



O jornalismo visual e a formação do imaginário político: sedução e identificação nos processos decisórios¹

Luciano Guimarães

Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Jornalista, Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, professor e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Comunicação Social/Jornalismo da Unesp. É autor dos livros *A cor como informação* e *As cores na mídia* e de capítulos de livros e artigos sobre Jornalismo Visual e teorias da imagem. É filiado ao Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (CISC), à Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e ao Intercom.

Resumo

Analizamos alguns comportamentos do jornalismo visual na formação do imaginário que serve de sustentação para o julgamento de valores de personalidades políticas. Dividimos a análise em duas partes. Na primeira, abordamos o desempenho dos dois candidatos do segundo turno para a eleição de Presidente da República do Brasil, no debate promovido pela Rede Globo em 2006, fundamentando a análise nas imagens produzidas pelos gestos e pelo deslocamento dos candidatos no palco. Na segunda, apresentamos algumas características do jornalismo visual na cobertura política, pretendendo demonstrar como pode ser verificada a intencionalidade de alguns produtos midiáticos, destacando a imagem dos últimos governantes do Brasil e da Alemanha nas capas da revista brasileira *Veja* e da alemã *Der Spiegel*.

Palavras-chave

Jornalismo visual; imagem; mídia; imaginário político

Não são poucos os estudos que tratam da notícia, recorrendo a diversos suportes teóricos para a compreensão dos seus processos de produção ou de recepção, de sua linguagem e de sua estrutura, de sua gestão e de seus fluxos da informação, de sua história e de seus desdobramentos sociais. Também não são poucos os estudos de imagem, incluindo-se suas características técnicas e tecnológicas e sua adequação ou inadequação aos meios. Embora seja de aceitação quase unânime a afirmação de que a notícia impressa, televisual ou on-line não se restringe à elaboração do texto com aporte visual; de que, ao contrário, muitas vezes o projeto gráfico, fotográfico e videográfico, além da composição e estrutura de seus elementos, têm participação determinante na construção da notícia, o que de fato ainda é escassa é a produção científica que relacione com propriedade as teorias da mídia, do jornalismo ou da notícia aos estudos da

¹ Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Jornalismo.



imagem, desenvolvida por pesquisadores que concentrem amplo repertório de base e compreensão epistemológica tanto da comunicação quanto da imagem.

Como veremos, neste estudo, o conhecimento de tais estratégias por parte daquele que faz parte da notícia pode também favorecer que “figura” no ambiente midiático. Outro estudo que apresenta essas possibilidades é o apresentado por Denise Paiero (2005).

Dos afásicos e dos agnósicos

Tanto os estudos neuroantropológicos de Oliver Sacks quanto os estudos e a tipologia da esquizofrenia do psiquiatra austríaco Leo Navratil têm sido bastante proveitosos para que pudéssemos destacar alguns comportamentos da mídia. A partir de Navratil, por exemplo, podemos notar que as diversas formas de manifestação da esquizofrenia ampliam e dão visibilidade para o que se considera processo criativo normal e que se processa em uma margem de segurança social. Para Navratil (apud Bystrina, 1989: 256), na simbolização, os significados “normais” dos signos ou são ampliados enormemente ou são quebrados em partes e reorganizados, construindo novos e “fantásticos” significados. Semelhante é a informação operada pela mídia que, como espaço de reapresentação da nossa realidade (recortada, fragmentada, reorganizada e reconstruída), coloca-se entre a percepção normal e a esquizofrênica, por vezes margeando perigosamente a segunda opção.

Em um dos relatos de Sacks (1997: 96-100), o discurso de um presidente transmitido pela televisão é assistido em uma enfermaria de afásicos – pacientes incapazes de compreender as palavras, mas muito sensíveis ao “tom” da informação (modulação da voz, gestos, posturas etc.). Sacks percebeu o motivo de quase todos naquela enfermaria rirem do discurso do presidente: não se pode enganar um afásico com palavras. Uma paciente com agnosia total (para a qual a percepção é inversa à deficiência dos afásicos, ou seja, percepção deficiente para as qualidades da voz e apurada para as palavras e construções gramaticais) também acompanhou a transmissão e o resultado do discurso não foi mais favorável ao presidente, como pode ser observado no comentário dela: “Ele não é convincente (...) Seu uso das palavras é inadequado. Ou ele tem deficiência cerebral ou alguma coisa a esconder” (Sacks, 1997: 100). Sacks concluiu que “tão astutamente foram combinados o uso enganoso da palavra com o tom enganoso, que só os que tinham dano cerebral ficaram ilesos, não foram logrados”.



