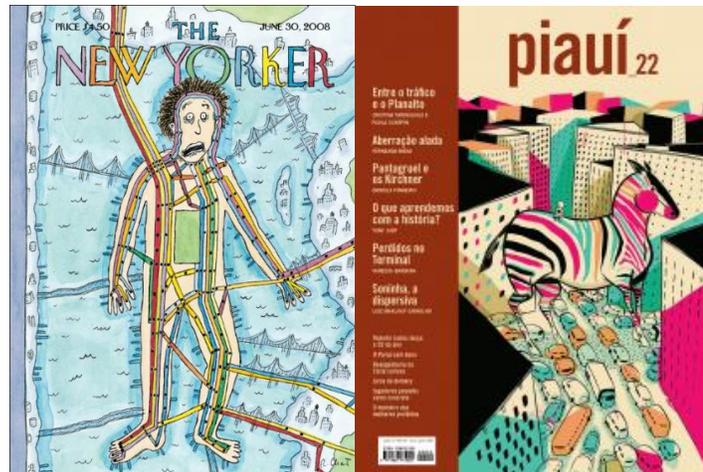


Imagem 27: reproduções de capas sobre transporte público.⁴⁶

Na comparação entre *Veja* e *Time*, segurança pública seria o equivalente a classificação *crime*. A mudança no nome da classificação é reflexo da diferença no ponto de vista apresentado nas pautas. As capas da *Veja* e da *Time* costumam falar sobre um crime, um caso específico, já as da *piauí* e da *The New Yorker* falam sobre questões mais abrangentes, como a relação entre o tráfego e a política nacional.

Nas duas revistas, o campeão da categoria é *estilo de vida*, sendo na *piauí* uma frequência muito mais alta que na *The New Yorker*. Dentro deste subtema cabem inúmeros assuntos que aparecem em uma ou duas edições, como religião, saúde e sexualidade. Como mais uma aproximação entre o perfil das duas revistas, observa-se a alta pluralidade e, ao mesmo tempo, os mesmos temas. Para entender-se direito o que é esse estilo de vida de que se fala, os assuntos das capas e chamadas foram listados abaixo.

⁴⁶ Imagens retiradas dos acervos digitais das revistas e disponíveis em <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-22> e <http://archives.newyorker.com/?i=2008-06-30#folio=C1>

<i>Piauí</i>	<i>The New Yorker</i>
Educação	Educação
Tecnologia	Tecnologia
Sexualidade	Sexualidade
Religião	Religião
Sustentabilidade	Sustentabilidade
Profissão	Profissão
Filosofia	Consumo
Personalidades	Vegetarianismo
Ciência e saúde	Comportamento geral

Percebe-se que não são exatamente os mesmos assuntos, mas que muitos deles estão presentes tanto em uma quanto na outra revista. Comparar números brutos, mais uma vez, seria inútil, afinal são 89 chamadas sobre estilo de vida na *piauí* contra 23 na *New Yorker*. Mas, dentro do universo de chamadas sobre estilo de vida, a frequência de pautas sobre educação na *piauí*, por exemplo, (10%) é muito maior do que na sua influenciadora (4%), que por sua vez fala muito mais de tecnologia, quando se respeita as proporções dentro do tema (16% na *The New Yorker* e 6% na *piauí*).

A revista americana também apresenta capas que se encaixam numa crítica ao comportamento como um geral, por exemplo, a capa abaixo reproduzida pode ser compreendida como um exemplo de crítica ao estilo de vida comportamental do cidadão nova-iorquino, que viaja nas férias sempre para os parques ver os ursos, colocados na imagem como se fossem funcionários do local, usando crachás e segurando marmitas, acenando para a longa fila de carros esperando para entrar. Ou a capa ao lado, que é uma crítica aos donos de cachorros que prendem seus bichos de estimação do lado de fora dos restaurantes no inverno. É bem comum para as capas da *New Yorker* colocar animais humanizados em situações absurdas, como as duas abaixo.

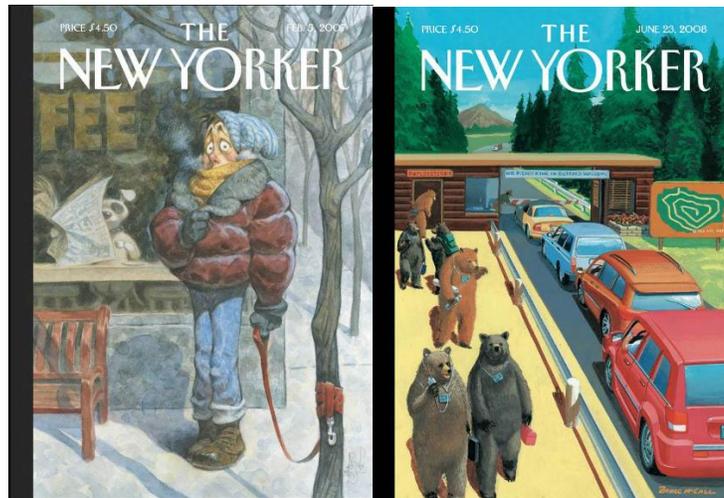


Imagem 28: Reprodução de capas da revista *The New Yorker* onde animais humanizados são usados como estratégia para criticar o comportamento do cidadão nova-iorquino.⁴⁷

3.2.2 Cultura

Como foi mostrado no gráfico 7, a proporção de capas dedicadas a cultura é a mais parecida entre as duas revistas (23% na *piauí* e 19% na *The New Yorker*). A categoria *cultura*, assim como as demais, é dividida em subtemas que variam um pouco nas duas revistas. A *piauí* tem um número bruto maior de chamadas para matérias culturais (são 65 chamadas de capa na *piauí* e 19 capas na *The New Yorker*) e até por isso também vai apresentar uma variedade maior de pautas, são sete subtemas na revista brasileira e cinco na americana. No fim, as duas revistas demonstram uma predileção por literatura em relação aos demais temas, como já foi comentado. Os outros subtemas são parecidos na maioria, mas não estão nas mesmas proporções. Por exemplo, música é um tema comum às duas, mas que a *piauí* dá muito mais ênfase, enquanto moda é muito mais valorizado pela *The New Yorker*, que inclusive dedica uma edição inteira ao tema a cada semestre. Abaixo estão listados os subtemas e, em parêntesis, a proporção em que cada um aparece. O percentual colocado foi calculado dentro do universo de cultura e não do total geral de capas.

⁴⁷ Imagens retiradas do acervo digital da revista, acessível em <http://archives.newyorker.com/?i=2007-02-05#folio=C1> e <http://archives.newyorker.com/?i=2008-06-23#folio=C1>

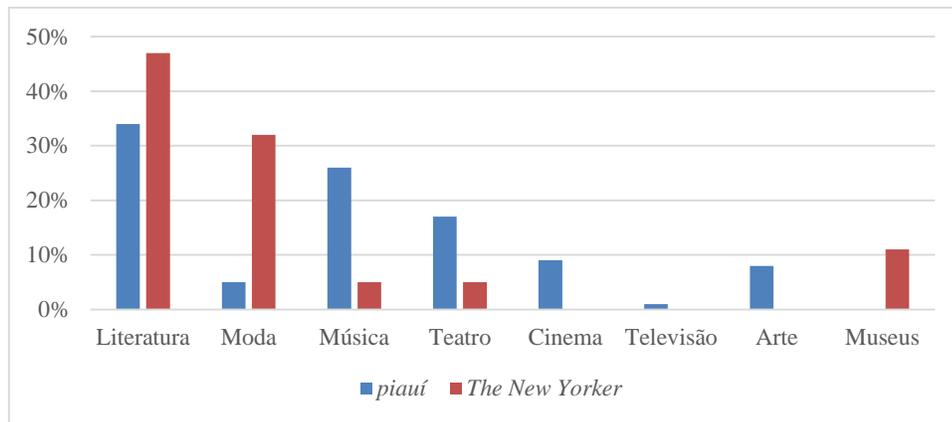


Gráfico 9: Subtemas de cultura abordados na *The New Yorker* e na *piauí*.

Há uma diferença entre as capas da *piauí* que falam sobre arte e as da *New Yorker* sobre *museus*. As imagens de capa da revista americana estão reproduzidas abaixo, elas são mais relativas ao comportamento do espectador frente à obra de arte ou relíquia do que à arte em si. Já as chamadas da *piauí* em geral são relativas a alguma crítica sobre exposição ou sobre um artista em particular, por isso os nomes dos subtemas foram diferenciados. Por exemplo, “Picasso divulga um quadro na TV” é uma chamada para um texto de humor assinado por Steve Martin na terceira edição da *piauí*. O texto não deixa de falar de arte só por ser de humor e de ficção, a obra de Picasso continua sendo o assunto principal dele. Da mesma forma, “A vida de Brecht em quadrinhos” não deixa de ser um perfil do dramaturgo e de falar de teatro.

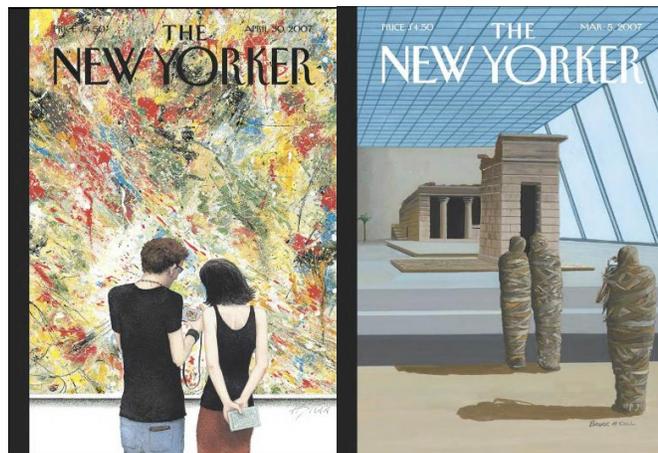


Imagem 29: reprodução das duas capas sobre museus da *The New Yorker*.⁴⁸

⁴⁸ Imagens retiradas do acervo digital da revista. Disponíveis em <http://archives.newyorker.com/?i=2007-03-05> e <http://archives.newyorker.com/?i=2007-04-30#folio=C1>

3.2.3 Política

A postura das duas revistas é um pouco diferente em relação à política. Como pôde-se notar no gráfico 10, as proporções de capas políticas entre as demais não são sequer parecidas – na *piauí* as capas políticas são um quarto do total enquanto na *The New Yorker* elas não chegam a 15%. Ao mesmo tempo, é importante deixar claro que essas capas não são como as da *Time* ou as da *Veja*. A princípio, a divisão das capas foi igual à da dupla anterior – política nacional e internacional. Ao fazer isso se percebe uma forma diferente de falar sobre política tanto entre as duas revistas quanto delas para as duas anteriores. Os resultados dos cálculos estão abaixo.

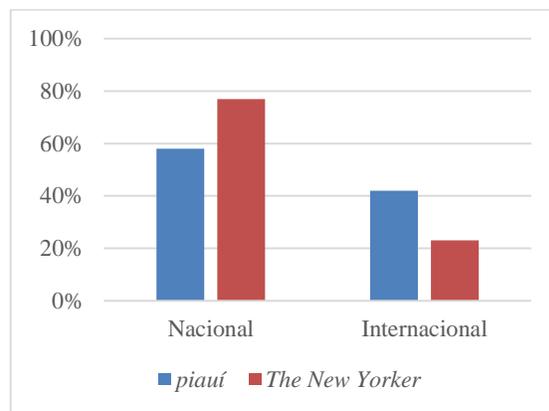


Gráfico 10: proporção de capas sobre política nacional e internacional

Ao contrário da dupla anterior, que falava de política nacional quase na mesma proporção com que falava de temas nacionais, tanto a *piauí* quanto a *The New Yorker* falam muito mais de política nacional do que de internacional, sendo que a revista americana tem uma discrepância muito maior, são dez capas sobre política nacional e apenas três sobre política internacional. Temas comuns à dupla anterior reaparecem aqui: eleições americanas e ditadura brasileira. É curioso como a *piauí* fala com frequência da ditadura brasileira, chega a dedicar um “dossiê sobre tortura e maus tratos”. Inclusive, a maioria das matérias políticas da *Piauí* são relativas a temas históricos e não a temas mais atuais, com exceção de alguns perfis de políticos ainda vivos, como Fernando Henrique Cardoso.

Sobre as eleições americanas, elas também se refletem nas páginas brasileiras, assim como foi observado nas edições de 1968 da *Veja*. A diferença aqui é que a *piauí*, como é de costume em suas matérias sobre política, apresenta um perfil do presidente americano, Barack Obama. Na mesma edição, a revista coloca poemas feitos por Obama sobre seu pai, uma forma no mínimo inusitada de se enxergar o líder mundial. A *The New Yorker*, obviamente, dedica muito mais capas

às eleições americanas, fazendo inclusive uma versão da sua tradicional capa de aniversário dedicada à disputa Hilary *versus* Obama, reproduzida abaixo.

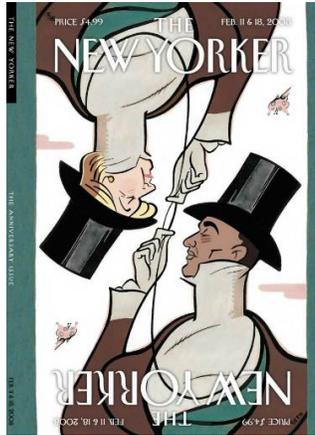


Imagem 30: Reprodução da capa de aniversário da *New Yorker* dedicada às eleições.⁴⁹

Há ainda mais uma coisa que foi observada no capítulo anterior sobre as pautas políticas que também será analisada aqui: a frequência. Como a *piauí* coloca sempre muitas chamadas na capa é mais fácil ela falar de vários assuntos, enquanto a *The New Yorker* raramente fala de mais de dois temas distintos. O reflexo disso é que em apenas uma das 25 edições da revista brasileira não se fala de política. É claro que algumas edições falam mais do tema, mas cinco delas se destacam, onde no mínimo quatro das dez chamadas (média na revista) são sobre política, nesse caso sempre misturando nacional e internacional. A *The New Yorker*, por outro lado, não tem uma frequência fixa que possa ser decodificada. Por três vezes duas capas seguidas foram sobre política e nem todas elas variaram entre nacional e internacional, como tinha sido observado na *Time*, e o máximo de tempo que a publicação fica sem tocar neste assunto na capa é por dezessete semanas, o que acontece duas vezes. Essa diferença na frequência combinada com proporção de capas políticas afasta as duas revistas e mais uma vez mostra como estamos falando aqui de um padrão de revista bem diferente das duas do capítulo anterior.

3.2.4 Demais temas

Entre os temas que foram classificados como *outros* há coisas em comum. Por exemplo, economia é um tema que as duas revistas tratam, apesar de cada uma ter seu modo de falar. A *piauí* fala de economia a partir de perfis de empresários ou falando de um evento político que também afete a economia local. Por exemplo, “A traição/ Como Luiz Cezar Fernandes perdeu um banco de

⁴⁹ Imagem retirada do acervo digital da revista e disponível em <http://archives.newyorker.com/?i=2008-02-11#folio=C1>

2,6 bilhões de dólares”, a matéria que explica a queda do fundador do banco Pactual e em “Um meteoro de ouro sumiu em vassouras” fala do impacto que uma doação milionária teve na economia e na vida da cidade de Vassouras, no interior do Rio de Janeiro. Já a *The New Yorker* dedica cinco capas a economia sendo apenas uma delas sobre um grande empresário, as demais são sobre impostos e a crise econômica pela qual o mundo passava em 2008, duas delas reproduzidas abaixo.



Imagem 31: A crise econômica retratada em *The New Yorker*.⁵⁰

Entre os demais assuntos também foram colocadas as capas sobre esportes. Nesse tema específico há uma coincidência: as duas revistas dedicam capas a natação, são duas na *New Yorker* e uma na *piauí*. Inclusive esta não é apenas uma chamada de capa na *piauí*, é um dossiê dentro da quarta edição, com capa dedicada ao tema assinada por J.J.Sempé que, como já comentado, é também um colaborador da revista nova-iorquina. As capas sobre natação das duas revistas estão reproduzidas abaixo.



Imagem 32: A natação nas capas da *piauí* e da *The New Yorker*.⁵¹

⁵⁰ Imagens retiradas do acervo digital da revista, disponíveis em <http://archives.newyorker.com/?i=2008-03-31#folio=C1> e em <http://archives.newyorker.com/?i=2008-10-20#folio=C1>

⁵¹ Imagens retiradas dos acervos das revistas, acessíveis em <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-4> e <http://archives.newyorker.com/?i=2008-08-04#folio=C1> e <http://archives.newyorker.com/?i=2008-08-25#folio=C1>

Mas, é claro, natação não é o esporte mais falado nas duas revistas, o que aumenta a curiosidade da coincidência. Assim como na comparação entre *Veja* e *Time*, o esporte mais falado na revista americana é o baseball e na brasileira é o futebol. Entretanto, apesar da maioria das chamadas esportivas da *piauí* serem para matérias sobre futebol, as imagens de capa sobre esportes são sobre natação, tênis e levantamento de peso.

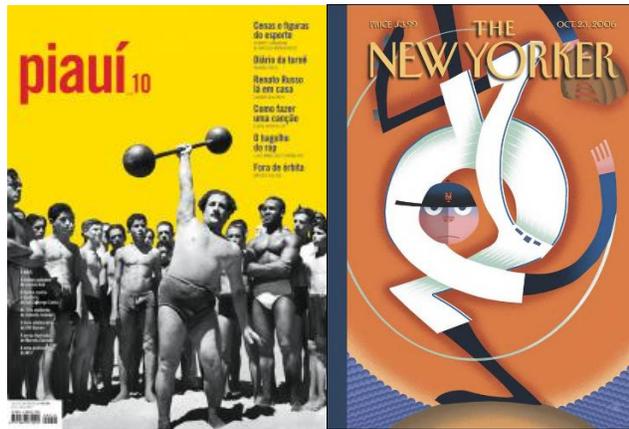


Imagem 33: Esportes nas capas da *piauí* e da *The New Yorker*.⁵²

Um assunto que aparece nas duas revistas e que não é visto na dupla anterior é a mídia. Uma edição inteira de *The New Yorker* é dedicada à mídia (reproduzida abaixo) e *piauí* dá bastante destaque a matérias sobre jornalistas ou sobre o trabalho de um jornalista – tem espaço até para “Um revisor feliz” e as editoriais “crônicas da imprensa”, “coisas da imprensa” e “anais da imprensa”.

