

De *La Roja* a *el rojo*: bricolagens e sincretismos em jornais espanhóis¹

Frederico de Mello Brandão TAVARES²

Kati Eliana CAETANO³

Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

Este artigo realiza uma análise sobre a representação da conquista da Copa do Mundo de 2010, realizada na África do Sul, pela seleção espanhola de futebol, tendo como objeto a cobertura dada à vitória por dois jornais (*El País* e *ABC*) de grande circulação diária na capital da Espanha, Madri. O estudo investiga como o conjunto das imagens dos jornais constrói uma narrativa e estabelece modos de se ver os próprios jornais e sua editoração. Observam-se como os recortes e angulações dados ao acontecimento e à sua reverberação jornalística mais que construir sentidos múltiplos para a vitória, fizeram “sangrar” as páginas informativas, costurando os periódicos. Nesse processo, bricolagens e sincretismos cromáticos e visuais revelaram tanto uma unidade de sentido dos jornais quanto especificidades de seus fragmentos noticiosos e de seus processos de montagem, suas identidades.

Palavras-chave

Copa do Mundo; Acontecimento; Fotojornalismo; Bricolagem; Sincretismo; Editoração

Uma vitória futebolística e seus sentidos editoriais

A conquista de um campeonato mundial de futebol de seleções é, sem dúvida, um grande acontecimento. Em se tratando de países que possuem a cultura do futebol, ou que têm o futebol como esporte imbricado à sua cultura, constitui-se como um marco e marca um sentido que carrega vários outros. Como afirmam Gastaldo e Leistner (2006, p. 2), o futebol jogado em um determinado país – e a seleção nacional como metonímia dessa prática, podemos dizer – “é reinterpretado segundo os códigos de sua cultura, dotando-o de significados que ultrapassam as estritas linhas do campo de jogo”. Quando visibilizada midiaticamente, a conquista de uma Copa vê-se reverberada de distintas maneiras, situacionalizada de acordo com veículos específicos e com formas de enunciação que tanto vão ao encontro de interesses midiáticos propriamente ditos quanto dialogam e explicitam temáticas e questões que dizem respeito à “cultura futebolística” e àquilo que ela traz de significado.

¹ Trabalho apresentado no GP Produção Editorial, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciências da Comunicação e Professor do PPG em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP-PR). E-mail: fredmbtavares@gmail.com.

³ Pós-Doutora em Comunicação Social e Professora do PPG em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP-PR). E-mail: katicaetano@hotmail.com.

Jornalisticamente, a vitória em uma Copa do Mundo trata-se também de um soberbo referente, cujo destaque, pela valoração partilhada que recebe do jogo entre noticiabilidades e contextos sociais, não se pode negar. O jornalismo, portanto, como expressão e *locus* da midiaticização deste evento, realiza sobre ele tipos específicos de mediação, que indicam uma leitura a partir de representações particulares. Sejam elas verbais, sejam visuais, ou editoriais.

Isso posto, este texto realiza uma análise sobre a representação da conquista da última Copa do Mundo pela seleção espanhola de futebol⁴, tendo como objeto a cobertura dada à vitória por dois jornais de circulação diária na capital do país, Madri: *ABC* e *El País*. Nosso estudo parte das fotografias trazidas pelos periódicos e investiga como o conjunto de tais imagens constrói uma narrativa sobre este acontecimento e, ao mesmo tempo, estabelece modos de se ver os próprios jornais e sua editoração.

Sempre que um país engajado na disputa pela Copa do Mundo conquista o título de campeão, a exaltação nacionalista emerge ou recrudesce e, com ela, a disseminação das cores da bandeira. Tudo se tinge dos mesmos matizes cromáticos, e os conteúdos da existência humana, expressos na informação, nos trabalhos acadêmicos, nas preces e promessas, na conversa de bar, passam a ser sobredeterminados pelo viés temático da Copa ou do papel simbólico do esporte nas manifestações de comunhão coletiva⁵.