De certa forma bastante semelhante, os diversos elementos da composição da notícia nas páginas ou nas telas aparentemente sempre formam conjuntos coerentes, mas, muitas vezes, podemos também entender que a composição gráfica, tal qual a “modulação” da mensagem verbalizada oralmente e o tom geral produzido pelos elementos visuais da notícia não correspondem à informação declarada. Caberá, então, aos estudos de jornalismo visual, abordar as diversas formas como se dá a produção de sentido em produtos midiáticos televisuais (como debates e telejornais), impressos ou online (como jornais, revistas e portais), desvelando as estratégias intencionais, os equívocos e até mesmo preconceitos que, despercebidos, interferem na qualidade do jornalismo que praticamos. Ou seja, acredito que, ao colocar em relevo e isolar cada elemento que participa na construção desses produtos midiáticos, poderemos evidenciar também quais são as informações que de fato são enunciadas. Isso é como se pudéssemos pleitear minimizar os danos de sermos um tanto insensíveis e mal formados para a leitura de imagens, mesmo que para isso tenhamos que temporariamente nos comportar como os agnósticos e os afásicos da crônica médica de Oliver Sacks.

Nos ocuparemos aqui de analisar alguns comportamentos do jornalismo visual na formação do imaginário que serve de sustentação para o julgamento de valores de personalidades políticas. Dividimos a análise em duas partes. Na primeira, abordamos o desempenho dos dois candidatos do segundo turno para a eleição de Presidente da República do Brasil, no debate promovido pela Rede Globo de Televisão em 27 de outubro de 2006, fundamentando a análise nas imagens produzidas pelos gestos e pelo deslocamento dos candidatos no palco. Na segunda, apresentamos algumas características do jornalismo visual na cobertura política, pretendendo demonstrar como pode ser verificada a intencionalidade de alguns produtos midiáticos, destacando a imagem dos últimos governantes do Brasil e da Alemanha nas capas da revista brasileira *Veja* e da alemã *Der Spiegel*.

Debate na TV: na superfície do discurso, a imagem; na base da imagem, o corpo

Embora cada vez mais controlado por rigorosas regras, que amornam demais e nos privam de momentos mais intensos como os ocorridos nos debates entre meados da década de 1980 e meados da década de 1990, protagonizados principalmente por Lula, Paulo Maluf, Mário Covas e Leonel Brizolla, particularmente interessante para nossa análise foi o debate promovido pela Rede Globo em 2006. Isso porque, assim como em

2002 (ano em que Lula venceu o ex-ministro do governo de Fernando Henrique Cardoso, o paulistano José Serra), o debate de 2006 colocou os dois candidatos em uma arena circular, dando-os liberdade para caminhar e se dirigir para a platéia incubida de fazer as perguntas pré-selecionadas. Metaforicamente, ao abandonar o púlpito, os candidatos retomam a história da linguagem humana, quando o homem primitivo desceu das árvores e, na savana, assumiu a posição ereta e deixou as mãos livres para a comunicação gestual, origem da imagem. O gesto está para a imagem assim como a fala está para a escrita (Leroi-Gourhan, 1990: 193).

Como veremos, o efeito produzido pela expressão gestual é um efeito de imagem, que se antecipa ao que é dito e o intensifica, carrega-o de valores, denota a condição da fala, ambienta-a, e dirige a atenção para aquele que fala. Como imagem, subtrai a linearidade e a lógica do texto e coloca em seu lugar uma aparência, uma superfície. Como aponta Flusser (1998: 27), para se restituir as dimensões abstraídas do mundo real pelo processo de planificação (bidimensionalização) da imagem, é preciso um tempo maior para o olhar “vaguear” pela superfície da imagem. Vemos durante as falas de cada candidato que a variação gestual, restrita a um espaço limitado e a possibilidades pré-determinadas de enquadramentos das câmeras de TV, pode produzir um efeito semelhante a um aprofundamento da percepção da imagem por meio da circularidade do olhar, enquanto uma repetição gestual de repertório pobre pode criar um efeito visual de congelamento, de mesmice, de planificação de uma imagem que parece também subtrair a dimensão temporal da imagem em movimento da televisão.

