



O Câncer no Palanque: a Cobertura Fotográfica da Veja sobre a Doença da Possível Candidata à Presidência, Dilma Rousseff¹

Paulo César Boni²
Maria Luisa Hoffmann³
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

As escolhas técnicas e estéticas dos fotógrafos podem determinar ou direcionar a interpretação de suas imagens. Este artigo pretende analisar o discurso fotográfico da revista *Veja* na cobertura da doença da possível candidata do Partido dos Trabalhadores (PT) à presidência do país, Dilma Rousseff. Por meio da proposta metodológica da desconstrução analítica, e considerando elementos da linguagem fotográfica, é possível apontar a intencionalidade da revista na reportagem.

PALAVRAS-CHAVE: Revista *Veja*; Dilma Rousseff; desconstrução analítica; intencionalidade de comunicação.

Introdução

Grande parte do repertório imagético do homem é condicionado por padrões estéticos da mídia, que têm pautado e influenciado a opinião pública e o debate político. Nesse sentido, Kossoy (1999, p.63-64) acredita que desde o século XIX, a invenção da fotografia e seu subsequente desenvolvimento tecnológico e industrial, fruto de um inusitado consumo, impulsionaram suas aplicações comerciais, artísticas, científicas e promocionais nesta que se convencionou chamar de “civilização da imagem”.

A fotografia é uma mensagem cuja relação entre seus signos e significados não é pré-estabelecida. Seus códigos, abertos e contínuos, possibilitam que cada leitor tenha sua própria interpretação da imagem. A leitura é, dessa maneira,

¹ Trabalho apresentado no GP de Fotografia, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciências da Comunicação, professor e coordenador do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. E-mail: pcboni@sercomtel.com.br.

³ Graduada em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina. Mestranda em Comunicação pela mesma Instituição. Bolsista da Capes. E-mail: maluhoffmann@yahoo.com.



polissêmica. Alguns elementos e técnicas, porém, podem direcionar a interpretação do leitor, no sentido premeditado pelo fotógrafo.

[...] entre o significante o significado é absolutamente comum a existência de elementos referenciais que convirjam na direção de um mesmo significado, ou seja, informações que tentam aproximar os leitores de uma mesma leitura (BONI, 2000, p.23).

Revelar os signos e significantes presentes na imagem auxilia a compreender representações sociais de um tempo histórico e a identificar o discurso e a ideologia dos *media*. Flusser (2002, p.14) afirma que “a aparente objetividade das imagens técnicas é ilusória, pois na realidade são tão simbólicas quanto o são todas as imagens. Devem ser decifradas por quem deseja captar-lhes o significado”.

O presente artigo analisa a cobertura fotográfica da revista *Veja* sobre a descoberta do câncer da possível presidente do Partido dos Trabalhadores (PT), Dilma Rousseff. Por meio da proposta metodológica da desconstrução analítica, aponta a intencionalidade de comunicação dos fotógrafos e, conseqüentemente, o discurso da revista. Para a análise, são consideradas as fotografias da reportagem “A candidata e o câncer”, capa da edição 2111, de 6 de maio de 2009. A revista, segundo Hernandez (2006, p.12), é a quarta maior publicação do gênero no mundo, a primeira do Brasil, com circulação de 1.131.100 exemplares e 4.701 milhões de leitores.

Leitura de imagens

Em *A fotografia é a sua linguagem* (1988), Lima defende o aprendizado da leitura das imagens e a importância de seu entendimento. O autor (1988, p.18-19) explica que existem condições para uma comunicação efetiva por meio da fotografia.

A primeira condição, a mais importante, é que é necessário saber ‘ler’. Ninguém sabe ler sem ter aprendido e todos crêm poder ler fotografias sem o mínimo estudo prévio, o que é um grande erro.

A segunda condição é o conhecimento dos elementos que compõem a imagem. Uma fotografia representando objetos ou fenômenos desconhecidos é quase tão muda quanto um texto escrito em uma língua que a gente nunca viu.

A terceira condição é o conhecimento da língua na qual é escrita a mensagem.