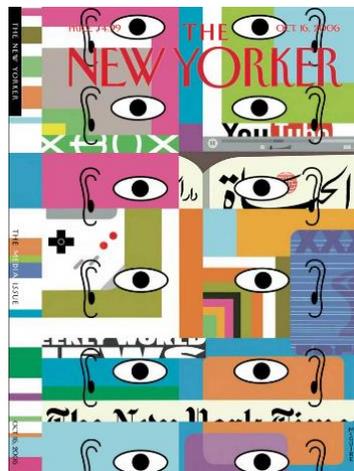


Imagem 34: A mídia na capa da *The New Yorker*.⁵³

⁵² Imagens retiradas dos acervos digitais das duas revistas, disponíveis em <http://revistapiauui.estadao.com.br/edicao-10> e em <http://archives.newyorker.com/?i=2006-10-23#folio=C1>

⁵³ Imagem retirada do acervo digital da revista, acessível em <http://archives.newyorker.com/?i=2006-10-16#folio=C1>

Entre os assuntos considerados *outros* também foram encaixadas as chamadas da *piauí* para poesias e ficções, mas apenas quando essas não se encaixavam em mais nenhum outros temas. Por exemplo, uma poesia escrita por Obama colocada nas mesmas páginas de uma matéria sobre ele não deixa de compor uma pauta de política internacional, ela dá uma nova visão sobre a pessoa que governa os Estados Unidos. Da mesma forma, uma ficção sobre um país imaginário feita sob o formato de guia de viagens não deixa de ser uma matéria sobre viagens, afinal ela critica com humo a forma como as revistas apresentam seus guias de turismo. Colocar ficções e poesias dividindo espaço nas páginas com matérias factuais é uma característica comum às duas revistas, inclusive, a própria *The New Yorker* se tornou um expoente do jornalismo literário, entre outros motivos, por isso.

3.3 Comparação gráfica entre *piauí* e *The New Yorker*

É muito mais difícil comparar as capas da *piauí* e da *The New Yorker* do que as da *Time* e da *Veja*. Enquanto a primeira dupla tem capas bem padronizadas e com elementos fixos, nas duas revistas deste capítulo o principal elemento – e único na *piauí* – é o logotipo. Na *The New Yorker* ainda há uma faixa lateral, mas o índice de alterações é extremamente mais alto do que o observado no capítulo anterior. Isso é um ponto de aproximação das duas publicações, elas dão liberdade ao designer para liberar sua criatividade nas capas.

3.3.1 O logotipo

Mais uma vez, observa-se um exemplo em que o logotipo brasileiro é mais moderno do que o americano. Esse é um dos poucos pontos de aproximação entre a *piauí* e a *Veja*. O logotipo da *Piauí* é todo em caixa baixa e segue um tipo de letra parecido com o da *Veja*, inclusive, como pode ser observado abaixo. É claro que não se está querendo defender que são exatamente iguais, a distância entre as letras é, de fato, maior, assim como o espaço entre os pingos do *i* e o *j*, também a espessura das letras do logo da *Veja* se mantém uniforme, enquanto o traço das letras da *piauí* muda nas curvas, a diferença fica clara ao comparar a letra *a* de cada logo, mas não se pode negar que há uma proximidade muito entre esses dois logotipos do que entre cada um deles e as revistas americanas com as quais foram comparadas até agora.



Imagem 34: A semelhança no tipo de letra dos logotipos da *piauí* e da *Veja*.⁵⁴

No entanto, o logotipo da *piauí* faz uma coisa que o da *Veja* nem o da *The New Yorker* fazem: ele troca de lugar, o que compõe muito bem com a liberdade que o autor da capa tem. Mas, é preciso ter cuidado ao elogiar essa liberdade, porque ela não pode ser confundida com anarquia total. Apesar de mudar muito de lugar sim, o logotipo da *Piauí* permanece na maioria das vezes no canto superior esquerdo da capa. Esse posicionamento é explicado por Thomaz Souto Corrêa, conselheiro editorial da Editora Abril por um simples motivo: o canto superior esquerdo é o que mais aparece na banca por causa da organização das revistas. E quando se fala de uma revista que depende majoritariamente da venda em banca, que é o caso das primeiras vinte e cinco edições da *piauí*, isso faz total diferença. Por isso, apesar da liberdade para mudar a posição do logotipo, quinze das 25 revistas apresentam o nome neste espaço. Também será observado que em oito edições é na lateral esquerda que estarão alinhadas todas as chamadas de capa – não por coincidência três delas são as três primeiras. Ou seja, por mais que o logotipo mude, a pessoa continua vendo ali o que realmente interessa: o menu de opções para leitura.



Imagem 35: As três primeiras capas da *piauí* – liberdade de criação sem perder de vista a atração na banca.⁵⁵

⁵⁴ Imagens retiradas dos sites das duas revistas e disponíveis em <http://veja.abril.com.br/> e <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-1>

⁵⁵ Imagens retiradas do acervo digital da revista, disponíveis em <http://revistapiaui.estadao.com.br/outras-edicoes/sumario/edicao-1>, <http://revistapiaui.estadao.com.br/outras-edicoes/sumario/edicao-2> e <http://revistapiaui.estadao.com.br/outras-edicoes/sumario/edicao-3>

A *The New Yorker*, por outro lado, assim como a *Time* é mais conservadora em seu logotipo, que é o mesmo desde a primeira edição. Também segue uma linha clássica, com serifas, mas não tão duro quanto o da *Time* - o da *The New Yorker* é mais sofisticado e desenhado. Não muda de lugar – está sempre no topo ao centro. Há apenas uma única capa, a de aniversário de 2008, já reproduzida aqui na imagem 30, em que ele aparece duas vezes: em seu lugar de costume e de ponta-cabeça, acompanhando o jogo de simetria da capa.

A cor pode mudar, mas o majoritário nas duas revistas é o branco. Mas a *piauí* tem um diferencial que é um logotipo vermelho metalizado na edição de dezembro de 2007, que infelizmente não pode ser reproduzido com fidelidade aqui porque o efeito metálico é parte da tinta especial aplicada na capa. De qualquer forma, é possível ver nos dois gráficos abaixo como a proporção de logotipos pretos e brancos na *New Yorker* é muito maior do que as demais cores e como na *piauí* essa diferença é muito mais sensível, tendo até o mesmo número de logos azuis e pretos. É interessante que o maior número seja de logos brancos, o que mais aponta de novo para o distanciamento dessas revistas para as duas anteriores, que usavam muito mais preto.

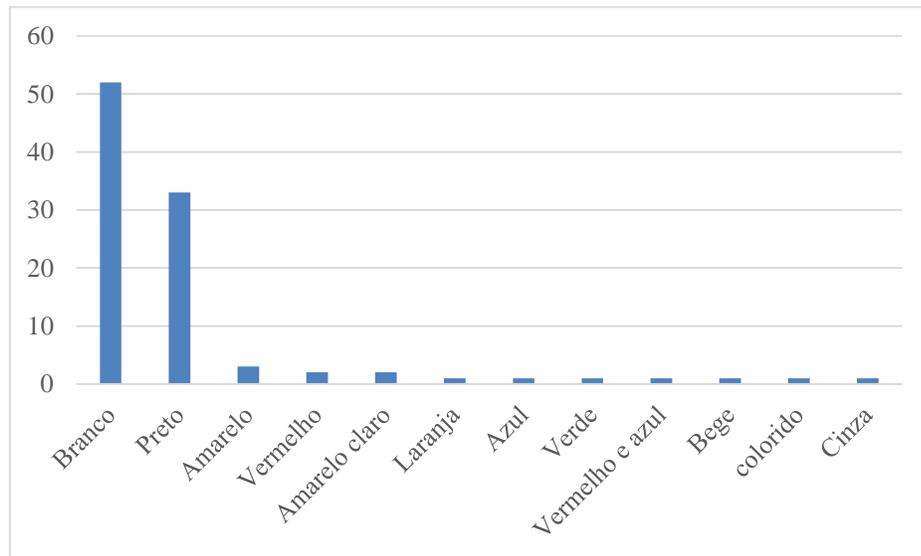


Gráfico 11: Cores de logotipo da *The New Yorker*

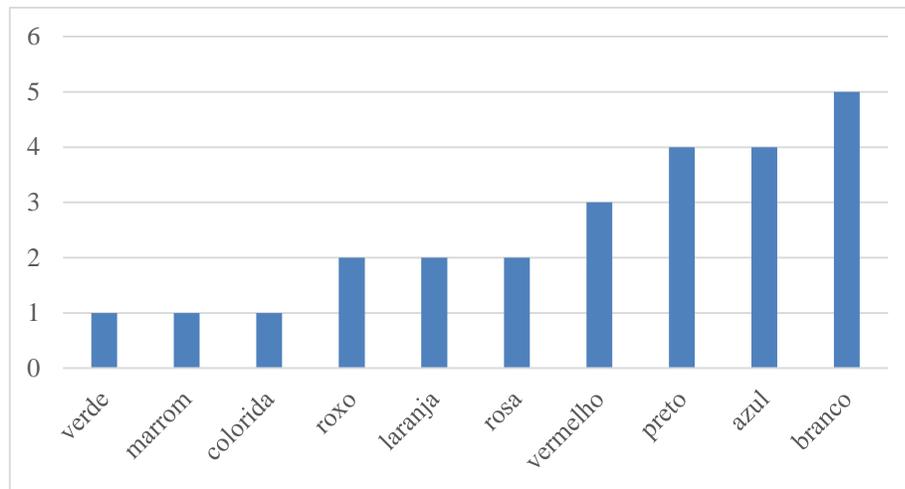


Gráfico 12: Cores de logotipo da *piauí*

No mais, o logotipo da *New Yorker* é mais moderno que o da *piauí* em um ponto: recebe efeitos. Essa liberdade, assim como a de mudança de lugar no logotipo da *piauí*, também é limitada. Em 71% dos casos, não há efeito algum. Ainda assim, diferentes tipos de variações: o logotipo pode ser parcialmente encoberto pela imagem da capa, também aparece sombreado, com bordas ou com letras de cores variadas. Na *piauí* só é observada uma vez a mudança no modelo do logotipo, que foi a alternância de cores entre letras. De fato, a liberdade com a marca da revista só começa a ser mais explorada a partir da edição 38, mas o campo de análise desse trabalho irá se limitar aos 25 primeiros exemplares.



Imagem 36: Alternância de cores nos logotipos das duas revistas.⁵⁶

⁵⁶ Imagens retiradas dos acervos digitais das revistas, disponíveis em <http://archives.newyorker.com/?i=2008-10-13#folio=C1> e <http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-24>

3.3.2 Cores

Assim como no capítulo anterior, o uso das cores será analisado. Como os projetos gráficos da *The New Yorker* e da *piauí* são mais abertos para criações, serão usados como base de estudo das cores os logotipos nas duas revistas e o segundo elemento fixo de cada uma: as chamadas da *piauí* e a barra lateral da *New Yorker*. O resultado encontrado é que esses segundos itens de cada publicação compensam a baixa de cor preta que foi sentida nos logotipos. A maioria das chamadas da *piauí* é feita em preto, assim como as barras laterais da *New Yorker*.

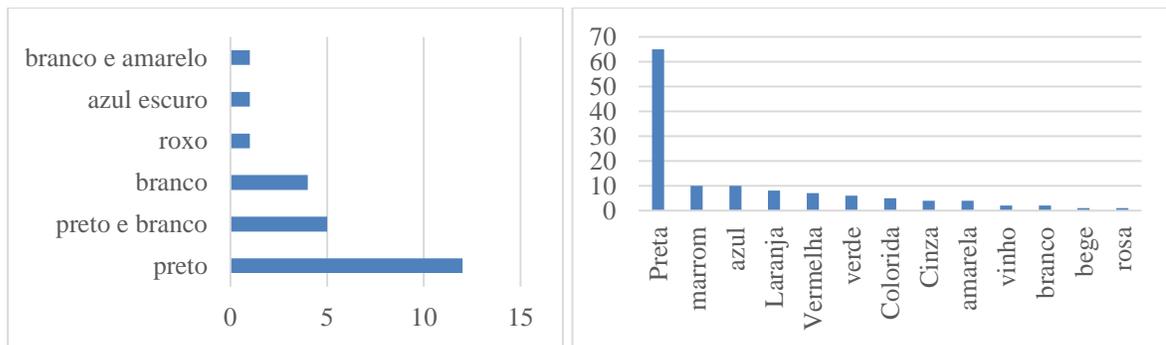


Gráfico 13: Cores das chamadas da *The New Yorker* e da *Piauí*.

O resultado é uma palheta de cores bem mais variada do que a vista no capítulo anterior, tanto que variações de tonalidade não foram consideradas. Por exemplo, azul marinho e azul claro foram contabilizados sempre como azul. Nos casos em que uma capa tinha mais de um tom de uma cor ou em que o logotipo e o segundo elemento estão iguais, essa mesma cor foi computada uma única vez. No fim, foram encontradas 12 cores diferentes, sendo duas delas tonalidades vistas apenas na *The New Yorker*, que são o cinza e o bege, a revista também tem desenhos em borgonha, mas foram considerados como parte do vermelho. Mesmo com essa variedade muito maior de opções, as cores mais usadas são as mesmas: branco, preto, azul e vermelho, a mesma combinação da *Time*. Aqui, no entanto, há um porém: cada uma das duas revistas tem uma cor a mais usada no mesmo nível que o vermelho. Na *piauí* o roxo aparece tantas vezes quanto o vermelho e na *New Yorker* o amarelo tem o mesmo destaque.

3.3.3 O interior das revistas

É verdade que esse trabalho pretende se limitar às capas, mas assim como na comparação entre *Veja* e *Time* foi impossível não comentar algumas semelhanças no corpo das revistas, aqui também não o será. Mas será breve. Na parte textual já ficou explicado em itens anteriores a influência que o jornalismo literário da *The New Yorker* vai ter na escrita da *piauí*, chegam a ser os

mesmos articulistas em algumas edições. Na parte gráfica isso também será notado. As duas revistas apresentam grids parecidos. Nas duas há sempre um designer convidado para fazer cartuns dispostos aleatoriamente pelas páginas, dividindo espaço com matérias desconexas ao tema que eles seguem – porque eles sempre seguem uma linha específica. Também é possível ver poemas dispostos pela revista, como já foi comentado. Indubitavelmente esse é um ponto de aproximação das duas revistas, porque quando se folheia as duas fica claro como são parecidas, mostrando que a influência da *The New Yorker* transborda as páginas da *piauí*, chega a seu conteúdo e ao seu estilo como um todo.

Edição	Chamada	Temas
1	“Retorno ao Rio/ Quase trinta anos depois, volto à cidade onde me suicidei”	Vida na metrópole – Retrato, Viagem
1	“Bom-dia, meu nome é Sheila/ O que se aprende nos cursos de telemarketing”	Vida na metrópole - Estilo de vida, Trabalho
1	“Desaparecido no deserto/Mistérios do seqüestro do engenheiro brasileiro no Iraque”	Política Internacional, Segurança
1	“Estilo radical/ Guilherme Guimarães foi ao quartel depilado e de calcinha”	Cultura - Moda
1	“Reaparecido na Serra/ O jornalista americano que inventou Fidel Castro”	Política Internacional – História
1	“Um conto inédito de Rubem Fonseca”	Vida na metrópole - Estilo de vida
1	“A vida de Brecht em quadrinhos”	Cultura – Teatro
2	O rock/ O riff de satisfaction me virou a vida pelo avesso	Cultura – música, humor
2	A traição/ Como Luiz Cezar Fernandes perdeu um banco de 2,6 bilhões de dólares	Economia - empresas
2	A alegria/ É estranha e teimosa, eu a escondo como uma vergonha	Outros – poesia
2	O terrorista/ Os últimos dias de Muhammad Atta antes do 11 de setembro	Política internacional, segurança
2	A estrada/ A Dutra das pamonhas, dos romeiros, dos caminhoneiros e de Papai Noel	Vida na metrópole – retrato, viagem
2	O cigarro/Pouco a pouco, o tabaco e a nicotina sumiram da música brasileira	Cultura – música, ciência e saúde
2	_Não se preocupe: o limbo não passa de um reles teologúmeno	Vida na metrópole - estilo de vida, religião
2	_Porque há tanta resistência em doar cadáveres para escolas de medicina	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
2	_Como convencer a doce amada a preparar uma boa goiabada	Outros – humor
2	_O Brasil foi tomado por um parasita peçonhento, o <i>Toxoplasma gondii</i>	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
2	_A desavença fonética entre a velha e a jovem guarda de palindronistas	Outros – educação, Língua portuguesa
3	Um nome a zelar	Cultura - literatura
3	O pânico de ser atriz	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho, cultura – teatro
3	Domingo é dia de missa	Vida na metrópole - estilo de vida, religião
3	Picasso divulga um quadro na TV	Cultura – arte, humor