Referindo-se à classificação das mídias de Harry Pross (Beth & Pross, 1987: 162), Baitello Junior (2005: 32) afirma que o corpo, como mídia primária, está no começo e no fim de todo processo de comunicação, dentro da mídia secundária e da mídia terciária. Ou seja, como todo processo de comunicação começa e termina no corpo (a mídia primária), na televisão (que é mídia terciária, aquela que não pode prescindir de aparelhos para a emissão e para a recepção) já não temos mais corpos, mas imagens de corpos, assim como os gestos mediados (não presenciais) são imagens de gestos etc. e as imagens “passam a ser biombos” que “entrepõem-se entre mundo e homem” (Flusser, 1998: 29). Portanto, quando observamos as expressões gestuais e os movimentos dos candidatos durante a transmissão televisual de um debate, recebemos composições visuais que reconfiguram, em variações de enquadramentos, de profundidade, de foco, de deslocamento, tudo o que naquela arena é essencialmente mídia primária (a presença física dos candidatos durante o ato de comunicação).

Na movimentação de palco, já durante o debate, surgiram marcas de desconforto de Alckmin frente a Lula, provavelmente em função da situação também confortável de Lula nas pesquisas eleitorais (a ampla vantagem) e, portanto, da necessidade de Alckmin partir para um tom mais agressivo, que nega a moderação e a pouca exposição pública que marcou seu relacionamento com a mídia durante o período em que foi governador de São Paulo. O fato é que Lula consegue aparentar naturalidade tanto nos momentos em que assume agressividade quanto nos momentos em que é suave. Ao contrário, Alckmin parece sempre inadequado para sua própria expressão: quando quer parecer calmo, parece inseguro; e quando quer demonstrar agressividade, parece ser forçado a esse tom.

Atentando aos gestos de cada um, quando os candidatos já estão mais a vontade, percebe-se que Lula apresenta um gestual mais generoso e um bom repertório de movimentos de mãos, braços, cabeça, corpo. Alckmin continua parecendo desconfortável diante de seu próprio corpo. Suas mãos parecem pesar e o incomodar, a expressão corporal é dura, desconfortável. Pelas figuras 1 a 5 podemos observar uma seqüência de gestos que são repetidos durante todo o debate por Geraldo Alckmin: as mãos ora estão fechadas, uma sobre a outra em forma de concha, ora se movimentam sempre simetricamente à frente do corpo, voltando depois para a posição anterior. Os dedos das duas mãos de Alckmin estão sempre paralelamente unidos, exceto quando ilustram uma ou outra fala em que ele pretende enumerar feitos positivos de seu governo ou negativos do governo de Lula. Quando fala em um valor de 9%, Alckmin levanta uma mão com cinco dedos abertos (figura 38), tal qual uma criança de poucos anos, que não coordena o número de dedos que mostra com o número de anos que têm quando responde sobre sua idade. Outra marca visual de nervosismo de Alckmin pode ser observada nas figuras 22 e 23: quando apresenta-se para responder a uma questão e quando se retira, Alckmin recolhe os lábios.

O eixo principal de equilíbrio do corpo de Alckmin também apresenta pouca variação: alguns graus para a esquerda, outros para a direita, quase nenhum alterando o eixo para frente ou para trás. Combinada com a pouca variação da modulação de voz, a imagem de Alckmin produz um angustiante efeito monotônico e uma sensação de que estamos diante de um marionete de poucos fios e poucas dobras. O excesso de rigidez faz com que sua imagem fique extremamente verticalizada e instável. Para além do seu próprio referente e da figurativização, imagens são significativas porque são construídas e atualizadas a partir do repertório armazenado pelo espectador. É como se o

movimento de Alckmin fosse a atualização da figura do João-bobo, aquele boneco inflável com peso na base, que se movimenta num vai-e-vem movido a petelecadas.