Nos três dias que se sucederam à vitória espanhola de 2010, os jornais *El País* e *ABC* pintaram-se de vermelho, trazendo à tona visualmente não apenas tal cor – retificando o fenômeno que vinha das ruas e dos espaços no qual *La Roja* (“apelido” da seleção nacional) se espalhava –, mas também construindo sobre ele recortes e angulações cujos sentidos múltiplos, uma vez nos jornais, fizeram “sangrar” as páginas informativas para além do acontecimento em si, costurando-o, de maneira cromática, a outros, de outras páginas, bem como a anúncios e à própria programação visual dos periódicos. Desse processo, uma espécie de bricolagem ruidosa parece despontar. Uma bricolagem, portanto, que aponta para como, em dias de temporalidades noticiosas distintas, provocadas por um acontecimento de enorme repercussão, outros campos temáticos podem ser vistos, ao mesmo tempo em que mostram os próprios jornais e sua unidade de sentido. Algo que diz também (e por outro lado), pela editoração, de um sincretismo no qual,

⁴ Este texto foi desenvolvido como parte de uma pesquisa mais ampla, de viés quantitativo e qualitativo, que investiga a representação fotográfica da vitória da seleção espanhola de futebol na Copa do Mundo de 2010, realizada na África do Sul, nos três principais jornais de circulação diária na cidade de Madri (*El País*, *ABC* e *El Mundo*). Participam do projeto em execução, além dos autores deste texto, as pesquisadoras Ana Isabel Iñigo Jurado e Belén Puebla Martínez, da Universidade Rey Juan Carlos (Madri).

⁵ Daniel Dayan e Elihu Katz (1995, p. 31) retomam Johann Huizinga e lembram que as duas formas sempre presentes nas quais a civilização se desenvolve em e como um jogo são as representações sacras e as competições festivas. Como apontam, “los juegos competitivos (nuestras Competiciones) y las exhibiciones (Coronaciones) no surgen de la cultura, sino que la preceden em formas de juego como lãs de los animales y los niños. Al adoptar estas formas, las sociedades lãs confieren un significado religioso y las emplean para aplacar a los dioses y a los antepasados, para señalar las épocas, para acumular y ostentar el honor por médio de actos y despliegues heróicos, para promover la unidad y la memoria colectiva”.

pelo todo unificado (os jornais), é possível perceber as especificidades de seus fragmentos (suas fotografias e seus respectivos acontecimentos).

11 de julho de 2010 e a cobertura visual de um acontecimento

O jogo final da Copa do Mundo de Futebol de 2010, realizada em Johannesburgo, na África do Sul, reunia um duplo ineditismo. Encerrava a primeira vez do torneio em solo africano e indicaria um campeão inédito para a competição. As seleções da Espanha (em sua primeira final)⁶ e da Holanda (em sua terceira final) eram as protagonistas. Sobre ambas, além das narrativas criadas pelas trajetórias individuais no campeonato, pululava uma série de discursos a respeito de seus percursos históricos no contexto do futebol, abrindo sentidos possíveis para o desfecho do acontecimento, já previsto, no jargão e na prática futebolística, no apitar final pelo árbitro da partida.

Nos jornais do dia 11 de julho de 2010, nos mais diversos suportes e plataformas e durante a cobertura ao vivo do evento, outra duplicidade aparecia. No arranjo jornalístico, tanto a evocação de uma memória (CABO, 2011), algo comum na midiaticização desse tipo de cobertura esportiva, quanto a reiteração de práticas jornalísticas pensadas para um “acontecimento previsto” (BERGER & TAVARES, 2010) faziam-se visíveis. A final de uma Copa do Mundo encontra-se envolta de um cerimonial não apenas festivo, pelas entidades que a organizam, mas também midiático.

No que diz respeito ao layout dos jornais, suas imagens e textos principais, se observamos os enquadramentos do dia da final, fica notório como a escolha por certas estratégias evoca aspectos de um saber partilhado pelo senso comum acerca de tal acontecimento e de seus protagonistas, não apenas corroborando “valores-notícia” e formas de se narrar o episódio que está para acontecer, mas também operando com elementos de uma memória coletiva, “orquestrando-a” de modo a construir, sobre o que está para acontecer, focos possíveis para seu encerramento que diz, nada mais, que a vitória de um e a derrota de outro. O que evidencia, pois, a operação sobre circunstâncias que servem a um e a outro e que serão retrabalhadas, no dia seguinte, de uma outra maneira, que se pretenderia, *a priori*, uníssona sobre aquilo a que se