3	Aumente seu pênis!	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
3	_O diário alemão de Guimarães Rosa	Cultura – literatura, história
3	_A Ilha Grande nos tempos de cárcere	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança, história
3	Só dá rolo na feira mais segura de São Paulo	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança
3	_A prosa crítica de dona Gilda	Cultura - literatura
3	Tudo que você queria saber sobre o veado	Outros - humor
4	Mar, nadar, verão	Esporte – natação, história, ficção
4	Línguas de fogo na alma da selva	Vida na metrópole - estilo de vida, educação
4	Lula, os dominados e a superexploração	Política nacional
4	O sangue e as 1001 noites	Cultura – literatura
4	O diamante Lily Marinho	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades
4	O achador-geral da República	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho
4	O último aqualouco	Esporte – natação, história
4	Diário de uma atriz iniciante	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho, cultura - teatro
4	O festival de rock na Coréia do Norte	Política internacional, cultura - música
4	Ferreira Gullar é um falsário	Cultura - literatura
4	O inventor da caixinha de CD chega ao inferno	Outros - humor
4	Virgindade Anti-Higiênica e outros livros espantosos	Cultura - literatura
5	O pesadelo da megacidade	Vida na metrópole - problemas urbanos, arquitetura e urbanismo
5	A esfinge e a pergunta errada	Vida na metrópole - estilo de vida
5	Assim comia Zaratrusta	Outros – humor, filosofia
5	A privada e a pobreza	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
5	Acarajé, suor e champanhe	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades
5	Tom Waits dilacerado	Cultura – música
5	A parceria encrencada de Niemeyer e Mendes da Rocha	Outros - história
5	Folias petrolíferas com a força de 60 ivetes sangalós	Política nacional, economia
5	Falta uma esteira com cavalo na Daslu	Cultura – moda
5	O pau comeu entre Garcia Márquez e Vargas Llosa	Cultura – literatura, humor
5	O sobe-e-desce diário de um ascensorista carioca	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho
5	As camiseiras de Lula e o desafiado pescoço curto	Política nacional
6	Deus existe? Indaga o cavalo	Vida na metrópole - estilo de vida, religião, humor
6	A oligarquia de Ciro Gomes	Política nacional
6	Cineasta rouba escultura	Política nacional, história
6	A vida da viúva da roqueira	Cultura – música
6	Muita música e nenhum som	Cultura – música
6	Memórias em quadrinhos	Vida na metrópole - estilo de vida, humor
6	Nem uma só linha sobre o novo ministério de Lula	Política nacional, humor
6	Maria Antonieta sai do armário e perde a cabeça	Cultura – cinema, história
6	Cesar Maia defende as milícias	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança
6	Ficção inédita de Paulo Emílio Salles Gomes	Política nacional
6	A vaca louca e a família que não dormia nunca	Vida na metrópole -estilo de vida, ciência e saúde, política nacional
6	Da baixada à Bafa de bicicleta	Viagem
7	Foto do alto de um viaduto	Vida na metrópole - estilo de vida
7	Bráulio é Pau Brasil	Cultura - cinema
7	A noiva nua de Nelson Rodrigues	Cultura – teatro

7	Auto-retratos da falsa celebridade PETER DE BRITO	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades
7	Como se jogar na balada	Vida na metrópole - estilo de vida
7	Você vai dormir, dormir...	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
7	Pouquíssimas linhas [de deboche] sobre o novo ministério	Política nacional
7	Baudrillard deu um tiro no Capitão América	Outros –humor, filosofia
7	O encanto apimentado de Phaic Tan	Viagem - humor
7	As muitas farras do prefeito Zeca Dirceu	Política nacional
7	O repouso e a aranha de Ferreira Gullar	Outros – poesia
7	Cenas da vida na aldeia de Amós Oz	Política internacional
7	Os menores anões do Brasil e os anões felizes da Califórnia	Vida na metrópole - estilo de vida
8	A experiência e a peste e a tortura	Política internacional, segurança, história
8	Encontro na masmorra iraquiana	Política internacional, segurança
8	Pela Améria, Jack Bauer bate sem dó	Cultura – televisão
8	Quem se ferra nas blitz brasileiras	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança
8	Os sungas-pretas de Copacabana	Política nacional, humor
8	Corruptelas e outras lembranças	Outros – humor
8	O cachorro	Outros - humor
8	Piranhas invadem o Piauí	Outros - assunto do mês
8	Ribeyro ensina a fumar sem se empapucar	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde, humor
8	Cuidado com a vara do poeta	Outros – mídia
8	Hipocorísticos e suarabáctis	Outros – educação, Língua portuguesa
9	Todos contra Daniel Dantas	Política nacional
9	Diário de uma trabalhadora	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho
9	Plágios no mundo da moda	Cultura – moda
9	Sgt. Pepper aos 40 anos	Cultura - música
9	Óvulos mexidos	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
9	A última refeição do condenado à morte	Vida na metrópole - estilo de vida, história
9	Roqueiro cinquentão é dose	Vida na metrópole - estilo de vida, humor
9	Itaipulândia ganha 800 mil dólares de royalties	Política nacional, economia
9	O cara com um aquário na cabeça	Outros – humor
9	O boom dos autores de além-túmulo	Cultura - literatura
9	Super-herói francês dá tiro na cabeça	Outros - humor
10	Diário da turnê	Cultura - música
10	Renato Russo lá em casa	Cultura – música, história
10	Como fazer uma canção	Cultura – música
10	O bagulho do rap	Cultura - música
10	Fora de órbita	Cultura – literatura
10	O violino anônimo Jushua Bell	Vida na metrópole - estilo de vida, cultura - música
10	O teatro contra a barbárie	Cultura – teatro
10	As três mulheres	Vida na metrópole - estilo de vida, história
10	O sexo adolescente	Vida na metrópole - estilo de vida, humor, sexualidade
10	A peruca ilustrada	Outros – humor
10	A nova política do MST	Política nacional
11	FHC andarilho	Política nacional
11	O tempo de Temporão	Política nacional
11	Mangabeira quer mudar	Política nacional
11	Che, Morales e Chávez	Política internacional, história
11	Sarney e outras múmias	Política nacional, humor
11	Roberto Athayde reapareceu	Cultura – teatro

11	O que Werner Herzog aprendeu	Cultura – cinema
11	Ciclista à solta em São Paulo	Vida na metrópole - problemas urbanos, transporte público
11	Bruno Maranhão o líder do MLST	Política nacional
11	Meio ambiente é o caralho	Política nacional, sustentabilidade, humor
11	Battisti, o último preso político	Política internacional
11	O locutor esportivo segundo Arapuã	Outros – mídia, esportes, humor
12	Por dentro do Estadão	Outros – mídia, história
12	A vida dos que mataram Che Guevara	Política internacional
12	A memória dos ratos	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
12	O artista quando jovem	Cultura – arte
12	Em busca do cadáver	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança
12	Do esgoto para o museu	Cultura - arte
12	Um problema lendário da matemática	Outros - educação
12	Adeus, Waldir Pires	Política nacional
12	Sete erros no MAM carioca	Vida na metrópole - problemas urbanos, arquitetura e urbanismo
12	Indignaldo, um chato	Vida na metrópole - estilo de vida, humor
12	A Daslu nordestina	Vida na metrópole - estilo de vida, cultura – moda
12	Revolta no Piauí contra a Philips	Política nacional, economia - empresas
12	Maripá sempre na vanguarda	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança
12	O diário do balconista	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho
13	Evo Morales contra a Petrobrás	Política internacional
13	Diário de um sadomasoquista	Cultura – teatro
13	A República os Bananas	Outros
13	No autódromo com Maluf	Política nacional
13	O agente globalizado	Esporte – futebol
13	A chegada da rosa gay	Vida na metrópole - estilo de vida, tecnologia, sexualidade
13	A despedida do aventureiro	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades
13	Um revisor feliz	Outros – mídia, humor
13	O famoso de revista	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades, humor
13	Como me perdi em Pinocchio	Vida na metrópole - estilo de vida, humor
13	A bispa Sonia converteu Osama Bin Laden	Política nacional/ internacional, humor
13	EXTRRA! O GUIA A MOLVÂNIA! GRATIS!	Viagem – humor
14	Colômbia A bolsa-bandido	Política internacional, segurança
14	Itália Xilindró renascentista	Política internacional, segurança
14	Orla carioca Prédios e costumes	Vida na metrópole - estilo de vida
14	Argentina Quem é Cristina Kirchner	Política internacional
14	Todos os lugares Trabalhar cansa	Outros – poesia
14	O sátiro trocadilhista	Vida na metrópole - estilo de vida, humor
14	Três encontros com Jorge Luis Borges	Cultura – literatura, história
14	Uma cineasta desenturmada	Cultura – cinema
14	Falcões liberais querem ficar no Iraque	Política internacional
14	O fim do diário de Keneth Tynan	Cultura – teatro
14	Adeus, "cão de Guerra"	Política internacional, história
15	Sobras de uma guerra	Política internacional, ciência e saúde
15	Volta o caudilho	Política internacional
15	O esporte que vendeu a alma	Esporte - futebol
15	Palhaço de Deus	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidade
15	Máscaras que mostram	Outros – mídia, história
15	O salvador das onças	Vida na metrópole - estilo de vida, sustentabilidade

15	As sugestões de presentes de Natal de piauí Herald	Outros – humor
15	O petróleo é deles	Política internacional
15	E-lixo e e-tiqueta	Vida na metrópole - estilo de vida, sustentabilidade
15	O que Ná Ozzetti aprendeu	Cultura - música
15	O clã do dinossauro	Outros - ficção
15	Norman Mailer, segundo Marlon Brando e Gore Vidal	Outros – mídia, história
16	O consultor José Dirceu	Política nacional
16	Amor maior que omar	Cultura – literatura, humor
16	Neschling de batuta em riste	Cultura - música
16	Bossa nova vai com tudo	Cultura - música
16	Capitalismo indestrutível	Política internacional
16	O anglófilo extremista	Vida na metrópole - estilo de vida
16	O Zippo em 68 na Guerra do Vietnã	Política internacional, história
16	Columbófilos misteriosos	Vida na metrópole - estilo de vida
16	A república velha de Vilma Arêas	Política nacional, história
16	A Dama das Camélias reapreciada	Outros
16	Diário no meio dos hupdas	Vida na metrópole - estilo de vida
16	O cometa Huckabee	Política internacional
16	Só dá Chávez na TV cubana	Política internacional, mídia
17	OUVIR? A pianista que não era	Cultura - música
17	VER? Um Guignard fresquinho para você	Cultura – arte
17	LER? O Alquimista em pele de cordeiro	Cultura - literatura
17	ASSISTIR? Neo-realismo italiano três estréias	Cultura – cinema
17	PVC vê futebol	Esporte – futebol, mídia
17	As torneiras de Tom Zé	Cultura – música, história
17	As nuvens de Bispo do Rosário	Outros – ficção
17	A oratória sublime de Mão Santa	Política internacional
17	A ruína dos generais americanos	Política internacional
17	A guerra do Sudoku contra as palavras cruzadas	Vida na metrópole - estilo de vida
17	A rotina do salva-vidas She-Ra	Vida na metrópole - estilo de vida, trabalho
18	Obama, o conciliador	Política internacional
18	Meu pai	Política internacional, poesia
18	Descendentes de Darwin	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
18	A égua do conde Vronski	Cultura – literatura
18	Caninos da carótida	Cultura – cinema
18	Pedaços de Havana	Vida na metrópole – retrato, arquitetura
18	Casas de escritores russos	Outros - arquitetura e urbanismo, filosofia
18	Aquilo que escapa entre os dedos	Outros – ficção
18	O São Bento se apnta para receber o belo sexo	Vida na metrópole - estilo de vida, educação
18	Viva a banda dos Fuzileiros navais	Outros
18	O Country Club não é mais o mesmo	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades
18	Beckett pilota um avião	Cultura – literatura, humor
19	Um meteoro de ouro sumiu em vassouras	Política nacional, educação
19	Euricão e o Pequeno Príncipe	Esporte –futebol
19	Adeus, política	Política nacional
19	De Bagdá para Mogi, via Amã	Política internacional
19	Um mar de petróleo	Política nacional, economia
19	O palhaço da burguesia	Cultura – literatura, história
19	Por dentro do caveirão	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança
19	O demônio e os novos pecados	Vida na metrópole - estilo de vida, religião
19	Notícias em três linhas	Outros – mídia, história

19	O Senhor dos Nerds	Vida na metrópole - estilo de vida
19	Tatto e a Pastoral do Dízimo	Vida na metrópole - estilo de vida, religião
19	A noiva de Odessa	Outros - ficção
20	Super-ricos sem-teto	Vida na metrópole - problemas urbanos, mercado imobiliário/fundiário
20	Confissões de um torcedor feliz	Esporte - futebol
20	Delírio Gonzo	Outros – mídia internacional
20	Antonio Candido e a menina	Cultura – literatura, história
20	Ser jornalista em Israel	Outros – mídia internacional
20	Cartun de Sempé	Outros
20	Zbignew Hebert e a fidelidade das coisas	Outros – poesia
20	O maratonista quebrado	Vida na metrópole - estilo de vida, humor, esportes – corrida
20	Uma rua chamada Sérgio Paranhos Filho	Política nacional, história
20	O conde Tolstoi acabou no Vidigal	Vida na metrópole - estilo de vida, personalidades
20	Volta o Demonoid	Outros – tecnologia
20	Adeus Ferrari, adeus Romário	Vida na metrópole - estilo de vida
21	Socialismo bem assentado	Política nacional
21	Tubarão olímpico	Esportes – natação
21	Um homem qualquer	Cultura – literatura, história
21	Nó na terra	Vida na metrópole - problemas urbanos, mercado imobiliário/fundiário, segurança
21	Eletrochoque antidepressão	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
21	O porco de Clarice Lispector	Cultura – literatura, humor
21	Como morreu Vieira de Mello	Política nacional/ internacional
21	Bichos brasileiros do século XVIII	Outros – história
21	Ghost-writer de leis	Política nacional
21	Um velocista de pernas mecânicas	Esporte – corrida
21	Lá se foi o padre nos balões	Vida na metrópole - estilo de vida, religião
21	O suicídio de Hunter S. Thompson	Outros – mídia, história
21	Que meu celular te abençoe	Vida na metrópole - estilo de vida, tecnologia
22	Entre o tráfico e o Planalto	Vida na metrópole - problemas urbanos, segurança, política nacional
22	Aberração alada	Vida na metrópole - problemas urbanos, transporte público
22	O que aprendemos com a história?	Vida na metrópole - estilo de vida, filosofia
22	Perdidos no Terminal	Vida na metrópole - problemas urbanos, transporte público
22	Soninha, a dispersiva	Política nacional
23	O Niemeyer de Maluf	Política nacional
23	Atletas, dopai-vos!	Esportes, ciência e saúde
23	ACM voltou fluorescente	Política nacional
23	Paparazzi cordiais	Outros – mídia, personalidades
23	Viva o comunismo!	Política internacional, filosofia
23	Paus, pedras e epígrafe	Outros – poesia
24	O amante do Mossad	Política – nacional
24	Reis das telas e palcos	Cultura – teatro
24	Odores trilionários	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
24	Detesto Laurence Olivier	Cultura – teatro
24	Eles não valem nada	Outros – humor
24	O verso é minha figura	Outros – poesia
25	O caseiro	Política nacional
25	Angústia bilionária	Economia - empresas
25	Natasha	Cultura – literatura

25	Maconha marroquina	Vida na metrópole - estilo de vida, ciência e saúde
25	O presidente negro	Cultura – literatura, política nacional/ internacional

Tabela 3: Chamadas e temas das capas da *piauí*.

Data	Título	Autor	Temas
02\10\06	“Chance encounter”	J.J. Sempé	Outros
09\10\06	“Fall ritual”	Bruce McCall	Esportes - aviões
16\10\06	“All That’s New All the Time”	Richard McGuire	Outros – mídia
23\10\06	“The Windup”	Bob Staake	Esportes - baseball
30\10\06	“Scaredy Cat”	Ian Falconer	Outros
06\11\06	“Bookopolis”	Eric Drooker	Cultura - Leitura
13\11\06	“You Broke It, You Own It”	Barry Blitt	Política
20\11\06	“To the Elephant Graveyard”	Mark Ulriksen	Política
27\11\06	“Thanksgiving”	Chris Ware	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida
04\12\06	“The Piano Lesson”	J.J. Sempé	A vida dos nova-iorquinos – retratos da cidade
11\12\06	“Rush Hour”	Peter de Sève	A vida dos nova-iorquinos – crítica transporte público
18\12\06	“Happy Holidays”	Benoit van Innis	Crítica comportamento, estilo de vida
25\12\06	“To a New Beginning”	Owen Smith	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, sexualidade
08\01\07	“On Thin Ice”	Ivan Brunetti	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
15\01\07	“Bird’s-Eye View”	Eric Drooker	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
22\01\07	“While Rome Burns”	Anitta Kunz	Política nacional
29\01\07	“Phone Home”	Barry Blitt	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, tecnologia, sexualidade
05\02\07	“Stay!”	Peter de Sève	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida
12\02\07	“Subway connections”	David Heatley	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, sexualidade
19 e 26\02\07	Capa de Aniversário	Rea Irvin	Outros
05\03\07	“Say cheese”	Bruce McCall	Cultura – museus, crítica comportamento, tecnologia
12\03\07	“The Man Who Loved Women”	Benoit van Innis	Cultura – leitura, sexualidade
19\03\07	“Strutting Down the Catwalk”	J.J. Sempé	Cultura – Moda, crítica comportamento
26\03\07	“Uphill battle”	Barry Blitt	A vida dos nova-iorquinos – crítica acessibilidade
02\04\07	“Double Take”	Bruce McCall	Esportes - baseball
09\04\07	“T-Day”	Christoph Niemann	Economia - Impostos
16\04\07	“Rare birds”	Jacques de Loustal	Viagens
23\04\07	“First Bloom”	Carter Goodrich	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
30\04\07	“Paint by Pixels”	Harry Bliss	Cultura – museus, crítica comportamento, tecnologia
07\05\07	“Style Sheet”	Ivan Brunetti	Cultura – Moda, crítica comportamento, estilo de vida
14\05\07	“The Ascent of Man”	Bruce McCall	Outros – crítica comportamento, estilo de vida