As figuras 9 a 21 e 28 a 31 praticamente formam o *storyboard* representativo do repertório gestual de Lula. Acompanhando a modulação do seu discurso, os gestos variam em intensidade, em ritmo e em significações: tanto ilustram a fala, em diferentes graus de abstração e figurativização, como servem para apontar para si e para os outros, aproximar e seduzir os interlocutores, provocar e afastar o adversário, servem para mostrar complacência ou generosidade, energia ou franqueza etc. Os movimentos das mãos não são simétricos como nos movimentos de Alckmin, suas mãos desenhavam ou modulavam cada informação. O corpo de Lula gira em alguns diferentes eixos: o corpo gira para alcançar diretamente o interlocutor da platéia que fez a pergunta e, quando convém, para se referir a Alckmin; gira para a frente para acompanhar as mãos em expressão de ênfase, ou para trás para abrir o peito e demonstrar segurança e domínio, gesto possível de tipificar tanto na etologia humana quanto na etologia animal. A variação de movimento de Lula no primeiro plano e no plano de fundo também demonstra que seu equilíbrio não é rígido como o de Alckmin, mas de distribuição variável, de domínio do espaço e de seus próprios movimentos.

Ainda na movimentação de palco, as câmeras de TV e, conseqüentemente a edição de imagens, compõem algumas cenas bastante interessantes. Quando um deles responde a uma questão, o outro é enquadrado ao fundo. Nessa relação figura-fundo, cada um também tem uma diferente estratégia: enquanto Alckmin procura uma postura mais agressiva, aproximando-se de Lula enquanto ele ainda responde à sua questão, Lula esperava a certa distância o que lhe rendeu imagens mais “limpas”, ora concentrado, ora descontraído, além da produção de um efeito visual bastante significativo: Alckmin responde dentro de seu tempo, afasta-se e Lula, em movimento solo, aproxima-se da câmera que o enquadra, formando uma imagem que cresce na tela, como nas figuras 29 e 48. Lula tira vantagem da produção de imagem, certamente consciente da posição das câmeras e das possibilidades de edição. Isso é verificável na constatação de que ele consegue quase sempre eliminar Alckmin da imagem que o enquadra e de que, quando o interessa, aproxima-se novamente de Alckmin (principalmente quando o critica), ou o afastando (como na seqüência das figuras 36 e 37). A performance de Lula é solo, quando trata de seus feitos e para isso se movimenta, aproveitando que Alckmin prefere dar as costas e se afastar após suas considerações (figuras 7, 24 e 29).

A diferença do domínio da mensagem midiática de Lula e Alckmin pode ser também percebida em alguns outros fragmentos do debate: como Alckmin tem expressão gestual limitada e praticamente forma uma imagem estática, Lula se coloca ao fundo de Alckmin enquanto aguarda seu tempo de resposta e, ao se movimentar mais do que Alckmin, atrai a atenção para si (figuras 32 e 33, e 42 a 47). No momento correspondente, quando Alckmin deve esperar a fala de Lula, quando não está fora do enquadramento, está aguardando também em posição estática e, no fundo e como fundo, anula-se. Entre as figuras 27 e 28, por exemplo, foram 41 segundos em que Alckmin ficou na mesma posição, um tempo enorme para a televisão. O único momento em que Lula, de forma semelhante, permaneceu parado ao fundo foi antes de sua primeira intervenção (figuras 1 a 7), compensada pela sua aparição “aberta” (figura 8).

Foi também a partir do segundo bloco que os candidatos começaram a se referir um a outro e o jogo de cena começa a se assemelhar aos movimentos em um ringue: há afastamento e aproximação calculados, olho no olho. Mais uma vez Lula sai na vantagem tal qual o lutador que sabe girar em torno do adversário. Em termos de imagem, embora as expressões verbais fossem mais agressivas com Alckmin, aos poucos Lula foi aumentando a tensão entre os dois. No único momento em que Alckmin aproxima-se e se coloca cara-a-cara com Lula, visando a intimidá-lo em um momento em que Lula se referia a ele (figura 39), Lula aproxima-se ainda mais (figura 40) e chega até a tocar no braço de Alckmin (figura 41), um gesto que procura desestabilizar o adversário.