⁶ A esse fator acrescentam-se outros, como lembra Screti (2001, p. 7): “España ha podido en primer lugar acabar de curarse de un enorme complejo de inferioridad: nunca había ganado un mundial ni había superado los cuartos de final. Y esto es, para un equipo convencido desde siempre (quizá erróneamente) de jugar el mejor fútbol del mundo, un problema nacional. Dado que el nacionalismo siempre es un sentimiento relativo y comparativo (la nación se compara a otras), España sufría especialmente de verse superada también en las competiciones futbolísticas por todos sus vecinos europeos: Francia, Inglaterra, Alemania y hasta Italia, el vecino al que España siempre mira con especial recelo, pues, al ser del Sur como España, y al no tener el poderío económico, cultural y militar de los primeros tres, es el país con el que más España compete.”

destinará relatar – a vitória ou a derrota e suas respectivas “faces”, construindo uma “realidade” sobre a Copa do Mundo (GASTALDO, 2009).

Cabo (2011) relembra Souto (2002) e Pollack (1989) para explicar esse imbricamento entre jornalismo, memória e Copa do Mundo, retomando, do segundo autor, o profundo conceito de “enquadramento da memória” e do primeiro, na dissertação de mestrado que este desenvolve, a ideia de que “os jornais constituem-se como um dos *senhores da memória* da sociedade” (p. 2), o que leva à necessidade de se considerar que

o jornalista, ao selecionar fatos, relegar outros ao esquecimento, escolher a forma de sua narrativa e ao definir o lugar na página a ser ocupado pelo texto, dirigindo um olhar subjetivo sobre o acontecimento, mantém como essencial nesse trabalho a dialética lembrar e esquecer (SOUTO, 2002, p. 31 *apud* CABO, 2011, p. 2 -3).

Já a dimensão do “ao vivo” oferece também ao evento e à sua cobertura outros pormenores, retrabalhando essa dialética e obtendo, pelas condições que envolvem uma transmissão simultânea, outras características.

Com público estimado em mais de 700 milhões de telespectadores⁷, a final de um campeonato mundial de futebol é o evento considerado o de maior audiência quando o assunto é televisão. Trata-se, como diz Katz (1993), de um acontecimento cuja ubiquidade de seu “sentido de ocasião” possui, entre outros atributos, uma dimensão ritualística, “carregado de emoções ou símbolos”. Apesar de o autor relativizar tais características quando se toma por objeto os jogos de futebol, há, especificamente nesse caso, a “insistência comunitária” de que se “abandone funções e compromissos a favor dele”. Nas palavras de Katz (1993, p. 54), “pare com tudo e junte-se a nós na construção da história” seria o “tema constrangedor”, de um ponto de vista cognitivo ou pragmático que envolveria um acontecimento dessa ordem. Nesse sentido, a construção de uma atenção que envolve tais eventos, elencaria seis condições necessárias (KATZ, 1993, p.54): “(1) a transmissão ao vivo, (2) de um acontecimento pré-planeado, (3) enquadrado no tempo e no espaço, (4) pondo em destaque um grupo ou uma personalidade heróica, (5) com grande significado dramático ou ritual, e (6) a força de uma norma social que torna o acto de assistir obrigatório”; não sendo estas condições exatamente suficientes, mas no mínimo básicas para o “sucesso” do acontecimento e da manutenção de sua audiência.

Na tipologia criada pelo autor, o campeonato mundial de futebol seria um “acontecimento-competição”, onde rivalidades tradicionais “são postas em prática perante audiências de centenas de milhões, mas estas rivalidades estão sujeitas a regras partilhadas e

⁷ Fonte: <http://pt.fifa.com/aboutfifa/worldcup/index.html>. Acesso em 20 de junho de 2012.

obrigatórias⁸, e o sentido do que há em comum tem igualmente mais importância do que o “partidarismo” (KATZ, 1993, p. 53). Acrescentemos a tais condicionantes a dimensão sensível do sentido de comum, caracterizado por diversos fascínios do esporte sobre os povos, tais como os define Hans Ulrich Grumbecht (2007): o corpo, a performance, as formas.