21\05\07	"Simple Physics"	J.J. Sempé	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
28\05\07	"Half-Staff"	Barry Blitt	Política – guerra
04\06\07	"Last Exit"	Mark Ultriksen	Outros
11 e 18\06\07	"Big City Thrills"	Adrian Tomine	Cultura – Leitura, crítica comportamento, tecnologia
25\06\07	"Big City Romance"	Lou Romano	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
02\07\07	"Bright Idea"	Bob Staake	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, sustentabilidade
09 e 16\07\07	"Fresh Produce"	J.J. Sempé	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
23\07\07	"Cooling Off"	Barry Blitt	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, sustentabilidade
30\07\07	"Girls Will Be Girls"	Anitta Kunz	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, religião
06\08\07	"Urban Jungle"	Eric Drooker	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida
13\08\07	"Hot Dogs"	Mark Ultriksen	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
20\08\07	"Summer Reading"	Joost Swarte	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade, cultura – leitura
27\08\07	"Post Katrina - Adrift"	Kara Walker	Outros - acontecimento da semana (katrina)
03 e 10\09\07	"Menu Rose"	Wayne Thiebaud	Outros - gastronomia
17\09\07	"Playground"	Lorenzo Mattotti	Vida urbana - retratos da cidade, esportes
24\09\07	"There Goes the Neighborhood"	Bruce McCall	Cultura – moda, vida urbana - crítica comportamental
01\10\07	"Stairway to the Stars"	Philippe Petit-Roulet	Cultura – Leitura
08\10\07	"Narrow Distance"	Barry Blitt	Política internacional
15\10\07	"Higher Still"	J.J. Sempé	Outros
22\10\07	"Unmasked Beauty"	Lorenzo Mattotti	Cultura - teatro
29\10\07	"Happy Halloween!"	Richard McGuire	Outros
05\11\07	"Wild Fires"	Lorenzo Mattotti	Outros
12\11\07	"Face"	William Steig	Outros
19\11\07	"Autumn Tales"	Benoit van Innis	Cultura – Leitura
26\11\07	"A Clear Conscience"	Bruce McCall	Outros – crítica comportamento, sustentabilidade
03\12\07	"Violent Night"	Christoph Niemann	A vida dos nova-iorquinos – crítica segurança
10\12\07	"Xmas Stories"	Joost Swarte	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida
17\12\07	"Santa's Little Schleppers"	Bob Staake	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida
24 e 31\12\07	"Urban Landscape"	Kim DeMarco	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade, cultura – leitura
07\01\08	"On the Edge"	Istvam Banyai	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
14\01\08	"together"	J.J. Sempé	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
21\01\08	"On the Prowl"	Lorenzo Mattotti	Cultura - moda
28\01\08	"Winter pleasures"	Mark Ultriksen	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
04\02\07	"Humpty Dumpty Sat on a Wall..."	Kathy Osborn	Economia - crise

11 e 18\02\08	"Eustace Tillarobama"	Rea Irvin and Steh	Política nacional
25\02\08	"Shelf life"	Adrian Tomine	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida, cultura – leitura
03\03\08	"Fading"	Ana Juan	Política internacional
10\03\08	"Blossoms"	Ana Juan	Cultura – moda
17\03\08	"I'll Get It"	Barry Blitt	Política nacional
24\03\08	"The Emperror's New Clothes"	Mark Ultrixsen	Política nacional
31\03\08	"All Downhill from Here..."	Richard McGuire	Economia – crise
07\04\08	"lost and Found"	Mark Ultrixsen	Esportes – baseball
14\04\08	"Without Skipping a Beat"	J.J. Sempé	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida, cultura – música
21\04\08	"On the Move"	Jacques de Loustal	Viagens
28\04\08	"Vernal Bliss"	William Steig	Outros
05\05\08	"Mother's Day Special"	Barry Blitt	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, estilo de vida
12\05\08	"Man's Best Friend"	Dan Clowes	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, tecnologia
19\05\08	"Springtime"	J.J. Sempé	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade
26\05\08	"Through the Winger"	Peter de Sève	A vida dos nova-iorquinos – crítica segurança
02\06\08	"Foot in the Door"	Bob Staake	Outros – crítica comportamento, educação
09 e 16\06\08	"Book Lovers"	Adrian Tomine	A vida dos nova-iorquinos – crítica comportamento, tecnologia, cultura – leitura
23\06\08	"Summer Job"	Bruce McCall	Outros – crítica comportamento, estilo de vida
30\06\08	"Subway Man"	Roz Chast	A vida dos nova-iorquinos – crítica transporte público
07 e 14\07\08	"First Bath"	J.J. Sempé	Outros
21\07\08	"The Politics of the Fear"	Barry Blitt	Política nacional
28\07\08	"Summer Getaway"	Peter de Sève	Outros – crítica comportamento, vegetarianismo
04\08\08	"Night Cap"	Kim DeMarco	Esportes – natação
11 e 18\08\08	"Future Memories"	J.J. Sempé	Outros
25\08\08	"Swim, Swam, Swum"	Richard McGuire	Esportes – natação
01\09\08	"Object of Desire"	Ana Juan	Cultura – Moda, crítica comportamento
08\09\08	"McNopoly"	Mark Ultrixsen	Economia
15\09\08	"New York Moment"	Eric Drooker	A vida dos nova-iorquinos - retratos da cidade, casais
22\09\08	"The Race Is On"	Barry Blitt	A vida dos nova-iorquinos – crítica transporte público
29\09\08	"Downward Mobility"	Eric Drooker	A vida dos nova-iorquinos - crítica comportamento, tecnologia
06\10\08	"A Room With a View"	Barry Blitt	Política nacional
20\10\08	"Face-Off"	Bob Staake	Economia - crise
27\10\08	"Red Death on Wall Street"	Robert Risko	Política nacional
13\10\08	"With Dignity"	Richard McGuire	Política nacional

Tabela 4: Temas, títulos e autores das capas da *The New Yorker*.

Tradução dos títulos na *The New Yorker* (feita pela autora):

"Chance de encontro"

"Ritual da queda"

"Tudo o que é novo o tempo todo "

"A conclusão"

"Gato assustado "

"Cidade dos livros"

"Se você quebrou, é seu"

"Para o cemitério de Elefantes"

"Ação de graças"

"A lição de piano"

"Hora do Rush"

"Boas festas"

"Para um novo começo "

"Sobre gelo fino"

"Vista de um Pássaro"

"Enquanto Roma queima"

"Ligar para casa"

"Fique!"

"Conexões de metrô"

Capa de Aniversário

"Diga xis"

"O homem que amava as mulheres"

"Suportando a passarela"

"Batalha difícil"

"Tomada dupla"

"Dia dos impostos"

"Pássaros raros"

"Primeiro florescer"

"Pintado por Pixels"

"Edição de estilo"

"A ascensão do homem"
"Física Simples"
"Meio-Staff "
"Última saída"
"Aventuras na cidade grande "
"Romance na cidade grande"
"Ideia brilhante "
"Recém-produzido"
"Refrescando-se"
"Meninas serão meninas"
"Floresta urbana"
"Cachorros-quentes"
"Leitura de Verão"
"Depois do Katrina – à deriva"
"Menu Rosa"
"Playground"
"Lá se vai a vizinhança"
"Escadas para as estrelas"
"Distância estreita"
"Ainda mais alto"
"Beleza desmascarada"
"Feliz Halloween!"
"Os incêndios selvagens"
"Cara"
"Contos de Outono "
"Uma consciência limpa "
"Noite violenta"
"Histórias de Natal "
"Pequenos idiotas de Noel"
"Paisagem urbana "
"Na beirada"

"Juntos"
"Perambulando"
"Prazeres de Inverno"
"Humpty Dumpty sentado em uma parede ... "
"Eustace Tillarobama"
"Prazo de validade"
"Desvanecimento"
"Flores"
"Eu vou buscá-la"
"As Roupas Novas do Imperador"
"Tudo para baixo daqui ... "
"Achados e perdidos"
"Sem perder o ritmo"
"Movendo-se"
"Felicidade de primavera"
"Especial Dia das Mães"
"O melhor amigo do homem "
"Primavera"
"través do Winger"
"Pé na porta "
"Amantes de livros"
"Trabalho de verão"
"O homem metrô"
"Primeiro banho"
"A política do medo"
"Fuga de verão"
"Touca de dormir"
"Memórias futuras"
"Nada, nadou, nadou"
"Objeto de desejo"
"McNopoly"

"Momento de Nova Iorque"

"A corrida começa"

"Mobilidade descendente"

"Um quarto com vista"

"Enfrentando-se"

"Morte Vermelha em Wall Street"

"Com Dignidade "

4. *Focus e Época*

Época pertence à Editora Globo e é a principal concorrente da *Veja*, esse foi o primeiro motivo de sua escolha. O segundo motivo da escolha foi a conexão com a publicação alemã *Focus*, as duas têm entre si uma relação que se difere das estabelecidas entre *piauí* e *The New Yorker* ou entre a *Veja* e a *Time*, porque há um contrato de direitos autorais que as une. Esse acordo permite o uso de material fotográfico e editorial da *Focus* com exclusividade no Brasil pela *Época*. A revista brasileira nasce em 25 de maio de 1998 e é semanal, como sua “musa inspiradora”. Assim, o espaço-tempo de análise volta a ser o de 25 semanas, como foi no segundo capítulo.

Apesar de ser concorrente direta da *Veja*, ou talvez exatamente por isso, a *Época* se posiciona de forma diferente em relação a alguns pontos. Por exemplo, em sua primeira carta ao leitor se fala sobre imparcialidade. Nas cartas ao leitor das primeiras edições da *Veja* Mino Carta explica como é impossível um repórter não acabar imprimindo parte da sua opinião a partir da observação dos fatos. A postura da *Época* vai ser bem diferente. Segue abaixo fragmento da primeira carta ao leitor da revista que frisa essa postura da revista:

“Acreditamos que a vida vai além do que dizem as manchetes políticas e econômicas da semana. Por isso, ÉPOCA investe em temas e preocupações que influenciam o dia-a-dia de todos nós - e fala desses assuntos de forma simples, coloquial e positiva. Paralelamente, os fatos e fenômenos institucionais, a grande política e a macroeconomia recebem tratamento sério, aprofundado, isento. (...) Nessas páginas estará, toda semana, uma massa de informação correta, equilibrada, democrática e pluralista. Nela, os fatos serão apresentados com o grau de profundidade que permita ao leitor julgar e decidir por conta própria.

Assim se exprime o nosso respeito pelo leitor e por seu livre-arbítrio. Publicaremos os fatos e só os fatos, sem pontos de vista pessoais, que só aparecerão identificados em entrevistas ou colunas. A interpretação e o julgamento da relevância dos fatos na vida do leitor são prerrogativas suas. De mais ninguém.

Devo dizer que esse talvez seja o único ponto em que ÉPOCA tem comportamento rigorosamente tradicional: é assim que sabemos fazer jornalismo.”⁵⁷

⁵⁷ Trecho da carta ao leitor da *Época* em sua primeira edição, de 25 de maio de 1998

Como será visto nas próximas páginas, por ter este contrato de uso da imagem, *Época* e *Focus* chegam a confundir o leitor desatento. Também em suas pautas haverá edições em que são idênticas. Entretanto, essa semelhança se encerra em 2003, quando o contrato se encerra. Anos depois, em 2012, *Época* passa por uma repaginação gráfica e muda até mesmo seu logotipo. No entanto, essa é uma mudança muito posterior ao universo de análise escolhido aqui e não irá afetar a avaliação feita neste trabalho.

4.1 Temas nas capas da *Época* e da *Focus*

As pautas chamadas nas 25 capas de cada uma das duas revistas também serão divididas em grupos e subgrupos de acordo com os temas mais populares como foi feito nos capítulos anteriores. A divisão aqui será entre as seguintes categorias:

- Esportes
- Saúde
- Cultura
- Economia
- Política
- Outros

A proporção em que cada uma dessas categorias aparece, ao contrário das outras duplas, é bem diferente de uma revista para a outra. Primeiro porque as capas da *Época* apresentam mais chamadas do que as da *Focus*, seguindo o padrão verificado nas outras duas duplas, o que gera uma diferença na ordem de grandeza nas manchetes de cada veículo. Mas principalmente porque há uma clara diferença na importância dada a certos temas, como saúde, religião e personalidades que leva a essa discrepância e faz com que a categoria “outros” seja forte na *Época* e a economia seja muito mais forte na *Focus*.

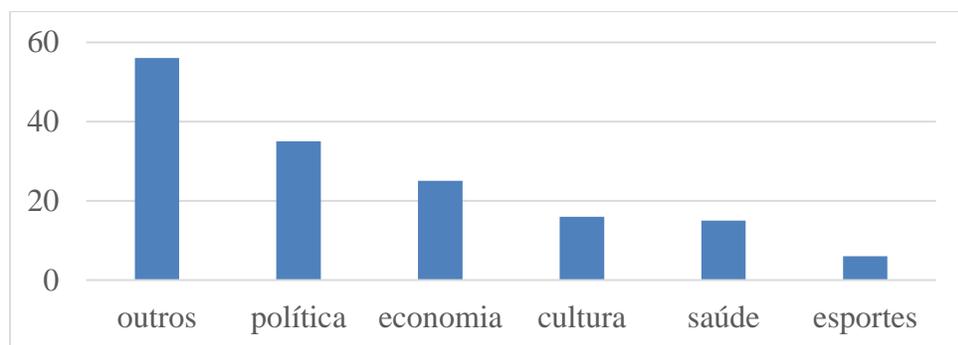


Gráfico 14: Relação de cada categoria de temas na *Época*.

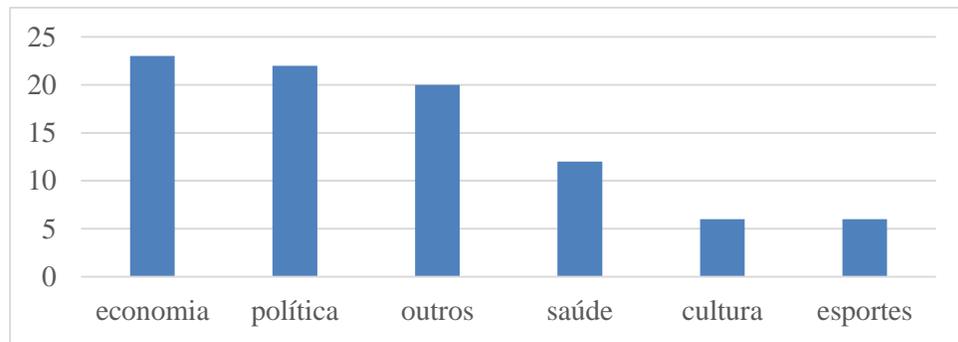


Gráfico 15: Relação de cada categoria de temas na *Focus*

4.1.1 Política

Novamente essa categoria é observada e novamente ela será dividida entre nacional e internacional. Os números brutos da *Época* são um pouco maiores do que os da *Focus*, mas isso se deve também ao fato de que todos os números da revista brasileira são maiores mesmo. A proporção permanece bem parecida nesse tópico. As duas falam mais de política nacional do que de internacional, com uma leve diferença na *Época*, que fala um pouco mais de política internacional – são 10 para 25, enquanto na *Focus* são 4 para 18. Pode-se imaginar que essa maior quantidade de pautas sobre política internacional na *Época* seja influência da *Focus*, mas não é. A maioria das matérias sobre política internacional da revista nacional são sobre a relação do Brasil com países da América Latina ou apenas sobre países deste bloco supranacional. Já as matérias internacionais da publicação alemã são geralmente sobre assuntos ligados a países da União Europeia.

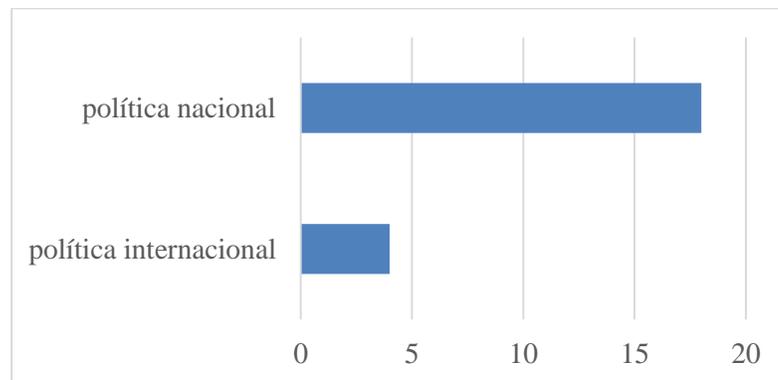


Gráfico 16: Relação entre política nacional e internacional na *Focus*.

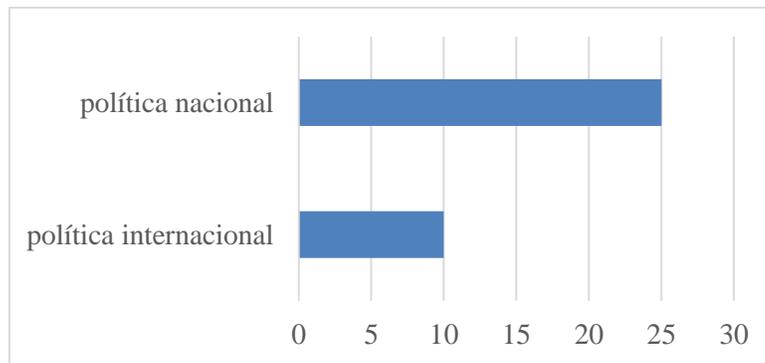


Gráfico 17: Relação entre política nacional e internacional na *Época*.

A única pauta sobre política internacional que conecta as duas revistas é o escândalo sexual envolvendo o presidente americano Bill Clinton, que fez com que as duas saíssem do padrão de observar mais seus grupos supranacionais mais próximos e focas nos Estados Unidos. Na *Focus* o assunto aparece duas vezes na capa, nunca como o assunto principal. O mesmo acontece na *Época*, que só toca no assunto quatro semanas depois que a revista alemã fala sobre. Apesar de serem sobre o mesmo assunto, não se observa chamadas parecidas, como foi visto entre a *Veja* e a *Time*. As chamadas da *Focus* são "INTERVIEW: US-Autor Gore Vidal rat Bill Clinton: 'Weiterlügen!'"⁵⁸ e "USA: Clintons Befreiungsschlag"⁵⁹ enquanto a da *Época* é "Na internet, as manias sexuais de Clinton" com legenda na foto "Relatório de Starr pede impeachment do presidente". Como nos dois casos são pequenos detalhes na capa, serão reproduzidos abaixo fragmentos das digitalizações das capas, possibilitando ver com clareza cada chamada.