A movimentação de Lula na arena montada para o debate foi muito melhor do que aquela de 2002, quando enfrentou José Serra. Realmente lembrou muito uma clássica luta de boxe. A cada pergunta sorteada, com resposta de um dos dois candidatos seguida de réplica e tréplica, Lula foi intensificando sua atuação. No início, os dois se preservaram de um confronto direto. Não durou muito e Lula foi conquistando o espaço. O toque no braço de Alckmin foi aproximadamente no meio do debate. No final, que aqui reproduzimos pela seqüência das imagens 42 a 50, enquanto Alckmin responde a uma pergunta, Lula caminha pelo palco numa trajetória que desenha um “8”, atraindo para si as câmeras e o olhar do telespectador (que também procuraram acompanhá-lo); Lula abre seu tempo já cruzando por trás de Alckmin e ganhando novamente o enquadramento só para si. Para isso, calculou intuitivamente o trajeto e o tempo de espera (havia no estúdio painéis com cronômetros visíveis para os candidatos), manteve-se com uma postura concentrada e, com isso, evitou também a sensação de que

poderia estar procurando a melhor posição para ficar diante das câmeras da Globo. Sabia, certamente, que deveria se dirigir àquele eleitor da platéia que fizera a pergunta, mas escolheu o melhor percurso para crescer na tela e eliminar Alckmin do enquadramento. Note que, quando Alckmin se posicionou para observá-lo, um breve deslocamento e generosos gestos para sua direita provocam um enquadramento um pouco mais fechado que tirou Alckmin do quadro (figuras 49 e 50). Como as várias câmeras de TV estão posicionadas em diversos pontos e ainda podem contar com guias para movimentação, mesmo que não fosse intencional e calculada a performance de Lula, é perceptível que a noção de palco e de efeitos de imagem que pode provocar são de seu domínio.

Após o debate de 2002 (Lula x Serra), Antonio Fausto Neto e Eliseo Verón também analisaram o comportamento dos candidatos na arena montada nos estúdios da Globo (Fausto Neto & Verón, 2003; Verón, 2003). Então, se para nós o eixo de interesse é o que privilegia a mídia terciária, o eixo candidato-imagem, tela da TV, na análise de Fausto Neto e Verón, o eixo de principal interesse é o que privilegia a mídia primária, as relações interpessoais e o eixo candidato-interlocutor (que pode ser alguém da platéia, o mediador ou o adversário). Tal diferença no eixo, no entanto, não opõe um estudo a outro; ao contrário, faz com que possamos ter uma dimensão um pouco mais ampla dessa relação telemidiática no debate político. Talvez a única diferença provocada pela diferença no enfoque seja a de que, para Verón (2003: 160-1), a arena circular tenha provocado a ausência de lugar, enquanto em nossa abordagem o lugar que baseia a movimentação de Lula seja o *locus midiático*, o campo de visão do telespectador, inferido a partir do posicionamento das câmeras. Embora Fausto Neto e Verón (2003: 154) reconheçam que Lula e Serra “sabiam da existência e do trabalho rastreado da câmera”, Verón (2003: 161) não identifica um *locus* que possa produzir significado na arena. E enquanto entendemos ser o espaço retangular da tela o ambiente de toda enunciação das imagens, ele entende que o espaço circular anula o lugar e a enunciação se dá entre os personagens (candidatos, mediador e platéia).

Como veremos a seguir, esse domínio da mídia, favorecido pela transmissão ao vivo da televisão, desaparece nos produtos da mídia gerados com maior domínio da edição, principalmente nos meios impressos, especialmente nas revistas semanais.

Nos debates públicos televisuais visando à eleição a cargos majoritários, é comum a escolha do apoio de um púlpito para cada candidato. Em comparação com a estrutura em forma de arena, o debate com púlpito é mais confortável para as mãos, pois

sempre tem apoio, e para o discurso fundamentalmente oral pouca margem dá para a participação de outros códigos. Como a seguir trataremos da comparação entre o jornalismo gráfico de revistas brasileiras e alemãs, particularmente na composição das imagens de Lula e de Gerhard Schroeder, não deixaremos de fazer um breve comentário sobre o debate promovido em 4 de setembro de 2005 pela emissora de televisão alemã ZDF opondo o candidato à reeleição a chanceler da Alemanha, Gerhard Schroeder (SPD) a Angela Merkel (CDU), posteriormente vencedora do pleito: o cenário com púlpitos (figura 51), em que os candidatos respondem a perguntas de alguns jornalistas, tornou o debate bastante comportado. Ao responder às questões formuladas por alguns jornalistas, cada candidato foi enquadrado em plano americano, discursando diretamente para as câmeras de TV. Favoreceu-se, assim, o discurso oral, visto que o enquadramento e o púlpito não favoreceram a expressão corporal e, mesmo quando gesticulavam, as mãos dos candidatos eram praticamente mantidas fora do enquadramento (figura 52). Para a pergunta de um candidato diretamente ao seu adversário, as câmeras em contraplano procuravam a reação daquele que ouvia a pergunta, produzindo imagens de atenção e pouca expressão facial e gestual, como a postura de Schroeder (figura 53) ou imagens em que Angela Merkel não conseguia se controlar diante de algumas provocações de seu adversário, agitava-se impaciente (figura 54) e fazia algumas expressões faciais que demonstravam surpresa, irritação, desaprovação etc. (figura 55). E todo o debate ficou restrito ao discurso oral e a essas poucas variações.