Lima aborda o conteúdo simbólico da imagem e descreve as três fases do contato com o leitor que são a percepção (primeiridade), identificação (secundidade) e interpretação (terceiridade). Na fase da interpretação, o leitor relaciona as imagens por meio de associações de ideias, esteriótipos e de seu repertório imagético, o que possibilita a compreensão de seu conteúdo. Os signos, dessa maneira, desencadeiam em cada pessoa uma série de significantes, e a leitura da imagem varia de acordo com o reserva súnica do leitor. Quanto mais rico seu repertório, maior sua capacidade de compreender, além do significado óbvio, as entrelinhas da mensagem (BONI, 2000, p.21).

Considerando que as escolhas técnicas e de composição podem direcionar a leitura das imagens para um mesmo significado, mesmo sem precisão, é possível afirmar que a mídia pode tentar orientar a interpretação de uma fotografia de acordo com seus interesses.

Esse direcionamento se dá através da edição, que escolhe uma imagem em detrimento da outra, da orientação de seus fotógrafos e da linha editorial do meio que determina o formato, a diagramação e a página que será publicada a matéria. Segundo Boltanski (*apud* MORETZSOHN, 2002, p.86) “quem fabrica o jornal antecipa a leitura que o público fará: dissecar a fotografia a fim de privilegiar uma significação. Tudo que puder desviar dessa significação é eliminado, sempre que possível”. Moretzsohn (2002, p.89) caminha no mesmo sentido quando afirma:

O estudo da maneira pela qual os grandes jornais do país editam o noticiário indica, porém, que essa “ilustração” não é nem um pouco inocente. E mostra, igualmente, que todos eles utilizam os mesmos recursos para produzir efeitos como a ironia, o duplo sentido ou a sedimentação de consensos, com consequências éticas relevantes.

Os recursos técnicos, a legenda e seu sentido conotativo, os cortes que excluem o indesejável ou dão ênfase à expressividade dos retratados, a seleção do que é noticiável, os enquadramentos que definem o que é mais importante, ou seja, todas as escolhas do meio podem gerar sentido. As imagens carregam em si informação e os fotógrafos podem manipular os símbolos reafirmando um discurso e disseminando uma ideologia. Kossoy (1999, p.19-20) afirma que “as diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para a veiculação das ideias e da consequente formação e manipulação da opinião pública”.



Os recursos técnicos de captura e edição de imagem, os elementos da linguagem fotográfica, o posicionamento das fotografias nas páginas e os elementos textuais como legenda, título e linha fina, são considerados nesta análise.

A possível candidatura de Dilma Rousseff

Dilma Rousseff é economista e doutora na área de Teoria Monetária e Financeira pela Universidade de Campinas. Com personalidade forte e fama de “linha dura”, foi ministra das Minas e Energia entre 2003 e junho de 2005, quando assumiu como ministra da Casa Civil no lugar de José Dirceu, afastado por envolvimento com acusações de corrupção no caso do Mensalão. Atualmente é também gerente do PAC - Programa de Aceleração de Crescimento.

A ministra participou da militância armada durante a juventude em organizações clandestinas e terroristas de esquerda e teria sido comandada por Carlos Lamarca durante a ditadura militar.

No dia 4 de outubro de 2007, em entrevista à *Folha de S. Paulo*⁴, Dilma descartou sua candidatura: "Não sou candidata. Acredito que o PT pode ter candidato próprio, e tem o direito de pleitear isso, ou pode haver uma composição." Porém, em novembro de 2008, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva confirmou que indicaria seu nome à Presidência da República. Em janeiro de 2009, em nova entrevista ao mesmo jornal, a ministra afirmou que ainda não era a candidata do PT. Segundo o texto da matéria, “a declaração foi dada no Fórum Social Mundial, em Belém, onde ela teve um dia de presidenciável, com direito à claque ovacionando seu nome e uma sessão informal de autógrafos ao público.”⁵

Em 2009, Dilma Rousseff apareceu na mídia com novo visual. Após cirurgia plástica facial, ela estava sem óculos, dez quilos mais magra e com novo corte e cor de cabelo. A matéria da edição 2096 de 21 janeiro de 2009 da *Veja* chamou as intervenções estéticas da ministra de “PAC eleitoral” - Programa de Aprimoramento Cosmético, que, segundo a revista, seria o primeiro passo rumo à sucessão de Lula. Em março do mesmo ano, Dilma admitiu a possibilidade da candidatura, mas garantiu que não estava em campanha.