Imagem 37: Fragmentos das capas com chamadas sobre o escândalo de Clinton.⁶⁰

⁵⁸ Tradução feita pela autora: "ENTREVISTA: Autor americano Gore Vidal aconselha Bill Clinton: 'continue mentindo!'"

⁵⁹ Tradução feita pela autora: "EUA: O chute de Clinton"

⁶⁰ Imagens retiradas dos acervos digitais das revistas e disponíveis em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/017.jpg, http://p4.focus.de/img/gen/L/9/HBL9cOqE_Pxgen_r_Ax480.jpg? e http://p4.focus.de/img/gen/N/i/HBNiQ1za_Pxgen_r_Ax480.jpg?

4.1.2 Economia

Ao contrário das outras revistas, a forma que essas duas abordam a economia é mais variada. Há quatro formas de falar sobre economia nas duas revistas: macroeconomia nacional, macroeconomia internacional, microeconomia voltada para uma empresa específica e dicas de como economizar consumindo ou com impostos. Na *Época* a economia nacional é muito falada, assim como as dicas de como economizar, já na *Focus* as dicas são muito mais populares do que as pautas de macroeconomia nacional. Uma possível explicação para isso é que a revista alemã nesse período já tinha uma versão apenas sobre economia e a *Época* ainda não tinha a *Época Negócios*. No entanto, como a criação da revista econômica brasileira é posterior ao espaço de tempo analisado, não é possível comprovar essa hipótese. Para isso seria necessário verificar a mesma frequência depois da criação da *Época Negócios*.

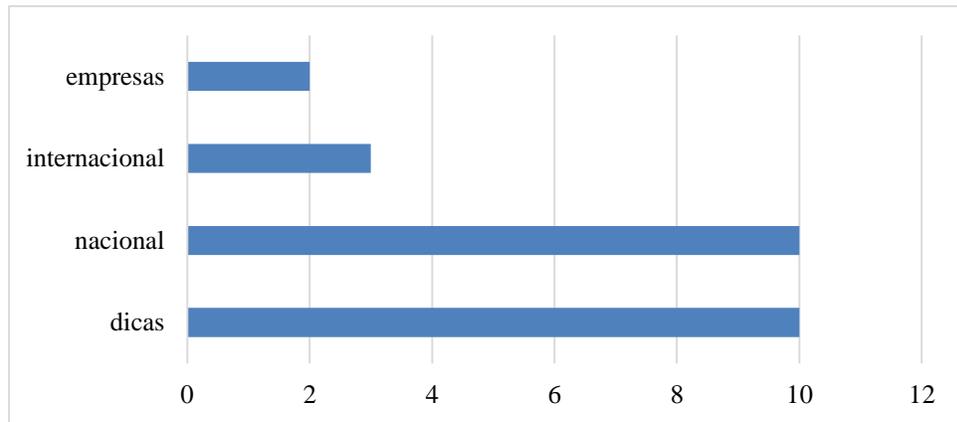


Gráfico 18: Relação de chamadas de capa sobre economia na *Época*.

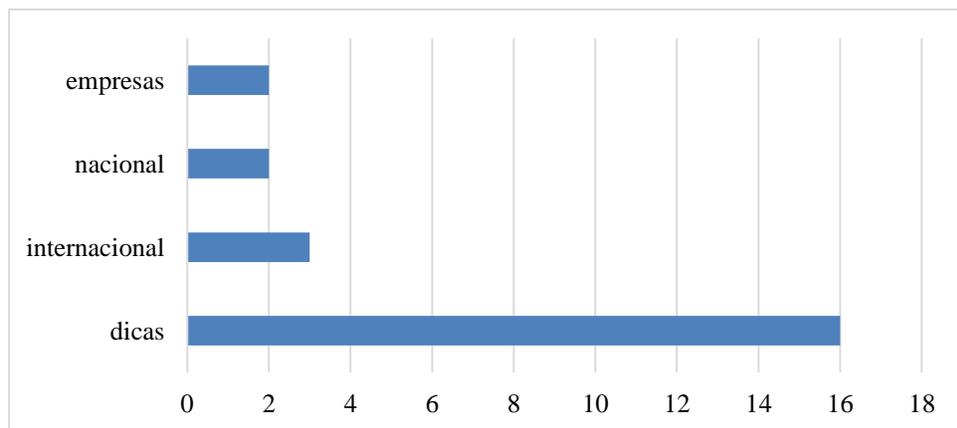


Gráfico 19: Relação de chamadas de capa sobre economia na *Focus*.

É interessante que apesar da relação entre pautas de macroeconomia nacional e dicas ser diferente nas duas revistas, os números de matérias sobre política internacional e empresas são

exatamente os mesmos – 3 e 2 edições para cada um, respectivamente. E dentre as poucas chamadas sobre economia internacional, existe uma coincidência, a crise na Rússia é assunto nas capas das duas revistas na mesma semana. Em 31 de agosto de 1998 a *Focus* vai às bancas com os seguintes dizeres em sua capa: "HYSTERIE AN DEN FINANZMÄRKTEN", "Kommt der große Crash?", "Wie gefährlich die Krisen in Rußland und Asien wirklich sind" e "Tips für Sparer und Aktionäre"⁶¹, ao mesmo tempo a *Época* reserva um espaço muito mais modesto onde se lê "Crise! Quebra da Rússia espalha o pânico" e "Bolsas e moedas despencam no mundo". O destaque que as duas revistas dão ao assunto é bem diferente. Enquanto a crise é o principal assunto na capa da *Focus*, na *Época* a manchete é sobre vestibular. É certo que essa chamada fica em um espaço no canto superior direito da capa da *Época* que em geral é bem menor e algumas vezes sequer tem fotos. Dessa vez a dinâmica com que o texto se apresenta segue o padrão de uma manchete, tem ícones abaixo do título, que é curto e em letras garrafais. Seguem abaixo reproduções das duas capas citadas.



Imagem 38: As capas das duas revistas na última semana de agosto de 1998.⁶²

Ao mesmo tempo, seis edições antes a revista brasileira já tinha dado uma chamada na capa sobre a crise na Rússia: "Reportagem: viagem à Rússia mergulhada em crise capitalista". O teto se

⁶¹ Tradução da autora: "HISTERIA NOS MERCADOS FINANCEIROS", "Será esse o grande Crash?", "O quão perigosas as crises da Ásia e da Rússia realmente são" e "Dicas para os poupadores e acionistas"

⁶² Digitalizações das capas retiradas do acervo virtual das duas revistas, disponíveis em http://p4.focus.de/img/gen/a/k/HBakz4xL_Pxgen_r_Ax480.jpg? e em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/015.jpg

encontra na parte mais discreta da página, que é a faixa acima o logotipo, mas exatamente por estar próxima da marca é um espaço privilegiado. Ou seja, pode-se considerar que o assunto ganha maior destaque na *Focus* quando se compara as duas capas anteriores isoladamente, mas quando se olha no total das cinquenta capas a *Época* fala mais sobre a crise econômica na Rússia.



Imagem 39: A primeira capa da *Época* em que a crise russa é citada.⁶³

4.1.3 Cultura

Até agora foram abordados temas que ilustraram na maioria das vezes a principal área da capa, com a imagem central. A cultura, no entanto, nas duas revistas sempre aparece em espaços secundários. Geralmente ficam no canto superior direito, com uma pequena foto ao lado. Na *Época* as pautas de cultura são mais populares, chegam a 16 enquanto na *Focus* são apenas 6. Outra diferença na cobertura desse tema é o enfoque. Enquanto a cobertura alemã se limita praticamente a cinema, a brasileira é muito mais sobre televisão – talvez por contada ligação da revista com a Rede Globo. A abordagem brasileira também é muito mais variada, falando sobre seis áreas diferentes ligadas à cultura enquanto a alemã se limita a música, literatura e cinema. Nesse tema não há coincidências entre pautas, principalmente porque a cobertura da *Época* é muito mais voltada para estrelas nacionais.

⁶³ Imagem retirada do acervo digital da revista e acessível em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/009.jpg

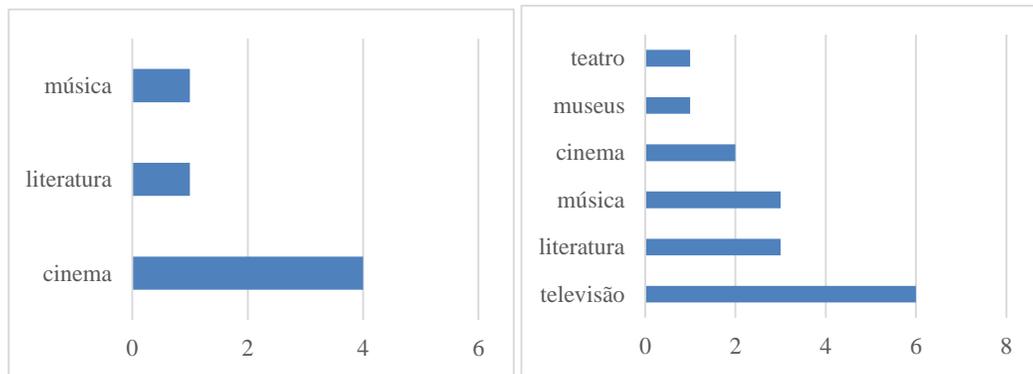


Gráfico 20: A cobertura de cultura em números da *Focus*, à esquerda, e da *Época*.

4.1.4 Esportes

Se a cobertura de cultura distancia os dois perfis de publicação, a de esportes os aproxima. São exatamente seis pautas esportivas em cada uma das duas revistas, das quais quatro são sobre futebol. Os números são idênticos não apenas em relação à categoria “esportes”, mas também ao esporte favorito das duas. Em relação às duas pautas que sobram, na Alemanha são dedicadas a outra paixão nacional, a fórmula-1, e no Brasil dedica-se a dois esportes em que o país se destaca nas olimpíadas, vela e basquete. Ainda sobre futebol, as duas falam muito sobre a Copa do Mundo, realizada em 1998. Por motivos óbvios, a *Focus* fala sempre sobre a seleção alemã e a *Época* sobre a brasileira.

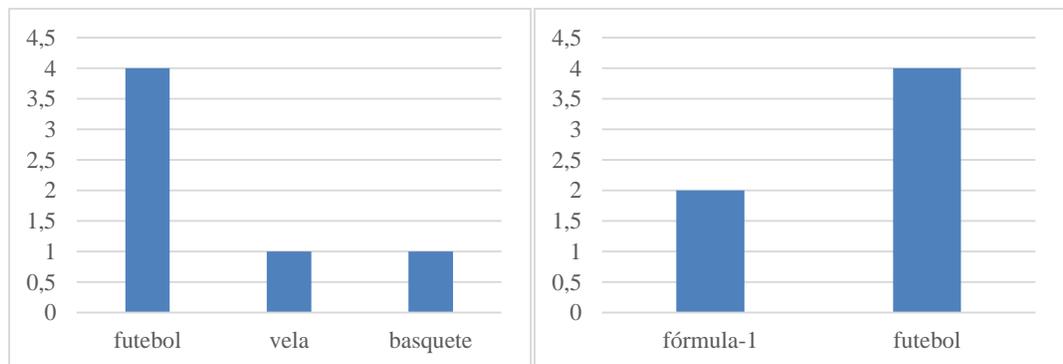


Gráfico 21: A cobertura de esportes em números. *Época* à esquerda e *Focus* à direita.

4.1.5 Saúde

As duas revistas se distanciam das demais quando o assunto é saúde e mostram um diferencial que compõe o perfil das duas. Elas dão muito mais atenção a este tema do que as outras. São 12 capas falando de saúde na *Focus* e 15 na *Época*. A abordagem das duas revistas é bem parecida, elas falam de saúde ou como um bem de consumo (seguros e planos de saúde) ou falam

sobre avanços da ciência e as doenças que ainda desafiam os maiores especialistas, como o câncer e a AIDS. A *Época* ainda faz por duas vezes chamadas falando sobre o lançamento do Viagra, uma coisa que a *Focus* não faz. Mas a *Focus*, por sua vez, faz uma série de reportagens sobre os avanços da medicina, dedicando cada edição a uma área específica, como pediatria, ginecologia e urologia.

4.1.6 Outros

É nos temas mais específicos e fora das grandes categorias que se encontram as maiores coincidências e distanciamentos entre as duas revistas. Exatamente porque são temas extremamente específicos chega a ser curioso quando a forma de serem retratados é igual. Por exemplo, a primeira edição a ser analisada da *Focus* é sobre “Superstar Autos”⁶⁴. Essa é exatamente a mesma capa que a 23ª edição da *Época*. É impressionante como não apenas o assunto é o mesmo, com títulos praticamente iguais, mas também a parte gráfica é quase idêntica. Até detalhes à esquerda dos tópicos, na barra inferior, formando as cores de um semáforo, a caixa amarela ao lado da manchete, o fundo azul com os faróis do carro estourados, o modelo da imagem de capa inteiro é praticamente o mesmo nas duas.



Imagem 40: As capas absurdamente parecidas nas duas revistas.⁶⁵

⁶⁴ Tradução feita pela autora: “Carros Superstars”

⁶⁵ Imagens retiradas dos acervos digitais das duas revistas e acessíveis em http://p4.focus.de/img/gen/f/X/HBfX5Lwk_Pxgen_r_Ax480.jpg?e e http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/023.jpg

Outro tópico abordado com muita ênfase nas duas revistas é a telefonia móvel. Nas capas da *Focus* esse assunto aparece cinco vezes. Na *Época* não é tão recorrente, mas chega a ser o tema central de uma das edições. A tecnologia ligada ao comportamento e principalmente ao consumo é muito frequente nas duas revistas, por isso as pautas desse tipo foram encaixadas na categoria “dicas” de economia, em geral são conselhos de como gastar menos, ao comprar um computador de última geração ou uma câmera. Mas chamou a atenção o número de matérias sobre os telefones móveis, especialmente na *Focus*, são cinco capas falando sobre isso em algum dos quatro espaços que a revista separa para chamadas. Na *Época* o assunto é o centro da capa na mesma semana em que isso acontece em sua influenciadora, mas dessa vez as capas não são tão parecidas quanto as duas acima.



Imagem 41: Na última semana de julho de 1998 a principal chamada é a mesma nas duas revistas, a chegada dos celulares.⁶⁶

Ao mesmo tempo, existem alguns pontos de distanciamento entre as duas revistas quando se olha para assuntos específicos que não se encaixam nas grandes categorias listadas acima. A cobertura de personalidades, por exemplo. Assim como as pautas de televisão são numerosas na *Época*, seguindo esta linha também aparecem muitas celebridades em suas capas, até porque em geral são matérias sobre como uma atriz específica está encantando o Brasil com sua atuação na novela das 20h. É importante, mais uma vez, ressaltar a ligação que a *Época* tem com a Rede Globo, porque as celebridades que estampam suas matérias de televisão são de novelas globais. Nunca aparecem atores de outros canais. Também é preciso deixar claro que as matérias sobre

⁶⁶ Imagens retiradas dos acervos digitais das duas revistas e acessíveis em http://p4.focus.de/img/gen/o/D/HBoDLakv_Pxgen_r_Ax480.jpg? e http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/010.jpg

celebridades nunca são as principais da capa. Quando uma personalidade aparece na manchete é relativa a um grande acontecimento da semana, como a morte do cantor Leandro, ou a uma pauta comportamental em que uma personalidade aparece.



Imagem 42: O cantor Leandro e a atriz Mônica Carvalho nas capas da *Época*.⁶⁷

Outros dois pontos de afastamento entre as revistas são as coberturas de educação e mercado de trabalho. Esses assuntos são recorrentes na *Época* e geral estão no centro da capa. Já a *Focus* fala apenas uma vez em suas capas sobre educação, que é quando se faz uma reforma ortográfica no país. E sobre mercado de trabalho é sempre vinculado a temas maiores, como as eleições e como elas podem afetar, entre outras coisas, a oferta de empregos, ou sobre imigração e onde existem melhores condições de vida, entre elas o trabalho. Já a *Época* fala diretamente de educação, sobre a realidade das escolas brasileiras e o uso de drogas em sala, ou o vestibular, assunto que encapa a revista duas vezes. Ainda há uma capa sobre a dificuldade de conseguir o primeiro emprego.

⁶⁷ Imagens retiradas do acervo digital a revista e acessíveis em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/006.jpg e http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/024.jpg



Imagem 43: A educação e o mercado de trabalho nas capas da *Época*.⁶⁸

O último subtema avaliado também é um ponto de diferença entre as duas revistas: religião. Como visto nos capítulos anteriores, as revistas sempre falam sobre religião em suas capas, mesmo que seja em apenas uma edição. A *Focus* vai seguir esse estilo e em um detalhe na capa de 26 de outubro de 1998 convida o leitor a acompanhar uma entrevista com o Dalai Lama, pauta que inclusive aparece na capa da *Época* meses depois, mas já fora dos limites colocados para essa análise. Já a revista brasileira dá muito mais enfoque para as religiões. Aliás, *Época* é, entre as seis publicações aqui analisadas, a que mais fala sobre religião. São sete chamadas de capa sobre o assunto. Acompanhando a multiplicidade do cenário religioso brasileiro, se fala sobre catolicismo, protestantismo, espiritismo, budismo e sobre a influência das bancadas religiosas no congresso.

A análise dos temas que não entram nas grandes categorias reflete bem a relação entre a *Época* e a *Focus*. São duas revistas que, por vezes, apresentam capas tão parecidas que chegam a confundir ao primeiro olhar, mas que dão importância diferenciada a alguns assuntos específicos. O que se pode perceber aqui é que a *Época* é muito mais comportamental enquanto a *Focus* dá ênfase à cobertura político-econômica.

⁶⁸ Imagens retiradas do acervo digital da revista e acessíveis em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/004.jpg e http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/011.jpg

4.2 Comparação gráfica

Por terem um contrato que as une, fica claro estas duas revistas terão padrões gráficos similares. A análise gráfica, como nos demais capítulos, vai levar em consideração os logotipo, os elementos padronizados da capa (e nessa dupla eles estão em maior número) e as cores. Será possível perceber que, apesar das obrigações contratuais, percebe-se um esforço da parte da *Época* para criar mais variações gráficas em relação a sua influenciadora. Também há mais chamadas para diferentes pautas na revista brasileira. Mas, de uma forma geral as duas possuem a mesma aparência. Em sua primeira carta do editor, a *Época* se posiciona de uma forma muito diferente da *Veja* em relação à parte gráfica da revista, dando muito valor a essa área.