Embora a gestualidade seja uma expressão individualizada de cada personalidade diante das câmeras, como o resultado é também formado por imagens, parte da construção da mediação do discurso é de encargo dos responsáveis pela produção cenográfica e videográfica e pela captação, edição em tempo real e direção de imagem, que incluímos aqui também como responsabilidade do jornalismo visual. Mesmo quando parece ser apenas uma construção predominantemente técnica e estética, uma série de valores pode ser incorporada às mensagens transmitidas, desde o enquadramento e os cortes de imagens até as cores do cenário. O cenário do debate da Globo, em azul e amarelo – as cores do PSDB –, por exemplo, só não favoreceu muito mais a presença de Alckmin porque nesta eleição não houve a mesma polarização entre essa combinação de cores com o vermelho do (PT), como foram polarizadas nas eleições de 2002, de forma bastante assimétrica (Guimarães, 2003: 53-4 e 121-3). Mesmo assim, podemos dizer que para o universo imagético, Lula “jogava no campo do

adversário”. Se não podemos demonstrar que a intencionalidade foi totalmente consciente, podemos observar que este desequilíbrio visual, favorecendo um dos lados, é evitado em outras abordagens jornalísticas como, por exemplo, no noticiário esportivo. Sobre a intencionalidade da mídia e determinação alheia, ou seja, como os jornalistas são levados a aderir a uma linha editorial das publicações para a qual trabalham sem que ela seja claramente expressa e como aderem às necessidades das camadas dominantes da sociedade, ver Romano (1998: 48), Beth & Pross (1987: 51) e Kunczik (2001: 160-1).

As capas do presidente: sem domínio da própria imagem

Quando acompanhamos a eleição presidencial de 2002, apontamos diversas impropriedades no uso de cores em capas e páginas de revistas que favoreciam a formação de um imaginário mais favorável a José Serra do que a Lula (Guimarães, 2003). Para tanto, recorreremos aos estudos da cor-informação, ou seja, ao estudo das cores no ambiente do jornalismo (Guimarães, 2003 e 2004).

De todas as imagens de Lula e as de Fernando Henrique Cardoso (quando cada um foi presidente ou candidato) nas capas da revista *Veja*, e as de Gerhard Schroeder e as de Angela Merkel (quando cada um foi chanceler ou candidato/a) nas capas da revista *Der Spiegel*, escolhemos algumas para exemplificar formas diferentes de compor o repertório imaginário dos leitores/eleitores.

O tratamento bastante diferente com que a revista *Veja* trata Lula e Fernando Henrique é perceptível tanto nos textos quanto nas imagens escolhidas para ilustrar os diversos momentos da trajetória política de cada um. Para tratar do Lula ainda candidato (04/07/2001), a expressão “na tentativa de parecer simpático”, que por si só já tem valor negativo, acompanha a imagem de um Lula muito pouco simpático (figura 56); Fernando Henrique Cardoso, quando candidato em 1994 (06/04/1994 e 24/08/1994) teve a imagem preservada e até mesmo favorecendo seu perfil acadêmico, semelhante às imagens escolhidas para a sua propaganda política, acompanhando os textos “Fernando Henrique de olho no planalto” (Figura 64) e “O Brasil segundo Fernando Henrique” (Figura 65). Semelhante é a escolha da composição da capa que retrata FHC já como presidente do Brasil (17/01/1996), que inclui também principais idéias do seu governo abaixo do título (Figura 67). Em várias capas da revista, independente de ser candidato, presidente ou ex-presidente, Fernando Henrique Cardoso mantém o status