⁴ Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/fohla/brasil/ult96u333829.shtml> . Acesso em 20 de maio de 2009.

⁵ Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/fohla/brasil/ult96u496121.shtml> . Acesso em 20 de maio de 2009.



Nessa mesma edição, a *Veja* publicou uma pesquisa do *Instituto Datafolha* (dezembro de 2008) sobre a intenção de voto dos eleitores. Dilma Rousseff apareceu com 8% das intenções de votos, ficando atrás de outros possíveis candidatos como Ciro Gomes (15%), José Serra (41%) e Heloísa Helena (14%). A revista enfatizou, porém, que comparando à última pesquisa (março de 2008) o índice da ministra, que era de 3%, subiu 167%, e que o salto ocorreu entre o eleitorado que aprova o governo Lula.

No dia 25 de abril, Dilma e seus médicos concederam uma entrevista coletiva no Hospital Sírio-Libanês em São Paulo, e afirmaram que a pré-candidata teve um linfoma (câncer no sistema linfático) tratado em segredo e que, a partir de então, ela passaria por sessões de quimioterapia, mas que a doença estava sob controle e o tratamento não afetaria o cumprimento de sua agenda. *O Estado de S.Paulo*⁶ publicou em seu site uma declaração do ministro da Fazenda, Guido Mantega, afirmando que esse é mais um "desafio, uma batalha que ela vai vencer. [...] Como conheço bem a Dilma, sei que é uma grande lutadora e tem vencido desafios e batalhas. [...] Ela vai tocar a vida com mais este probleminha para resolver".

O jornalista Gilberto Dimenstein apontou em sua coluna *on line* da *Folha de S. Paulo*⁷ que a doença de Dilma Rousseff pode ser o caso mais popular de resiliência no Brasil. Resilientes são aqueles capazes de vencer as dificuldades e os obstáculos, por mais fortes e traumáticos que sejam. Para o jornalista, o linfoma da ministra resultou na empatia da população, que só tende a aumentar. Ele afirma também que os políticos acreditam que a doença abalou as pretensões presidenciais de Dilma, mas a pesquisa Vox Populi aponta o contrário: “seu apoio é expressivamente maior (33%) entre os eleitores informados sobre sua doença. É o efeito resiliência - e só mostra que se ela vencer a doença, o que é bem possível, segundo os especialistas, sairá mais forte politicamente”.

Análise das imagens

⁶ Fonte: <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,dilma-continua-sendo-a-candidata-do-pt--diz-cardozo,360433,0.htm>. Acesso em 19 de maio de 2009.

⁷ Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/gilbertodimenstein/ult508u571019.shtml>. Acesso em 26 de maio de 2009.

A imagem, segundo Moretzsohn (2002, p.84), é o que primeiro atrai a atenção do leitor, e por meio dela, pode ser conduzido a ler a notícia. Os meios têm consciência disso e uma rápida análise comparando impressos das últimas décadas permite constatar a crescente importância que a imagem vem ocupando na diagramação e na composição das matérias.

Uma simples passada de olhos pelas páginas de qualquer diário nos leva a perceber como os jornais jogam com textos e fotos, como planejam a diagramação de modo a induzir o público a uma determinada leitura – e como essa leitura pode ser subvertida dependendo do que lê (MORETZSOHN, 2002, p.84).

O tamanho e a posição da imagem na página também podem influenciar o leitor e direcionar sua interpretação. A distribuição dos elementos, a ênfase ou não de determinadas imagens têm caráter conceitual e seguem, geralmente, diretrizes editoriais do meio. Legendas e linhas finas balizam o processo de recepção, reduzindo ou até mesmo eliminando, em alguns casos, o caráter polissêmico da mensagem.