“A diagramação e o tratamento de fotos, ilustrações, gráficos e tabelas não têm precedentes no mercado editorial brasileiro. É também um avanço significativo o fato de que a arte jamais tem função apenas decorativa: ela constitui importante complemento da informação. O resultado é uma revista diferente, surpreendente.”

Época edição 1, 25 de maio de 1998, “Um futuro melhor”

4.2.1 Logotipo

O logotipo é a síntese da influência contratual que as duas revistas devem ter. O da *Época* passou recentemente por mudanças, depois de uma repaginação da revista, mas como se procurou manter o foco às 25 primeiras revistas, só será levando em consideração o primeiro logotipo da revista brasileira. O único problema que isso gera é que encontrar o logotipo do qual falamos não será tão fácil quanto foi nas outras publicações avaliadas, porque ele já não está mais disponível no website do veículo. Já o da *Focus* permanece o mesmo até hoje, não haverá problemas para encontra-lo no site da revista.



Imagem 44: logotipos das duas revistas, semelhança exigida por contrato.⁶⁹

Com a licença do clichê, mas uma imagem vale mais do que mil palavras. Nesse caso, duas imagens. O tipo de letra – inclusive próximo do usado pela *Time*, romano, com serifas em ângulos retos, bem clássica – é exatamente o mesmo. A letra *c* de cada um deles pode ser usada como tira-

⁶⁹ Imagens retiradas da internet e disponíveis em <http://en.academic.ru/dic.nsf/enwiki/4183410> e <http://www.fabianovidal.com/2011/08/ministerio-do-turismo-rebate-denuncia.html>

teima para não restar dúvida alguma. Até mesmo a pequena frase em branco na parte superior é a mesma: “A moderna revista semanal de informação” é uma tradução literal de “*das moderne nachrichtenmagazin*”. Talvez as duas únicas diferenças, além do nome, é claro, sejam a posição em que essa frase se encontra – na *Focus* ela começa exatamente depois do *F* e na *Época* está colado ao canto superior direito – e a posição do globo. Mas, é necessário esclarecer, que isso só acontece porque as duas revistas são de países diferentes. O planeta terra no logotipo da *Focus* está posicionado de forma que a Alemanha fica bem ao centro, o logo da *Época* apenas “girou” o globo para que o Brasil aparecesse (e, note-se, não ao centro do globo). Talvez isso reflita uma diferença na postura das duas revistas e de suas propostas. Afinal, intitular um veículo alemão de *Focus*, ou, foco, e colocar no logotipo um planeta Terra com a Alemanha ao centro nada mais é do que dizer para o leitor que o foco é este país, o mais importante. Chamar uma revista de *Época*, até colocar o globo como o contrato pede, mas não centralizar o Brasil, no mínimo isso muda a interpretação do significado do logotipo para algo menos nacionalista. E, se a marca é o que sintetiza a empresa, pode-se depreender daí que a postura nas coberturas será também menos voltada para o ambiente nacional do que a *Focus* seria para a Alemanha.

Para finalizar os comentários sobre o logotipo, ele está sempre no mesmo exato lugar: o canto superior esquerdo, aquele cantinho privilegiado em que o leitor bate o olho antes de qualquer outra parte da página, como já mencionado anteriormente. O logo nunca se altera, não troca de cor nem de lugar, não ganha efeitos, no máximo ele é levemente encoberto por uma parte da imagem de capa, mas nada comparado com o que foi visto nas revistas anteriores. Isso é observado nos dois casos. Na *Época* o logo só fica levemente encoberto quatro vezes e na *Focus* seis, sendo uma delas por uma orelha que está fora de seu lugar padrão. Fora isso, ele permanece intocado nas duas revistas.



Imagem 45: Os logotipos das duas revistas em dois casos onde estão parcialmente encobertos.⁷⁰

4.2.2 Elementos padrão

As duas revistas apresentam alguns elementos padronizados parecidos com os da *Time* e da *Veja*, por exemplo, as orelhas no canto da página. A diferença aqui é o lugar em que essa orelha fica. Enquanto na primeira dupla avaliada esse espaço secundário da capa era no canto superior direito, o lugar da orelha da *Época* e da *Focus* vai ser no canto inferior direito. A função dela é muito parecida com a da *Veja*: um espaço para pautas secundárias. O uso das orelhas é na mesma frequência, apenas quatro edições na *Época* e cinco na *Focus* não possuem esse espaço triangular em algum cantinho. Na *Época* ela troca de lugar por três vezes e na *Focus* cinco. A principal diferença entre esse espaço é na utilização de fotos. Das 21 edições brasileiras que apresentem esse elemento, 19 possuem uma foto, enquanto nas alemãs apenas 12 das vinte têm fotos.

Outra diferença é nas cores usadas nesse espaço. Na *Focus* são apenas combinações de vermelho, branco e preto, ou de vermelho, amarelo e preto. Já na *Época* as combinações mudam, podendo usar essas mesmas cores, mas em outras combinações (como apenas vermelho e branco ou apenas branco e amarelo) uma tonalidade mais escura do vermelho, próximo ao Borgonha e o azul-marinho também são muito usados. Com isso, os textos dessa parte da *Época* variam mais de estilo do que os da *Focus*. É mais comum também se perceber diferentes estilos de letra nas orelhas da *Época*, algo incomum na *Focus*. Ainda assim, é possível observar nas duas revistas um padrão

⁷⁰ Reproduções das capas retiradas dos acervos digitais das revistas, disponíveis em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/021.jpg e http://p4.focus.de/img/gen/1/L/HB1Lst5B_Pxgen_r_Ax480.jpg?

básico em que o título aparece em caixa alta e sublinhado, logo abaixo, o subtítulo, em geral em preto, em letras menores.



Imagem 46: as orelhas nas duas revistas.⁷¹

Também podem aparecer eventualmente faixas na barra inferior da página, uma ferramenta gráfica muito mais utilizada pela *Época*, é importante frisar. São nove edições brasileiras em que essa faixa aparece e apenas três alemãs. Essa barra inferior sempre tem pelo menos uma foto, em geral tem mais, tanto na revista brasileira quanto na alemã. Nesse espaço podem ser encontradas até três chamadas diferentes. A *Época* tem essa característica que colocar mais chamadas do que a *Focus*. Tanto que suas capas, no total, apresentam seis espaços onde as chamadas são encontradas, enquanto a *Focus* tem cinco. É como se as capas da *Focus* fossem mais “limpas”. Aliás, essa é uma característica que tem sido observada em todas as comparações: as revistas estrangeiras são mais limpas de informação, com mais espaço para as imagens. As brasileiras têm o costume de colocar mais texto e textos referentes a um número maior de pautas.

⁷¹ Reproduções das capas das revistas retiradas dos acervos digitais, disponíveis em http://p4.focus.de/img/gen/P/1/HBPIJ6o6_Pxgen_r_Ax480.jpg?e e http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/022.jpg



Imagem 47: Barras inferiores nas duas revistas.⁷²

Mais frequente do que a barra inferior, uma pequena chamada no canto superior direito - sem formar a estrutura triangular da orelha - é encontrada também nas duas revistas. Em geral vem acompanhada de uma foto ou até três e um texto curto que se refere a uma ou duas pautas, mais comum apenas uma. Na *Focus*, só uma dessas chamadas vem sem foto e na *Época* isso só acontece três vezes. Quando essa chamada vem sem foto, nas duas revistas ela aparece entre duas barras, uma em cima e outra embaixo do texto, com a diferença que na *Focus* tudo isso é feito na mesma cor e na *Época* é colorido, como se pode observar abaixo.

⁷² Reproduções das revistas retiradas dos seus acervos digitais, disponíveis em http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/016.jpg e http://p4.focus.de/img/gen/y/Y/HByY4IVc_Pxgen_r_Ax480.jpg?



Imagem 48: O espaço no canto superior direito na *Época* em geral é mais colorido.⁷³

A parte superior das duas revistas sempre vem com uma faixa azul-marinho onde se faz a chamada para uma pauta apenas. Na *Época* por três vezes esse pequeno espaço recebeu fotos, uma decisão não muito boa, porque a foto fica muito limitada, mal dá para entender o que está retratado ali. Na *Focus* é apenas texto, sempre em branco – enquanto na *Época* é sempre em amarelo. O último espaço em comum de chamadas para das duas revistas é a manchete. Em geral, é um título em letras garrafais e dois a três tópicos abaixo, comumente esses tópicos possuem um ícone ao lado e um dos tópicos é de cor diferente dos outros dois. Esses tópicos podem direcionar para uma matéria em comum ou para textos diferentes, tudo isso observado em comum nas duas revistas. Nas duas revistas o tipo de letra não muda muito, no máximo ganha uma cor diferente ou um efeito itálico.

A *Época* tem ainda mais um espaço para chamadas que a *Focus* não tem, que são boxes no meio da capa ou na parte esquerda. Esses boxes em geral têm uma foto e pode chamar para de uma a três matérias. Não é uma ferramenta muito usada, só aparece duas vezes na revista. Apesar de raro, é um elemento de distanciamento da *Focus*, o que, como pode-se perceber, é sempre bom pontuar, porque esses são raros.

⁷³ Reproduções das capas retiradas dos acervos digitais das revistas, disponíveis em http://p4.focus.de/img/gen/p/y/HBpyWTNx_Pxgen_r_Ax480.jpg? e http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/006.jpg

4.2.3 Cores

O uso das cores leva a constatações parecidas com as da *Time* e da *Veja*. A primeira é que a palheta de cores é reduzida. São oito cores, sendo que duas delas apenas a *Época* usa, que são o vermelho mais puxado para o bordô e o bege. Aqui, ao contrário do caso da *piauí* e da *The New Yorker*, cada variação de tom foi levada em consideração. Isso porque na dupla anterior havia infinitas variações, uso de aquarela e de diferentes materiais, considerar cada tonalidade diferente de azul como uma cor única iria dispersar os números de forma que não gerassem uma análise concreta. A segunda constatação é que, desconsiderando o azul-marinho que basicamente só aparece na faixa superior – e por isso tem pouco destaque – as cores mais usadas serão o branco, o preto, o vermelho e o amarelo. No caso da *Época*, que usa muito o vermelho mais fechado, a cor mais escura é mais utilizada do que o vermelho mais aberto. Talvez por isso não fique tão evidente a alusão à bandeira alemã nas capas da revista brasileira, o que poderia ser interpretado por alguns leitores como uma falta de respeito com o consumidor que é nacional. De qualquer forma, mais uma vez as cores aqui são exatamente as cores da bandeira nacional.

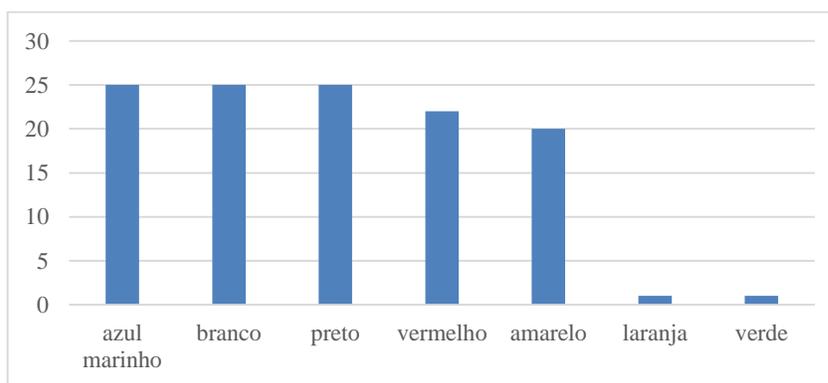


Gráfico 22: Uso das cores na revista *Focus*

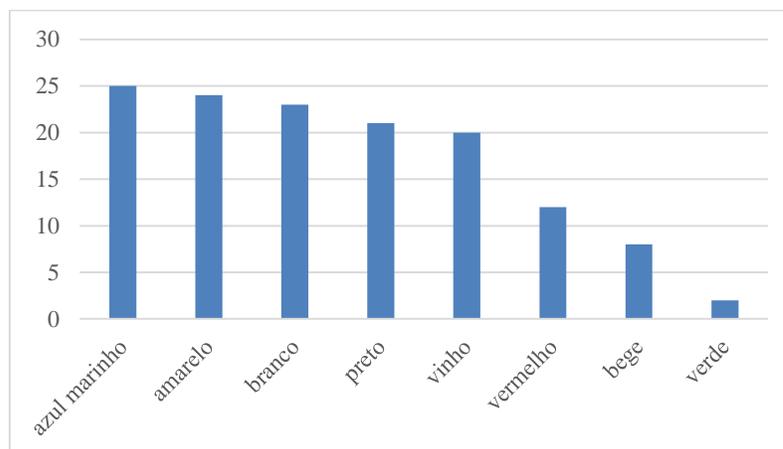


Gráfico 23: Uso das cores na revista *Época*

Edição	Faixa topo	Detalhe canto superior direito	Manchete	Orelha	Faixa inferior	Extras	Temas
1	Onde estão os empregos num mercado cada vez mais exigente	O charme de Silvia Pfifer na guerra do horário nobre da TV	Um futuro melhor PESQUISA EXCLUSIVA/ O BRASILEIRO PREVÊ *Nossos filhos serão mais prósperos *A maior preocupação: desemprego *Latino-americanos gostam mais do Brasil que dos EUA	MATA ATLÂNTICA Um dossiê completo da devastação	-	-	Mercado de trabalho, televisão, mercado de trabalho, sustentabilidade, personalidades, política internacional, comportamento
2	Lula enquadra o PT, cresce nas pesquisas e preocupa o Planalto	O segredo da juventude de Magic Paula em seu 6º Mundial	Amazônia vigiada *Nasce o Sivam *Radares e aviões patrulham os céus, o narcotráfico e a devastação *A esperança de progresso da população	VIAGRA Como usar a pílula do prazer sem risco para a saúde	-	-	Política nacional, esportes – basquete, sustentabilidade, saúde, personalidades, política nacional, segurança
3	Aos 88 anos, Chico Xavier volta a atender e a confortar	Reportagem O petróleo das Malvinas agita ingleses e argentinos	É hora de usar a camisa *Dunga tenta pôr ordem na casa para a Seleção vencer na estréia *Falcão analisa todos os times *Guia para você aproveitar mais a copa pela TV	BRASIL-AMÉRICA DO SUL Como o país amplia negócios, influências e promove a paz	-	-	Religião, política internacional, futebol, política internacional, economia internacional, televisão

4	Contrabando: mais de R\$ 8 bilhões vão para o ralo a cada ano	O toque de Rivaldo desponta como trunfo da Seleção	Droga nas escolas *Como os educadores estão agindo *A resposta da família e a busca da prevenção *Os primeiros sinais do envolvimento com tóxicos	CORAÇÃO Cuidados e novos tratamentos	-	-	Dicas de economia, futebol, educação, saúde, saúde, personalidades
5	Reportagem: soldados brasileiros sustentam a paz no Equador	Ana Paula Arósio seduz o país com Hilda Furacão	Violência Desemprego Pobreza *As inquietações da população mudam a campanha de FH *Lula vai para um lado e Brizola para outro * O tiroteio verbal * As inseguranças nas grandes cidades	PESQUISA// CASAMENTO Por que os brasileiros tentam uma segunda vez	-	-	Política internacional, televisão, política nacional, relacionamentos, personalidades
6	Compra e venda de voto: Ronivon Santiago volta a atacar	Férias: entre praias do Nordeste e aventuras que chegam ao cinema	Leandro 1961-1998	-	O LEÃO ESTÁ SOLTO *Maciel: guerra ao contrabando e à sonegação * operações em paraísos fiscais na mira da Receita	-	Política nacional, viagem, assunto da semana, personalidades, impostos, música

7	Reportagem: África, um continente devastado pela Aids	INCRÍVEL Cresce a população indígena do Brasil	Em nome de Deus ELEIÇÕES 98 * Como as igrejas ocupam o Congresso Nacional * Igreja Universal cria seu partido * Carismáticos lançam candidato à Presidência	BRASIL NA SEMI-FINAL RUMO AO PENTA	-	-	Saúde, demografia, política nacional, futebol, religião
8	Ficou mais fácil comprar a casa própria e o segundo imóvel	FERNANDA A diva volta ao palco XUXA Tudo pronto para Sasha	Família digital COMPUTADOR VIRA ARTIGO DE PRIMEIRA NECESSIDADE *Os micros invadem os lares e os supermercados brasileiros *Os preços despencam *As novidades e as ofertas da Fenasoft	ELEIÇÕES 98 Os homens, os programas e o dinheiro da campanha presidencial	-	-	Dicas de economia, teatro, tecnologia, política nacional, tecnologia, dicas de economia, personalidades

9	Reportagem: viagem à Rússia mergulhada em crise capitalista	RONALDINHO Na hora da decisão, ninguém está livre de estresse	Os filhos da ciência 20 ANOS DO PRIMEIRO BEBÊ DE PROVETA *A angústia dos casais com dificuldades para procriar *Todas as técnicas disponíveis de reprodução em laboratório	-	Remédios Falsos A FRAGILIDADE DA FISCALIZAÇÃO Nossos repórteres flagram a prática da "empurroterapia" em farmácias do país Paulo Coelho PESADELO EM CLÍNICA PSIQUIÁTRICA O escritor recorda em novo livro o trauma de suas interações na juventude	-	Política internacional, futebol, saúde, economia internacional, saúde, personalidades, literatura
10	Morar bem: a casa do século XXI já está a sua disposição	SORRISO HI-TECH Dentes sadios e perfeitos, tratados sem dor nem medo	QUE VENHAM OS TELEFONES PRIVATIZAÇÃO *A concorrência abre as linhas para o consumidor *Telebrás, maior negócio do Brasil: R\$ 18 bilhões	IDÉIAS PARA OS CANDIDATOS Exemplos práticos de onde a política deu certo (Legenda: Médico da família no Ceará)	-	-	Tecnologia, saúde, dicas de economia, política nacional, economia nacional
11	Argentina: famílias desfeitas na guerra suja ainda procuram os filhos	CASAMENTO O preço da separação, na alma e no bolso	A busca do primeiro emprego *A ilusão do diploma e a realidade do mercado *As carreiras que estão em alta *Dicas de profissionais bem-sucedidos	A ARTE DE DORMIR BEM o que você e a medicina podem fazer por um sono reparador	-	-	Segurança, relacionamentos, educação, saúde, dicas de economia, mercado de trabalho