professoral e intelectual (que sempre fez questão de preservar), tanto nos textos quanto nos recursos de imagem: “Fernando Henrique de olho no Planalto” (figura 64), “O Brasil segundo Fernando Henrique” (Figura 65), “FHC fala a Veja” (figura 67) e “FHC explica FHC e o Brasil” (figura 71). A construção da imagem pública de Lula, nas capas de *Veja*, é bem diferente desse comportamento cuidadoso e respeitoso da revista com FHC: expressões como “show de factóides” (figura 58), “como mais um bobo da corte” (figura 60) e “o primeiro mandato de Lula foi pífio” (figura 63) acompanham ilustrações caricatas e fotomontagens ilustrativas, que se colocam num paradigma totalmente oposto ao predomínio das fotos de estúdio de FHC, e as manchetes “Trapalhadas na decolagem” (15/01/2003), “Essa doeu!” (10/05/2006) e “A última chance” (08/11/2006). A caricatura e a charge política nas capas de revistas quase sempre ridicularizam a personalidade retratada. O efeito da caricatura na capa de 27/09/2006 (figura 61) é amplificado tanto pela proximidade com a data do primeiro turno da eleição presidencial quanto pela capacidade mimetizada de afirmar o contrário a todas as afirmações de defesa de Lula frente aos escândalos protagonizados por pessoas de confiança ou aliados no seu governo, no jogo “sabia/não sabia” a que foi reduzida a complexa crise, e pela ausência de textos para acompanhar a imagem. A imagem desprovida de texto deixa a mensagem menos imperativa, mas induz o leitor a se opor a Lula, visto que solicita uma interpretação óbvia e de mão única.

Mesmo na cobertura das crises, notamos que a revista *Veja* tem comportamentos distintos quando trata do governo FHC e do governo Lula. Ou da imagem deles diante das crises. Nas edições de 19/07/2000 e 09/08/2000, ao cobrir a crise do governo envolvendo o ex-secretário da presidência, Eduardo Jorge, *Veja* demonstra a preocupação com a imagem de FHC: “A sombra em FHC: as ligações e os negócios do ex-assessor que estão fazendo um estrago na imagem do presidente” (figura 69) e “Os bastidores da crise: até que ponto o governo foi atingido pelo caso Eduardo Jorge e quais são as chances de recuperação” (figura 70). Nenhuma das duas imagens de FHC o coloca de forma inadequada ou indisposta para o gerenciamento da crise, embora a primeira apresente o abatimento e a segunda uma expressão de avaliação, segurança e tranquilidade mesmo com a ambientação gráfica pesada e negativa. Disposição, aliás, é o que apresentam as capas de 11/01/1995 (início do mandato), “FHC arregança as mangas” (figura 66), e de 07/10/1998 (logo após a reeleição), “Agora é guerra” (figura 68), sendo que na ocasião da publicação desta última, assim como na reeleição de Lula, o governo tentava resolver uma crise política. Como comparação, a capa após a

reeleição é a reproduzida na figura 63, que já abordamos. Além de momentos semelhantes tratados de forma desigual, devemos atentar que, algumas vezes, as capas apresentam recursos gráficos semelhantes, como as que apresentam uma foto em azul acizentado como fundo (sombra) de alguma personalidade colocada no primeiro plano: na capa de 25/10/2006, Lula é o personagem do fundo e seu filho, que, segundo o texto só teria se destacado como empresário após Lula se tornar presidente (figura 62); enquanto na capa de 19/07/2000, Eduardo Jorge, pivô da crise, é colocado na condição de “sombra” por trás de Fernando Henrique (figura 69).

Para nossa análise, escolhemos o debate da Rede Globo e a revista *Veja* por serem as mais significativas e de maior repercussão na sociedade, e também porque são as que historicamente têm mantido as suas linhas editoriais, além da constante evolução tecnológica. Recorremos a alguns exemplos da mídia alemã com o objetivo de apontar para possíveis diferenças culturais entre a forma como o imaginário político é constituído no Brasil e na Alemanha e possíveis equivalências, determinadas por padrões globalizados do jornalismo ou determinados pela subordinação da linguagem às técnicas disponíveis e adotadas pelo jornalismo. Equivalem-se à Rede Globo e à revista *Veja*, a ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) e a revista *Der Spiegel*, assim como a polarização entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) equivale à polarização entre o Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) e a Christlich Demokratische Union Deutschlands (CDU), embora o PT de Lula esteja à esquerda do PSDB de Fernando Henrique Cardoso, José Serra e Geraldo Alckmin e a CDU de Angela Merkel e Helmut Kohl à direita do SPD de Gerhard Schroeder e a polarização alemã seja muito mais antiga do que a brasileira, observada a semelhança de que a estrutura política dos dois países é multipartidária.