A intencionalidade de comunicação por meio de imagens pode ser abordada em três fases da construção da matéria. O fotógrafo, ao cumprir uma pauta, segue recomendações e orientações (de acordo com linha editorial do jornal ou revista) que interferem diretamente em suas escolhas técnicas. Muitas vezes, ele sai da redação com a imagem mentalizada, premeditada. O editor, por sua vez, segue critérios estabelecidos pelo meio e escolhe, dentre as imagens produzidas, ou dentre as imagens adquiridas com agências, aquelas que mais se adaptam ao conteúdo da matéria, que a complementam ou até mesmo trazem informações não contempladas pelo texto. Já na diagramação, algumas imagens serão cortadas ou adaptadas de acordo com a sua importância. Se a intenção é ressaltar a expressividade do fotografado, a imagem pode ser aumentada e recortada. Podemos observar esse recurso na capa (Figura 1) da edição trabalhada neste artigo.

Tomada em plano fechado por Ruy Baron, a fotografia foi adaptada para a capa da revista. Para aproximar ainda mais a imagem do leitor, foram feitos cortes na testa e na parte esquerda do rosto de Dilma Rousseff. Esse redimensionamento acentuou sua expressão, serena, com um leve sorriso. A cor, na qual é grafado o nome da revista, muda a cada edição e também pode gerar significação. Na edição 2111 foi escolhido o azul, que segundo Guimarães (2003, p.22) significa tranquilidade, e que condiz com a expressão da ministra.



Figura 1 – Capa da revista *Veja* edição 2111 de 6 de maio de 2009

Fotografia: Ruy Baron/Valor/Folha Imagem

Fonte: Acervo Digital - <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

Acesso em 19 de maio de 2009

Numa composição fotográfica, cada elemento - ou mesmo parte dele - pode constituir um significante. Num cenário retratado em que apareçam pessoas, animais e objetos, cada um desses elementos é considerado um significante. E cada uma das partes desses elementos também podem ser consideradas significantes, pois, além de remeterem o leitor a um signo, geram interpretações diferentes e provocam, em cada leitor, uma nova semiose (BONI, 2000, p.17).

A chamada da matéria a trata, desde já, como candidata. Essa fotografia (Figura 1), possivelmente capturada por uma lente teleobjetiva curta, tem baixa profundidade de campo, o que realça o primeiro plano focado. Essa lente também pode deixar o rosto do fotografado mais arredondado, como é possível verificar na imagem.

De acordo com Lima (1988, p.39), a distância que separa os olhos de uma imagem deve ser igual ao dobro da diagonal dessa imagem, para que ela seja percebida por inteira. Dessa maneira, a figura 2, com aproximadamente 30 cm, é

percebida parcialmente pelos leitores, a princípio. Para ser compreendida integralmente, é necessário que o leitor tome uma determinada distância das páginas da revista.



Figura 2 – Páginas 58 e 59 da revista *Veja*

Fotografia: Ricardo Stuckert/PR

Fonte: Acervo Digital - <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

Acesso em 19 de maio de 2009

Essa imagem, a primeira a ilustrar a matéria, foi tomada por Ricardo Stuckert e diagramada em um falso espelho. O plano de tomada é médio, plano mais utilizado no fotojornalismo devido ao seu poder descritivo. Esse plano também pressupõe uma interação entre os elementos vivos e o ambiente. Na fotografia, Dilma Rousseff e o presidente Luiz Inácio Lula da Silva foram retratados lado a lado em *contra-plongée*, angulação na qual os elementos são retratados de baixo para cima, e que passa a impressão de superioridade, triunfo. Relacionando ao nome da matéria “O câncer no palanque”, pode-se constatar que essa tomada pode ter sido feita pelo fotógrafo abaixo do palanque no qual estão o presidente e a possível candidata.

A lente utilizada foi, possivelmente, a grande angular, de aproximadamente 35 mm, que permite que o recuo em relação ao acontecimento seja pequeno. Essa lente possibilita uma grande profundidade de campo e destaca o primeiro plano, podendo também distorcer elementos da imagem. Na figura 2, a mão e o braço de

Lula estão à sua frente, o que já causaria certa deformação. Porém, a lente potencializa a distorção, tornando-os desproporcionais em relação ao corpo. Na lente grande angular quanto menor a distância focal, maior é a distorção do objeto.