12	O pai ativo e participante do ano 2000	0	A ÚLTIMA CARTADA *Rossi pode virar candidato do PT e de Quércia em São Paulo *PDT apóia Olívio Dutra no Sul *PT sai da briga na Bahia	POLÍCIA CAÇA PROVAS CONTRA MOTOBOY	MANO BROWN E OS RACIONAIS O grito da periferia conquista a classe média		Comportamento, política nacional, segurança, música
13	Eleições 98: Fernando Henrique no ataque; Lula na defensiva	ARQUIVO X O sobrenatural cult da TV chega ao cinema	O MUNDO VAI PARAR? BUG DO MILÊNIO *Os computadores podem enlouquecer na virada do ano 2000 *Isso afeta eletrodomésticos, contas bancárias, aposentadorias, FGTS... *Empresas e governos correm para desarmar o perigo	ABROLHOS O espetáculo da procriação das baleias cantoras	-	-	Política nacional, cinema, tecnologia, mundo animal, televisão, empresas, política nacional, política internacional, dicas de economia, saúde, saúde
14	Brasil e EUA preparam ação militar contra o narcotráfico na Colômbia	0	Basta de abusos *Nova lei aumenta a proteção ao segurado *Redução dos prazos de carência *Internação sem limite de prazo *Cobertura de químico e radioterapia	O BRASILEIRO ESTÁ CRESCENDO Resultado da melhor qualidade de vida	-	INÉDITO Confidências indiscretas de FH no livro de Mário Soares	Política nacional, política nacional, dicas de economia, saúde, saúde

15	Gangues de jovens bem-nascidos: um passo rumo ao crime	Crise! Quebra da Rússia espalha o pânico FH tenta segurar o Real e a reeleição Bolsas e moedas despençam no mundo	Vestibular HORA DE ESCOLHER *Aberta a temporada de inscrições *As carreiras a seguir segundo seu jeito de ser *Profissões da moda nem sempre são as melhores opções *Os cursos mais procurados	Lolita Arte ou pornografia infanto-juvenil?	-	-	Segurança, economia internacional, educação, cinema, mercado de trabalho, economia nacional, política nacional
16	Um museu espetacular em pleno sertão	0	No olho do furacão CRISE MUDA RUMO DA CAMPANHA // FH ANTECIPA NOVO GOVERNO *Brasil perde mais de US\$1 bilhão por dia *Governo e oposição falam em controle cambial	CARISMÁTICOS Jovens católicos entregam-se de corpo e alma ao êxtase da fé	QUEDA DO MD-11 Acidente no Canadá mata 229 pessoas EXCLUSIVO Ex-golpista é favorito nas eleições da conturbada Venezuela ENTREVISTA Odebrecht: "Já dei muito dinheiro a políticos. Agora não dou mais."		Museus, política nacional, economia nacional, religião, assunto da semana, política internacional, política nacional, economia nacional, empresas
17	Igreja Universal: o dogmatismo mascara a realidade até na dor	Ratinho X Leão a guerra dos bichos no horário nobre da TV	PARA SAIR DA CRISE MEDIDAS DE EMERGÊNCIA Governo dispara juros, corta despesas e espera ação dos países ricos	Na internet, as manias sexuais de Clinton Relatório de Starr pede impeachment do presidente	TRAGÉDIAS Fogo e morte de romeiros na Anhangüera O drama do campeão olímpico Lars Grael	-	Religião, televisão, economia nacional, política internacional, acontecimento da semana, personalidades

18	Seringais: o sonho de Chico Mendes acabou	-	O resgate da juventude Prós e contras da reposição hormonal e as alternativas para combater osteoporose, câncer de mama, depressão...	Exclusivo PESQUISA COMPARA O PAÍS DE 62 E 98 O brasileiro sabe votar	-	ENTREVISTA ANDRÉ LARA RESENDE "Corremos o risco de uma retração profunda" ACIDENTE Momentos dramáticos de Danton Mello e da equipe de TV na selva	Economia nacional, política nacional, televisão, saúde, política nacional, personalidades
19	Especial: guia com os melhores cursos de pós-graduação do país	Trinta anos sem Stanislaw, o criador de Febeapá e das Certinhas	A infância violentada Gravidez de meninas estupradas reacende polêmica entre a Igreja e a Justiça sobre aborto legal	Pesquisa dão vitória a FH ELEIÇÕES 98 São Paulo e Minas terão segundo turno	ENTREVISTA Lars Grael: "Apesar da mutilação, viver é espetacular" CRISE Governo prepara arrocho para segurar Real	-	Personalidades, educação, mídia, religião, política nacional, vela, personalidades, política nacional, economia nacional
20	Reportagem: com a paz distante, o drama de milhões de palestinos	Roteiro para você aproveitar o melhor da Bienal	A eleição das reformas *Oposição ataca amplo favoritismo de FH *Como fica o novo Congresso *Crise exige ação imediata do governo	IBIÚNA - 30 ANOS O congresso da UNE que não acabou	-	-	Dicas de economia, política internacional, literatura, política nacional, política nacional, economia nacional
21	Mulher e Viagra: mais prazer e medo da infidelidade	20 anos de João Paulo II O último líder o século mudou a face da Igreja	A força do sedutor 35 milhões de votos *FH tenta quebrar resistências da oposição *Prioridades: agricultura, turismo e construção *Crise afeta segundo turno nos estados	SAÚDE Novas técnicas estão aposentando os óculos	-	-	Economia nacional, saúde, religião, política nacional, saúde

22	Em tempo de aperto, Brasília esbanja dinheiro com supérfluos	Entrevistas Genoíno e Miro Teixeira, opositorista s bons de voto, e o filósofo Giannotti, amigo de FH	Mestres dos pais GERAÇÃO DIGITAL A garotada toma conta do computador em casa e inicia a família nos segredos da informática	ALTO PARAÍSO, GOIÁS Brasileiros descobrem o centro místico do país	FLAGRANT E O "vampiro" Dalton Trevisan nas ruas de Curitiba REPORTAGE M Levas de imigrantes russos mudam a vida de Israel	-	Política nacional, política nacional, tecnologia, religião, literatura, política internacional
23	Reportagem: histórias de meninos de rua, algumas com final feliz	John Glenn mostra na volta ao espaço que idade não é documento	Super CARROS Apesar da crise, O FIM DAS CARROÇAS *Um salão cheio de novidades *Em 99, um modelo a cada dezena *Tecnologia de primeiro mundo	NOVOS GOVERNADORES Segundo turno decide o futuro de um Brasil rico e poderoso	-	-	Comportamento, personalidades, saúde, tecnologia, política nacional, dicas de economia, personalidades
24	Carreira: não basta ser gênio do vestibular para vencer na vida	0	Corpinho de verão Dietas, ginásticas, cremes para homem e mulher fazerem bonito no calor (legenda: Mônica Carvalho, atriz e malhadora compulsiva)	-	NOVO GOVERNO Maciel e Mendonça, ministros da Defesa e da Produção AJUSTE FISCAL A dura batalha pela aprovação FRAUDES Cuidado com seu cartão de crédito	-	Mercado de trabalho, dicas de economia, saúde, economia nacional, política nacional

25	Como ficam os planos de saúde, a Previdência e o seguro-desemprego	ENTREVISTAS Oscar Niemeyer/ Chico Buarque	Vestibular sem susto Dicas para enfrentar a maratona de provas, obter melhor rendimento e vencer a tensão da última hora	-	CHANTAGEM Grampo no BNDES esquenta a briga contra o Ministro da Produção ARMAÇÃO Maluf tentou usar Lula para denúncia sem provas contra Covas, Serra e FH	-	Arquitetura, dicas de economia, música, educação, personalidades, política nacional
----	--	---	---	---	---	---	---

Tabela 5: Chamadas de capa e temas abordados na *Época*.

Edição	Faixa topo	Espaço superior direito	Manchete	Orelha	Faixa inferior	Temas
1	Psychologie: Wenn sich Paare Nichts mehr zu sagen haben	Die Wahl ist egal: Was sich bel den Rentn änder	WACHSTUMSMOTOR NR.1 JOB-GARANT NR.1 IMAGE-TRÄGER NR.1 Superstar AUTO *Die wichtigsten Neuheiten *Die günstigsten Versicherungen *Die besten Finanzierungen	Mythos & Wahrheit zum 200, Todestag CASANOV A: Wie wild war er wirklich	-	Relacionamentos, impostos, carros, história
2	Tierversuche: Wie wichtig sind die Experimente heute noch?	THE VERVE! Die britische Mega-Band in Interview	Verrücktes MALLORCA Warum die insel der Gegensätze die Deutschen magisch anzieht PLUS: Die schönsten Ecken und In-Treffs	Duell Kohl/Schröder: Neue Leute, neueste Umfrage-Trends	-	Ciência, música, viagem, política nacional
3	Kempowski über die Ära Kohl	-	DIE KATASTROPHE VON ESCHEDÉ Jetzt ist die Angst da... Wie sicher ist die Zug-Technik?	FRANCE 98 Große Umfrage Berti-Vogts - Interview zur Reif für den Titel!	-	Política nacional, transporte público, futebol

4	Interviews mit Steven Spielberg, Heiner Lauterbach u.a.	SCHIKANE N, GESETZE, GELD Aufstand gegen EUROPAS Macht *Wie Brüssel sich einmisch *Wie die Deutschen sich wehren wollen	EINKAUFSPARADIES internet Geld sparen, Zeite sparen, bezahlen ohne Risiko 100 TOP-ADRESSEN	-	-	Cinema, política internacional, dicas de economia, tecnologia
5	WM-Tickets: Betrüger, Opfer, Krawalle	-	SCHUTZ VOR: *Herzinfarkt *Krebs *Infektionen *erhöhtem Cholesterin So essen Sie sich GESUND! Warum Nahrungsmittel wirksamer als Medikamente sein können	Die Abzocker von der AOK Wie Krankenkassen-Bosse in die eigene Tasche wirtschaften	-	Dicas de economia, futebol, saúde, dicas de economia
6	Aktuelle Umfrage zur Wahl: Die Grünen müssen zittern	TELEFON-REPORT 98 *So sparen Kunden *Neue Billigtarife *Aktien mit Zukumit	Emotionale Erpressung: Die Gefühle-Falle *Wie Partner manipulieren *Wie Machtspiele wirken *Wege aus der Krise	Die Welt tritt an gegen die HOOLIGAN S Die Abschreckung - Taktik	-	Política nacional, dicas de economia, telefonia móvel, relacionamentos, futebol
7	Krieg um Handy-Tarife: Wer jetzt am billigsten ist	EXCLUSIV: Interview mit Oliver Blerhoft	MEDIZIN-REPORT Neue Strategien gegen KREBS *Zielgenaue Medikamente *Optimale Vorsorge *Alternative Therapien	Kandidat Schröder und die Grünen verunsichern die Steuerzahler ANGST UMS GELD	-	Dicas de economia, telefonia móvel, futebol, saúde, política nacional
8	Medizin-Report: Wie Sie sich vor Krebs am besten schützen	Jugend-stadt: Die Gewalt In Europa nimmt zu	Die neuen STEUER-Richtlinien So retten Sie Ihr ERBE *IMMOBILIEN *AKTIEN *KAPITALVERMÖGEN EXPERTENTIPS zu Testament und Schenkung	Angriff von Linksaußen PDS INTERN: Strategie, Tricks, Geheimnisse	-	Saúde, segurança, dicas de economia, política nacional

9	Zu teuer: Wem die Flucht aus der Rentenversicherung gelingt	Schröder Joker Stollmann: Millionen-Flop als Unternehmer	Rechtschreib-Reform DER SCHNELLKURS 30 Regeln 99 Wort-Beispiele	Silicon Valley im Osten Wie Intershop, Jenoptik & Co. erfolgreich wurden	-	Dicas de economia, política nacional, educação, empresas
10	Aktien-Gewinne: 10 Tips, wie Sie Ihre Steuern niedrig halten	Götz George: Je böser, um so lieber	Alles über Handys Für Einsteiger und Mobil-Profis *Die Aktuellen Modelle *Die günstigsten Tarife *Die neueste Technik	Große Koalition als Chance Trend-Analyse plus Umfrag	-	Dicas de economia, comportamento, telefonia móvel, política nacional
11	Immobilien-Versteigerung: 10 Tips, wie's funktioniert	BMW contra VW: Zwei politiker verhinderten neuen Autokrieg	Die geheime Macht der Musik Wie Sie Musik optimal nutzen und einsetzen *Gute Laune *Besser arbeiten Gefühlsrausch	Erfolgreiche Alternativ-Medizin Was hilft und was die Kassen zahlen	-	Mercado imobiliário, dicas de economia, empresas, saúde
12	Interview: Hoeneß über Euroliga 2000 + Bundesliga ohne DFB	-	EUROPA im Test Wo es sich am besten lebt: Großer Ländervergleich STEUERN PREISE GEHÄLTER WETTER FREIZEIT	-	...noch mehr über Handys 50 Tips & Tricks Antworten auf alle wichtigen Fragen	Futebol, política internacional, dicas de economia
13	Wählerialle: "Große Koalition" soll von Ron-Grün ablenken	INTERVIEW: US-Autor Gore Vidal rat Bill Clinton: "Weiterlügen!"	Viele Operationen bald überflüssig? Pillen gegen Herzinfarkt Spektuläre Forschungsergebnisse zu Vitaminen, Medikamenten und Sport	Aktien-Crashkurs Gewinner-Strategien: Wie Sie an den Schaukel-Börsen überleben	-	Política nacional, política internacional, saúde, dicas de economia
14	USA: Clintons Befreiungsschlag	-	Technik ohne Tücken Handy, Video, TV & PC: Endlich wird's einfacher	Duell um den Sheriff-Stern Streitgespräch: Kanther und Schily über Kriminalität in Deutschland	CeBIT HOME SPEZIAL *Neue Produkte *Spannen de Spiele *Schnelles Internet	Política internacional, tecnologia, política nacional, tecnologia

15	Buchtrend: Show-Promis legen ihre Lebensbeichte ab	Der Diana-Mythos: Neue Theorien über Verschwörungen und Schuldige	HYSTERIE AN DEN FINANZMÄRKTEN Kommt der große Crash? Wie gefährlich die Krisen in Rußland und Asien wirklich sind Tips für Sparer und Aktionäre	Machtspiele und schwarz-grüne Visionen Kohl schockiert das eigene Lager	-	Literatura, personalidades, economia internacional, política nacional
16	Börsen-Chef Seifert und Top-Ökonom Hüfner zur Aktienkrise	Schumacher in Fahrt: Psycho-Tricks zum F1-Finale	EINMALIGER TEST: Die Telekom und ihre Konkurrenten Die Richtige Wahl IM VERGLEICH *Preise *Service *Technik *Komfort	Signale aus dem Süden EXKLUSIV: Die große Umfrage vor der Bayern-Wahl	-	Economia internacional, fórmula-1, dicas de economia, telefonia móvel, política nacional
17	Das Polit-Duell: Blüm und Riester streiten über neue Jobs	Panik, Pannen, Peinlichkeiten : Der DFB "ist" das Berli-Problem	Special zur photokina'98 Einfach gut fotografieren *Neue Kameras *Neue Technik-Trends *Experten-Tips und Kaufberatung	Eilbrief via Internet: Alle über E-Mails	-	Política nacional, política nacional, dicas de economia, tecnologia
18	Schönheits-Chirurgie: Offensive gegen unseriöse Operateure	Interviews mit Robert Redford und Til Schweiger	BUNDESTAGSWAHL '98 Wen würde Ihr Geldbeutel wählen? *GROSSER VERGLEICH: Was die Parteien corhaben STEUERTABELLE N: Modelrechnungen für alle Fälle	442 Krankenkassen im Teste Mehr Leistung, weniger Beitrag: Jetzt können Sie wechseln	-	Saúde, cinema, política nacional, economia nacional, consumo
19	Alle Bundesländer im Vergleich: Innovation, Jobs, Wohlstand	Interview mit: Johnny Depp Peter Zadek Erich Ribbeck Gus Fisher	SCHNUPFEN-, HUSTEN-, HALSWEH-ZEIT So bleiben Sie gesund Ernährung, Sport und Immunstimulantien: Wie Sie Ihre Abwehrkräfte stärken TEST: Wie fit ist Ihr Immunsystem?	Die neuen Handy-Tarife Bis zu 30% Kosten sparen	-	Política nacional, cinema, saúde, telefonia móvel, dicas e economia

20	Wirtschaftskrise um Börsenkrach: Wie ernst die Lage ist	Strategie für das perfekte Rendezvous - was tun, was lieber lassen?	Poker um unsere Zukunft Rot-Grün verhandeln Posten und Programme Arbeitsplätze Steuern Energiekosten Bundeswehr Ausländer	Die neue Koalition und das Geld Wer gewinnt, wer verliert	-	Economia internacional, relacionamentos, política nacional, economia nacional
21	Das 1x1 der Psychoanalyse	MEDIZIN-SERIE in fünf Teilen Die große Klinik-Liste Erste bundesweite Vergleichsstudie die 350 empfohlene Krankenhäuser r Chirurgie Innere Medizin Orthopädie Urologie Gynäkologie Kinderheilkunde	Abenteuer Öko-Steuer Folgenschwere Pläne von Rot-Grün	-	-	Saúde, saúde, política nacional, dicas de economia
22	Krankenhaus-Serie: Kliniken mit Spezialmedizin für Männer	Interviews mit: Oskar Lafontaine Mark Wissner Antonio Bandejas	Liebblingsziele im Test Auswandern... Aber wohin? *Die Träume *Die Wirklichkeit *Welche Bedingungen Sie erfüllen müssen	STEUER-SCHOCK für Ehepaare Was SPD und Grüne tatsächlich planen	-	Saúde, cinema, política nacional, viagem, dicas de economia
23	Krankenhaus-Serie: Neue Wege in der Frauenheilkunde		Katerstimmung bei der neuen Mitte Wie Nebenkanzler Lafontaine Schröders Wähler enttäuscht	-	Faszination Buddhismus Großes Exklusiv-Interview mit dem Dalai Lama	Saúde, política nacional, religião

24	Medizin-Report: Worauf Sie bei Kinderkliniken achten müssen	Formel 1- Pilot in einem Tag: Reportage vom Schnellkurs	Steuern sparen... Letzte Chance! 30 legale Tricks für Ihr Geld Rot-Grün: Die Liste der Grausamkeiten und wie Sie sich wehren können	Knackt Lafontaine die Bundesbank? Angriff auf die Währungshüt er	-	Saúde, fórmula-1, dicas de economia, política nacional, economia nacional
25	Loriot zum 75, über Humor, Würde und den Weg zum Ruhm	Tagesschau- Star Jens Riewa wehrt sich gegen falsches Schwulen- Outing	PSYCHOLOGIE ...und plötzlich wieder Single Zwischen Euphorie und Elend: *Warum scheiden weh tut *Wie es wieder aufwärts geht	Druckfrisch: Die Steuerpläne von ROT- GRÜN	-	Personalidades , relacionament os, política nacional

Tabela 6: Chamadas de capa e temas da *Focus*.