A frase que se tornou conhecida pela música “Língua” de Caetano Veloso, “só é possível filosofar em alemão”, nos dá um pouco a dimensão da forma como pensamento, cultura e mídia se relacionam na Alemanha e, conseqüentemente, como diferem no Brasil. A produção midiática brasileira é muito mais variável no dia-a-dia da mídia (portanto excluimos os processos criativos da arte-mídia) do que a praticada na Alemanha. Isso pode tanto ser compreendido de forma positiva, visto que o jornalismo visual tem um repertório simbólico maior, como também pode ser entendido como um campo fértil para que valores simbólicos sejam agregados às mensagens, dando margem a uma série de distorções e adesões a certas posturas com pouca transparência. A origem de tamanha diferença cultural está na formação da identidade brasileira e na

formação da identidade alemã, e é mais perceptível na utilização simbólica das cores na mídia brasileira e na utilização racional e paradigmática das cores na mídia alemã.

Como podemos observar nas capas da revista *Der Spiegel* que selecionamos, a imagem de Schroeder é basicamente fotográfica, rosto voltado para a frente, pouca expressão facial e quase nenhuma ação ou movimento. Raras vezes Schroeder é desenhado; nunca caricaturizado. A imagem de Schroeder corresponde à sua imagem pública e à sua imagem telemidiática (figuras 72 a 75). Não há simbologia nos elementos da capa, embora algumas composições gráficas possam produzir alguns significados. Nestas vezes, há a informação é transparente: Schroeder está dividido, isolado, com a última carta na mão etc. Prevalendo elementos figurativos e cores reais, as capas que tratam da atual chanceler Angela Merkel também é transparente nas opções, embora negativizando a chanceler pelo uso repetido de caricaturas e ilustrações (figuras 76 a 79), que certamente diferem do tratamento respeitoso da revista com o Schroeder, Kohl, Putkin etc. Talvez sirva de consolo a Merkel a capa de *Der Spiegel* que ridiculariza o presidente americano George W. Bush (figura 80), mas sobre este a ridicularização é globalizada (figura 81).





Figuras 80 e 81 - O presidente americano George W. Bush é ridicularizado nas capas da revista Der Spiegel e Veja.



Referências bibliográficas

BAITELLO Junior, Norval. A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker, 2005.

BETH, Hans & PROSS, Harry. Introducción a la ciência de la comunicación. Barcelona: Anthropos, 1987.

BYSTRINA, Ivan. Semiotik der Kultur: Zeichen – Texte – Codes. Tübingen: Stauffenburg, 1989.

FAUSTO NETO, Antônio & VERÓN, Eliseo. O corpo entre capturas e fugas enunciativas. Em:

FAUSTO NETO, Antônio & VERÓN, Eliseo (orgs.). Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker. 2003. pp. 147-58.

FLUSSER, Vilém. Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica. Lisboa: Relógio D'Água, 1998.

GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

_____. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. 3 ed. ampl. São Paulo: Annablume, 2004.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo. São Paulo: Edusp, 2001.

Leroi-Gourhan, André. O gesto e a palavra, 1 – Técnica e linguagem. Lisboa: Edições 70, 1990.

LEROI-GOURHAN, André. O gesto e a palavra, 1 – Técnica e linguagem. Lisboa: Edições 70, 1990.

NAVRATIL, Leo. Über Schizophrenie und Die Federzeichnungen des Patienten O. T. München: dtv, 1979.

PAIERO, Denise. O protesto como mídia, na mídia e para a mídia: a visibilidade da reivindicação. Dissertação de mestrado. (Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP). 2005.

ROMANO, Vicente. La formación de la mentalidad sumisa. Madrid: Endymion, 1998.

SACKS, Oliver. O discurso do presidente. Em: SACKS, Oliver. O homem que confundiu sua mulher com um chapéu. São Paulo: Cia. das Letras. pp. 96-100, 1997.

VERÓN, Eliseo. O último debate: mediação sobre três encontros. Em: FAUSTO NETO, Antônio & VERÓN, Eliseo (orgs.). Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker, 2003. pp. 159-174.