De acordo com a regra dos terços, os rostos de Lula e Dilma estão situados nos “pontos de ouro” da fotografia e ambos estão sorrindo e olhando para a esquerda. Lula está acenando para o público e sendo aplaudido pelos outros fotografados no palco. Dilma está sorrindo com a expressão serena e também aplaude o presidente. “Para a fotografia são utilizados mais os movimentos de ação, que servem para dar significado à mensagem transmitida inconscientemente pelo seu executor” (LIMA, 1988, p.104).

O tamanho da imagem e sua posição também podem gerar sentido. A imagem, elemento preferencial de atenção do leitor, foi diagramada majoritariamente em página ímpar, a mais valorizada em revistas e jornais, e os olhares dos fotografados direcionam o leitor a percorrer as páginas da direita para esquerda, direcionando-o ao texto.

A legenda, assim como o título e a linha fina da matéria, são consultados pelo leitor, que após observar as imagens, busca situá-las espaço-temporalmente. A linha fina, neste caso, determina o posicionamento da revista quando afirma que o governo está utilizando a doença da ministra como trunfo de campanha, apelando para o efeito resiliência descrito anteriormente por Gilberto Dimenstein. Com a utilização de recursos técnicos, a revista enalteceu a imagem de uma mulher serena e militante, e intencionou transformá-la em uma vítima do PT, afirmando que este utiliza sua doença como alicerce de uma possível candidatura.

Na figura 3, a fotografia à esquerda retrata Marco Aurélio Garcia, assessor especial da Presidência da República, e foi capturada pelo fotógrafo Celso Junior. À direita, a imagem é de Fernando Haddad, ministro da Educação, e foi tomada por Elza Fiúza. Ambas as imagens foram tomadas possivelmente com uma lente 50 mm, a chamada lente normal, sendo que a da esquerda foi tomada de um ângulo linear e a da direita em ângulo *plongée* (de cima para baixo). Esse ângulo pode ter sido utilizado porque o ministro está sentado olhando para cima, e o repórter estava possivelmente em pé.



Figura 3 – Páginas 60 e 61 da revista *Veja*

Fotografia à esquerda: Celso Junior

Fotografia à direita: Elza Fiúza/ABR (Agência Brasil)

Fonte: Acervo Digital - <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

Acesso em 19 de maio de 2009



Figura 4 – Páginas 62 e 63 da revista *Veja*

Fotografia à esquerda: Geraldo Magela/ Ag. Senado

Fotografia à direita: Celso Junior/ AE (Agência Estado)

Fonte: Acervo Digital - <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>

Acesso em 19 de maio de 2009

Já a figura 4 traz, à esquerda, a imagem de Gim Argello, líder do PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) no Senado, tomada por Geraldo Magela, e à direita Romero Jucá, líder do governo no Senado, em fotografia de Celso Junior. A imagem da esquerda foi tomada com uma teleobjetiva, que diminui a profundidade de campo, realçando o elemento focado em primeiro plano. A da direita foi possivelmente tomada com uma teleobjetiva curta, pois não tem profundidade de campo e apenas o rosto do senador está focado. É possível notar também sua mão desfocada em primeiro plano. A gestualidade característica, a indumentária e o ambiente nos quais foram fotografados, auxiliam o leitor a identificar esses homens como políticos. As imagens e as tomadas fechadas, *close ups*, ressaltam suas expressões faciais.

Nessa expressividade do rosto podem ser observadas modificações em seis regiões principais: testa, sombrancelhas, pálpebras, nariz, olhos e boca. Através dessas seis regiões, podemos observar sete principais emoções: alegria, tristeza, surpresa, medo, cólera, desgosto ou desprezo e interesse (LIMA, 1988, p.107).

As legendas são depoimentos e afirmam que a superação da doença pode beneficiar a imagem da ministra. Fernando Haddad explica ainda que a luta da ministra se confunde com a superação das dificuldades do país. A revista fala ao público através da voz do outro; nesse caso, voz oficial, que legitima o argumento como verdade. Nos depoimentos colhidos, por exemplo, algum senador (ou um político, como aqueles citados por Dimenstein) poderia ter afirmado o contrário, que a doença de Dilma não tem relação com a campanha do PT, ou então que o câncer pode influir negativamente em sua campanha, porém a escolha das fontes e das imagens é proposital para a composição da matéria. De forma geral e, mais especificamente, em matérias políticas ou ideológicas, a imagem aplicada no veículo de informação é sempre objeto de algum tipo de “tratamento” com o intuito de direcionar a leitura dos receptores (KOSSOY, 1999, p.55). A simples seleção de determinadas fotografias para a publicação ou a relação estabelecida entre elas na edição sugere ou direciona a compreensão por parte do público.