Traduções dos textos (feitas pela autora):

Edição 1

Faixa topo: “Psicologia: Quando os casais têm nada mais a dizer”

Espaço superior direito: “A escolha não importa: o que muda nas pensões”

Manchete: "CRESCIMENTO NÚMERO1 garantia de EMPREGO NÚMERO1

modificador de IMAGEM NÚMERO1 CARRO Superstar”

* As maiores novidades

* O seguro mais barato

* O melhor financiamento"

Orelha: "Mito e Verdade para 200, data da morte/ CASANOVA: como ele era realmente selvagem"

Edição 2

Faixa topo: “Testes em Animais: Qual a importância dos experimentos hoje?”

Espaço superior direito: “THE VERVE! A mega-banda britânica em entrevista”

Manchete: "louco MALLORCA Por que a ilha dos opostos atrai os alemães magicamente

MAIS: Os mais belos cantos e resorts"

Orelha: “Duelo Kohl/Schröder: Novas eleitores, últimas tendências em pesquisas”

Edição 3

Faixa topo: “Kempowski sobre a era Kohl”

Manchete: "O desastre de Eschede/ Agora, o medo está lá .../ Quão segura é a tecnologia do trem?"

Orelha: "FRANÇA 98/ Grande levantamento/ Berti Vogts – entrevista/ Madura para o título!"

Edição 4

Faixa topo: "As entrevistas com Steven Spielberg, Heiner Lauterbach"

Espaço superior direito: "ASSÉDIO, LEI, DINHEIRO/ Revolta contra o poder na EUROPA/ * Como Bruxelas se intromete/ * Como os alemães querem se defender"

Manchete: "PARAÍSO DO SHOPPING/ internet/ Poupar dinheiro, Mais horas de funcionamento, Poupar sem ter que correr risco/ 100 ENDEREÇOS-TOP"

Edição 5

Faixa topo: "Ingressos da Copa do Mundo: golpistas, vítimas, motins"

Manchete: "PROTEÇÃO CONTRA: * ataque cardíaco * Câncer * Infecções * colesterol elevado/ Seja sadio COMENDO! Por que os alimentos podem ser mais eficazes do que os medicamentos"

Orelha: "A exploração da AOK/ Como economizar sendo chefes da saúde de seus próprios bolsos"

Edição 6

Faixa topo: "Pesquisa de voto atualizada disponível: Os Verdes devem tremer"

Espaço superior direito: "Relatório de telefone 98 * Como os clientes podem economizar * Novas tarifas mais baratas * Ações da Zukumit"

Manchete: "Chantagem emocional: A armadilha dos sentimentos * Como manipular parceiros * Como fazer jogos de poder * Maneiras de sair da crise"

Orelha: "O mundo enfrenta os hooligans/ Dissuasão - Táticas"

Edição 7

Faixa topo: "Guerra de tarifas de telefonia móvel: Quem é agora o mais barato"

Espaço superior direito: "EXCLUSIVO: Entrevista com Oliver Blerhoft"

Manchete: "RELATÓRIO MÉDICO/ Novas Estratégias Contra CÂNCER *Medicamentos especializados *Prevenção ideal *Terapias Alternativas"

Orelha: "Candidato Schröder e os Verdes inquietam o contribuinte/ MORTO DE MEDO DO DINHEIRO"

Edição 8

Faixa topo: "Relatório Médico: Como melhor se proteger do câncer"

Espaço superior direito: "Juventude da cidade: A violência na Europa está aumentando"

Manchete: "As novas orientações FISCAIS Para salvar sua herança *IMOBILIÁRIAS

*AÇÕES *Dicas de EXPERTS em ativos de capital/Testamento de presente"

Orelha: "Ataque da Extrema esquerda/ Por dentro do PDS: Estratégia, Truques, segredos"

Edição 9

Faixa topo: "Muito caro: quem escapa da pensão com sucesso"

Espaço superior direito: "Schröder palhaço: fracasso milionário como um empresário"

Manchete: "Reforma Ortográfica/ CURSO RÁPIDO/ 30 Regras 99 Palavras-Exemplo"

Orelha: "Vale do Silício de Osten/ Como Intershop, Jenoptik & Co. Alcançaram o sucesso"

Edição 10

Faixa topo: "Ganhos patrimoniais: 10 dicas sobre como manter os impostos baixos"

Espaço superior direito: "Götz George: o mal de cada um"

Manchete: "Sobre todos os telefones móveis/ Para iniciantes e profissionais nos móveis

*Os modelos atuais *Os preços mais baixos *A mais recente tecnologia"

Orelha: "A aliança magnífica como uma oportunidade - Análise de tendência"

Edição 11

Faixa topo: "Leilão de imóveis: 10 dicas de como funciona"

Espaço superior direito: "BMW contra VW: A política impede a guerra entre as duas"

Manchete: "o Segredo/ Poder da Música/ A melhor forma de usar a música *Bom humor

*Ouvir música melhora o desempenho no trabalho"

Orelha: "Medicina Alternativa de sucesso/ O que ajuda e o que vale a pena pagar"

Edição 12

Faixa topo: "Entrevista: Hoeneß sobre a Euroliga 2000 + Bundesliga sem DFB"

Manchete: "EUROPA em teste/ Onde a vida é melhor: comparação dos Grandes Países/
IMPOSTOS/ PREÇOS/ SALÁRIOS/ CLIMA/ LAZER"

Faixa inferior: "Mais sobre os telefones celulares ... 50 dicas, truques e respostas para todas as questões importantes"

Edição 13

Faixa topo: "Wählerialle: "coalizão magnífica" para desviar a atenção de Ron Green"

Espaço superior direito: "ENTREVISTA: Autor americano Gore Vidal aconselha Bill Clinton: 'continue mentindo!'"

Manchete: "Muitas operações em breve obsoletas? / Comprimidos para ataque cardíaco/ espetacular/ Os resultados da pesquisa sobre vitaminas, medicamentos e esportes"

Orelha: "Curso para bater ações/ Estratégias para Ganhar: Sobreviva nas Bolsas"

Edição 14

Faixa topo: "EUA: O chute de Clinton"

Manchete: "Tecnologia sem armadilhas/ Celular, vídeo, TV e PC: Finalmente, é mais fácil mexer"

Orelha: "Duelo pela Estrela de sheriff/ Debate: Kanther e Schily sobre crime na Alemanha"

Faixa inferior: "CeBIT especial casa *Novos Produtos *Jogos emocionantes *Internet de alta velocidade"

Edição 15

Faixa topo: "Tendência literária: celebridades escrevem a partir de suas memórias"

Espaço superior direito: "O Mito de Diana: Novas teorias sobre conspirações e os culpados"

Manchete: "HISTERIA nos mercados financeiros/ Será esse o grande Crash? O quão perigosas as crises da Ásia e da Rússia realmente são? Dicas para os poupadores e acionistas"

Orelha: "Jogos de poder e visão em preto-verde/ Kohl chocou o próprio depósito"

Edição 16

Faixa topo: "Chefe da bolsa Seifert e Top-economista Hufner sobre a crise"

Espaço superior direito: "Schumacher dirigindo: psico-truques para a final da F1"

Manchete: "TESTE ÚNICO: A telecom e seus concorrentes/ A escolha certa/ COMPARANDO *Preços *Serviço *Tecnologia *Conforto"

Orelha: "Sinais do sul/ EXCLUSIVO: O grande Estudo antes da eleição de Bayern"

Edição 17

Faixa topo: "O duelo político: Blum e Riester discutem sobre novas candidaturas"

Espaço superior direito: "Pânico, avaria, embaraços: A DFB "é" o problema de Berlim"

Manchete: "especial sobre photokina'98/ Basta fotografar bem *Novas câmeras
*Tendências e Novas Tecnologias *Dicas de especialistas e guias de compra"

Orelha: "Carta urgente via Internet: Tudo sobre E-Mails"

Edição 18

Faixa topo: "Cirurgia plástica: ofensiva contra cirurgiões desonestos"

Espaço superior direito: "Entrevistas com Robert Redford e Til Schweiger"

Manchete: "Eleições'98/ Quem sua carteira vai escolher? *GRANDES PREÇOS: O que as partes pretendem/ Tabelas de impostos: Cálculos de modelo para todos os casos"

Orelha: "442 companhias de seguros de saúde em teste/ Mais potência, menos contribuição: Agora você pode trocar"

Edição 19

Faixa topo: "Todos os estados comparação: a inovação, o emprego, a prosperidade"

Espaço superior direito: "Entrevista com: Johnny Depp Peter Zadek Erich Ribbeck Gus Fisher"

Manchete: "FRIO, Tosse, TEMPO de Dor de garganta/ Para se manter saudável/ Dieta, exercício e estimulantes do sistema imunológico: Como você pode fortalecer as defesas do seu corpo/ TESTE: Como é o seu ajuste Imunológico?"

Orelha: "As novas tarifas de telefonia móvel/ Economize até 30% "

Edição 20

Faixa topo: "Crise econômica, queda da bolsa: Quão séria é a situação"

Espaço superior direito: "Estratégia de Rendevous perfeito/ - O que fazer, o que pode ser melhor?"

Manchete: "O Poker do nosso futuro/ Verdes e vermelhos negociam itens e programas/ Empregos/ Tributação/ Os custos de energia/ Exército/ Imigrações"

Orelha: "A nova coalizão e o dinheiro/ Quem ganha, quem perde"

Edição 21

Faixa topo: "O 1x1 da psicanálise"

Manchete: "SÉRIE Medicina em cinco partes/ A grande Lista Clínica/ Primeiro estudo comparativo em todo o país/ 350 hospitais recomendados/ Cirurgia/ Clínica médica/ Ortopedia/ Urologia/ Ginecologia/ Pediatria"

Orelha: "Aventura/ Eco-Imposto/ Planos importantes dos vermelho-verde"

Edição 22

Faixa topo: "Série-Medicina: clínicas especializadas em medicina para homens"

Espaço superior direito: "Entrevistas com: Oskar Lafontaine Mark Wissner Antonio Bandejas"

Manchete: "Destinos favoritos em teste/ Emigração ... Mas para onde? *Os Sonhos *A realidade *Quais as condições Você deve atender"

Orelha: "CHOQUE FISCAL para os casais/ O que o SPD e os Verdes realmente planejam"

Edição 23:

Faixa topo: "Série-Medicina: Novos Rumos na Saúde da Mulher"

Manchete: "ressaca no novo centro/ Como a escolha de ficar ao lado do chanceler Lafontaine deixa eleitores de Schroeder decepcionados"

Faixa inferior: "Budismo Fascinante/ Grande Entrevista Exclusiva com o Dalai-Lama"

Edição 24

Faixa topo: "Relatório Médico: O que procurar em hospitais infantis"

Espaço superior direito: "Piloto de Fórmula 1 em um dia: Reportagem do Curso Rápido"

Manchete: "Economia de impostos... Última chance! 30 dicas legais para o seu dinheiro/ Vermelho-Verde: A lista de atrocidades cometidas e como você pode se defender"

Orelha: "Lafontaine rachou o banco nacional? Ataque às autoridades monetárias"

Edição 25

Faixa topo: "Loriot aos 75, sobre o humor, a dignidade, e o caminho para a glória"

Espaço superior direito: "Estrelas notícias do dia-a-dia/ Jens Riewa defende-se contra falsos rumores sobre homossexualidade"

Manchete: "PSICOLOGIA/ E de repente solteiro outra vez... Da euforia à miséria: *Por que o divórcio fere *Como eles ficam melhores"

Orelha: "Furo de reportagem: O plano imposto por VERMELHOS-VERDES"

5. Considerações finais

Depois de analisar um total de 224 capas de seis revistas diferentes, ver cada título em cada uma delas, contabilizar as cores mais usadas, os ícones mais frequentes, chega-se à conclusão que todas três revistas nacionais possuem uma forte influência do par estrangeiro escolhido. E pode-se ir além, há a influência e ela é feita de diferentes formas. Pode ser como a *Veja* e a *Time*, em que uma usa a outra como uma espécie de meta ou exemplo e deixa isso claro desde sempre; pode ser também como a *piuí*, que contrata os mesmos profissionais da *The New Yorker*; e pode ainda ser como a *Época* que tem um contrato de uso da imagem com a *Focus*.

Fica para reflexão do leitor que pacientemente chegou até aqui: quando será a hora de despontar não um modelo de revista americano, alemão ou inglês, mas sim brasileiro? Essa análise deixa claro que a força exercida pelas internacionais não depende de um estilo de revista ou de uma editora é específica. Ousaria dizer que está entranhada em toda a mídia nacional. Quem nunca viu programas de televisão com modelo estrutural e forma de apresentação de matérias ou de entrevistas que lembrava algum programa americano?

E qual o limite da influência no jornalismo? É óbvio que, como um trabalho de conclusão de curso de graduação, não é minha pretensão traçar esta linha tão tênue entre influência e cópia, mas fica a provocação. Até onde a influência é positiva e até onde ela continua sendo apenas influência e não plágio? Fazer uma capa com a mesmíssima imagem, como a *piuí* fez em relação à *New Yorker*, seria motivo de vergonha ou em tempos atuais, em que a cultura do remix impera, chega a ser válido?

Haveria uma diferença entre o choque de se perceber que uma revista copia outra ou de que portais de internet copiam uns aos outros? Pela reação dos profissionais com quem conversei sobre os resultados aqui demonstrados, eu diria que sim. Porque já se tornou habitual no Brasil ver a mesma manchete em diversos portais, mas quando *Época* e *Veja* aparecem com a mesma capa, ou quando uma delas aparece com uma pauta parecida com outra abordada no exterior, ainda vira assunto no meio jornalístico. Isso seria um indício de que as pessoas enxergam o jornalismo de revista como “superior” ao de internet? Talvez, mas não ousaria cravar essa resposta.

É importante deixar claro: a amostra base aqui são as primeiras 25 edições de cada revista brasileira, o que significa que estamos falando de décadas atrás, mas ao mesmo tempo essa influência ainda é muito discutida ainda hoje.

Referências

Livros e artigos

OLIVEIRA, Raquel Cristina Jorge de. Jobim, Goldman e Teixeira: perfis marcantes da revista Piauí e sua relação com O Globo e a Folha de S. Paulo, Rio de Janeiro, 2012

DRAGO, Carolina Pontes de Sá, Realidade e piauí: um reencontro do jornalismo literário brasileiro – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2012

MELO, Chico Homem de (org). O design gráfico brasileiro: anos 60. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

WOLFE, Tom. Radical chique e o jovo Jornalismo, 2ª edição. Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Sites

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/001.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/002.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/003.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/004.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/005.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/006.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/007.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/008.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/009.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/010.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/011.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/012.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/013.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/014.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/015.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/016.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/017.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/018.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/019.jpg

http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/020.jpg
http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/021.jpg
http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/022.jpg
http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/023.jpg
http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/024.jpg
http://epoca.globo.com/infograficos/783_todas_capas/images/025.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/f/X/HBfX5Lwk_Pxgen_r_Ax480.jpg?
http://p4.focus.de/img/gen/H/f/HBHfSPAV_Pxgen_r_Ax480.jpg?
http://p4.focus.de/img/gen/1/L/HB1Lst5B_Pxgen_r_Ax480.jpg?
http://p4.focus.de/img/gen/a/p/HBaptC1m_Pxgen_r_Ax480.jpg?
http://p4.focus.de/img/gen/1/x/HB1xW4Bc_Pxgen_r_Ax480.jpg?
http://p4.focus.de/img/gen/U/r/HBUrWNW5_Pxgen_r_Ax480.jpg?
http://p4.focus.de/img/gen/f/n/HBfnGGh3_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/L/9/HBL9l676_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/e/Y/HBeYXoBg_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/o/D/HBoDLakv_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/L/c/HBLcFkWO_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/y/Y/HByY4IVc_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/L/9/HBL9cOqE_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/N/i/HBNiQ1za_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/a/k/HBakz4xL_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/l/s/HBlSAYNq_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/L/L/HBLLgxZ9_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/e/s/HBesU0GX_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/V/d/HBVdxSyP_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/P/I/HBPIJ6o6_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/L/X/HBLXSdFs_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/4/D/HB4DfrjT_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/E/S/HBESPAHn_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/D/K/HBDK1BEV_Pxgen_r_Ax900.jpg
http://p4.focus.de/img/gen/p/y/HBpyWTNx_Pxgen_r_Ax900.jpg

<http://revistapiaui.estadao.com.br/outras-edicoes>

<http://veja.abril.com.br/acervodigital/>

<http://content.time.com/time/covers>

<http://archives.newyorker.com/>