“A química já começou” é a continuação da matéria, e relata o anúncio da doença, realizado pelos médicos do hospital Sírio-Libanês, onde a ministra faz tratamento. A imagem (Figura 5), capturada com uma lente teleobjetiva por Marlene Bergamo, não tem profundidade de campo, e foca com precisão apenas o elemento intermediário, Dilma Rousseff.

Essas lentes “têm pouca precisão sobre a superfície da imagem, atenuam o contraste entre os planos e acentuam todas as linhas verticais. Elas só dão um detalhe do assunto escolhido e o grau de nitidez é menor” (LIMA, 1988, p.81). Além disso, a teleobjetiva estreita o campo da fotografia e cria, através da ênfase das linhas verticais, uma determinada ordem na imagem.

A ministra é o elemento preferencial da figura 5 e sua roupa vermelha (cor símbolo do Partido dos Trabalhadores) a destaca dentre os médicos vestidos de branco. O plano de tomada foi o médio, com grande poder descritivo e a lente gerou um achatamento da perspectiva, aproximando os fotografados um do outro. O enquadramento determina uma hierarquia de valores dentro do quadro, valorizando alguns elementos e excluindo outros (MACHADO, 1984, p.103).

As possibilidades de o fotógrafo interferir na imagem – e portanto na configuração própria do assunto no contexto da realidade – existem desde a invenção da fotografia. Dramatizando ou valorizando esteticamente os cenários, deformando as aparências de seus

retratados, alterando o realismo físico da natureza e das coisas, omitindo ou introduzindo detalhes, o fotógrafo sempre manipulou seus temas de alguma forma (KOSSOY, 1999, p.30).

Apesar de desfocados, os médicos estão nítidos porque estão próximos ao foco central em destaque. O leitor, assim como em uma conversa ao vivo, busca na imagem o olho do fotografado. Quando estes não estão focados, a leitura fica incômoda. Os olhos e o rosto de Dilma, em foco, estão próximos ao “ponto de ouro” da regra dos terços. Enquanto os médicos olham para frente e para a mesma direção, a ministra olha para o lado e para baixo, com feição séria, como se estivesse pensando em outra coisa.



Figura 5 – Páginas 64 e 65 da revista *Veja*
Fotografia: Marlene Bergamo/Folha Imagem
Fonte: Acervo Digital - <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>
Acesso em 19 de maio de 2009

Essa imagem, obtida junto à agência *Folha Imagem*, destaca através da lente a ministra e sua expressão ausente e, novamente, retrata-a como uma vítima da situação. Durante a entrevista, exibida ao vivo por redes de televisão, Dilma Rousseff respondeu perguntas e se mostrou forte, atenta e disposta a enfrentar o tratamento da doença. A imagem escolhida para ilustrar a matéria, porém, retrata-a no momento em que olha para baixo, em posição resignada como se não estivesse atenta à entrevista.

A última imagem analisada (Figura 6) foi escolhida e recortada para informar ao leitor a localização do linfoma, abaixo do braço. A posição de Dilma, com os braços para cima acenando, é típica de candidatos em campanhas eleitorais. Algumas imagens parecem mostrar que boa parte das fotografias jornalísticas tenha depositado seu impacto na coincidência com certos arquétipos pictóricos que povoam o inconsciente da civilização (MACHADO, 1984, p.62).



Figura 6 – Imagem da página 66 revista *Veja*
Fotografia: Carlos Roberto/Hoje em Dia/Folha Imagem
Fonte: Acervo Digital - <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>
Acesso em 19 de maio de 2009

A última imagem analisada (Figura 6), foi escolhida e recortada para informar ao leitor a localização do linfoma, abaixo do braço. A posição de Dilma, com os braços para cima acenando, é típica de candidatos em campanhas eleitorais. Algumas imagens parecem mostrar que boa parte das fotografias jornalísticas tenha depositado seu impacto na coincidência com certos arquétipos pictóricos que povoam o inconsciente da civilização (MACHADO, 1984, p.62).

A lente utilizada foi uma grande angular que possibilita ao fotógrafo um pequeno recuo, grande campo de tomada e pode deformar o primeiro plano. Os braços da ministra estão desproporcionais ao corpo, ela está mais alta e esguia, seu rosto e seus braços estão mais finos - distorções características dessa lente, enfatizadas

quando o ângulo *contra-plongée*, que enaltece, é utilizado. A cor da indumentária da ministra novamente é vermelha, o que pode causar no leitor uma rápida identificação e associação entre Dilma e o PT. A imagem pode ter sido adaptada e recortada com o intuito de mostrar a localização da doença e de reafirmar a condição de Dilma como candidata petista.

Considerando a subjetividade, Arlindo Machado em *A Ilusão Especular* (1984), expõe que todo fotógrafo, quando cria uma imagem técnica, utiliza sua bagagem cultural e ideológica, consciente ou inconscientemente. Kossoy (1999, p.106), por sua vez, afirma que “a fotografia sempre esteve – e sempre estará – à disposição das ideologias, prestando-se aos mais diferentes usos”. Assim como todos os outros meios de comunicação, ao fazer escolhas, a *Veja* expõe sua intencionalidade e conseqüentemente sua ideologia. A própria seleção do assunto a ser noticiado é realizada em função de uma determinada finalidade e sua concepção final será, dessa forma, influenciada.

Considerações finais

Por meio de escolhas técnicas e editoriais é possível apontar a intencionalidade dos fotógrafos e da revista, pois “o aparelho obriga o fotógrafo a transcodificar sua intenção em conceitos, antes de poder transcodificá-la em imagens. Em fotografia, não pode haver ingenuidade” (FLUSSER, 2002, p.32). A *Veja* utiliza material de agências, portanto, além da intenção do fotógrafo, foi analisada a seleção de imagens feitas pela revista para ilustrar as matérias.

As fotografias retratam Dilma Rousseff como uma mulher serena, sorridente, e como uma vítima do PT, que, para a revista, pode usar sua doença como trunfo de campanha. Suas expressões são destacadas pelos recursos técnicos, e ela é fragilizada na imagem em que aparece entre os médicos. Quando aparece próxima a Lula é enaltecida pelo ângulo, e tratada precipitadamente como candidata. As imagens e depoimentos dos políticos são utilizados para atribuir veracidade ao discurso da própria revista, colocando na voz do outro seu posicionamento e se eximindo de possíveis reprovações.

A revista *Veja*, assim como outros meios impressos, utiliza suas fotografias e ilustrações para gerar sentido. As imagens, aliadas às legendas e aos títulos, fazem o leitor compreender a ideia principal da mensagem sem recorrer ao texto



da matéria. A seleção de imagens e a edição, previamente planejadas, podem reforçar o sentido desejado, direcionando o olhar do leitor e diminuindo sua liberdade de interpretação, mesmo que de maneira quase imperceptível. Com o tempo, o leitor é condicionado a percorrer pelo trajeto perceptivo/cognitivo determinado pelo meio e pode ser induzido a pensar como ele. Quando se aprende a desvendar as mensagens intrínsecas na fotografia, qualquer contato com produtos da comunicação torna-se um processo de decodificação, desenvolvendo dessa maneira, a capacidade crítica de quem os “lê”. Compreender os recursos, técnicas aplicadas em imagens e suas implicações no público, possibilita identificar os artifícios dos *media*, atenuar seu poder de manipulação e aproximar o leitor da veracidade dos fatos.

Referências

BONI, Paulo César. **O discurso fotográfico**: a intencionalidade de comunicação no fotojornalismo. São Paulo, Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade de São Paulo, 2000.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Relume Dumará, 2002.

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

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**: o que o jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2006.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.

LIMA, Ivan. **A fotografia é a sua linguagem**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular**: introdução à fotografia. 2.ed. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.