No dia seguinte à final do mundial de 2010 e nos dias que se seguiram a ele, o relato sobre a vitória da seleção espanhola trouxe à tona, segundo a ordem jornalística do dia, vários fatores dentre os mencionados acima apontados por Katz, bem como aqueles da ordem da memória. No entanto, estes mesmos aspectos apareceram a partir de certas especificidades. Aquelas marcadas não apenas pela natureza da vitória e da singularidade do acontecimento em si (seja pelo duplo ineditismo, por exemplo, como apontávamos acima, seja pelos detalhes da partida e do confronto entre as duas equipes envolvidas), mas também pelos elementos propriamente “espanhóis” que se casaram à leitura futebolística da conquista da Copa do Mundo pela seleção e que, materializados na imprensa, permitiram ver como ela trabalhou simbolicamente em torno de outros valores, criando representações sobre representações (culturais) e sobre outros acontecimentos que dividiam o espaço no noticiário com este acontecimento principal.

Nesse contexto, em se tratando da conquista da Copa do Mundo pela Espanha, saltou na cobertura impressa sobre o “acontecimento-competição”, para além de seus condicionantes básicos, uma visualidade distinta, contextualizada. A maciça presença fotográfica programada para a cobertura do vencedor, no país do vencedor, foi realizada. Os jornais espanhóis inundaram suas páginas de registros visuais do feito. E no conjunto dessas mesmas fotos, tendo *La Roja* como protagonista, uma maré vermelha se forma e inunda as páginas dos jornais de outras sequências que dialogam com o evento, mas o conotam de outras formas. Outra duplicidade aparece, a do vermelho como elemento referencial, mas também a do vermelho como contexto, criando um *studium* cromático, para lembrar os dizeres de Barthes (1984), que faz sangrar nos jornais a notícia principal, manchando as demais notícias por um cromatismo que, se perceberá, não está somente nela. Dos heróis e dos símbolos nacionais à cor, pela fotografia, vem a pergunta que conduz a sequência do texto: o que tem de editorial a cobertura de um acontecimento-competição? Ou, mais especificamente: como a cobertura da vitória espanhola na Copa do Mundo de 2010 mostra uma conquista e, ao mesmo tempo, a maneira como ela dialoga e incide sobre a temporalidade e a forma noticiosa de todo um veículo? O jogo que ultrapassa a

⁸ Em outro texto (1995), Katz, na companhia de Dayan, afirma: “las competiciones son una pista de pruebas para la construcción de instituciones sociales basadas en normas” (p. 31).

referencialidade fotográfica coloca em cena uma estética definidora de uma identidade jornalística, uma maneira de ser pelo fazer, que também é ideológica.

As fotografias sobre a vitória em *ABC* e *El País*

As capas de dois dos principais diários impressos de Madri (Figura 1 e Figura 2), no dia 12 de julho de 2010, estão ocupadas pela imagem de uma mesma ação, recortada e relatada por distintos ângulos. No centro de ambas, o goleiro e capitão da seleção espanhola Iker Casillas ergue a chamada “Taça FIFA”, entregue aos campeões da Copa do Mundo de Futebol. O arqueiro, todo de verde, tem à sua volta seus companheiros de equipe, portando camisas vermelhas, já estreladas no peito, com a menção à vitória da seleção. As manchetes das fotografias nomeiam o feito dito histórico de diversas formas e sintetizam a ideia já figurada: *La Roja* é campeã do mundo. *La Roja*: um país e uma equipe. Espanha campeã, jogadores campeões. E o ato de erguer a taça sobre a cabeça e entoar um grito coletivo, erguendo os braços, transfere este gesto do imaginário relacionado à conquista futebolística para um “novo” protagonista. Visualmente, a taça está transferida e as imagens inéditas que eternizam e entronizam esse ritual e seus sujeitos principais, ocupando o centro das primeiras páginas do *El País* e do jornal *ABC*, dão o tom da cobertura desse acontecimento.

No dia 12 julho, *El País* e *ABC* constroem narrativas cujos conteúdos dotam-se de uma positividade que serve de “valor-notícia” para o enredar de suas páginas e dos assuntos aparentemente diversos que as ocupam. Nesse dia, dia seguinte à vitória da seleção, há uma atitude de exaltação que perpassa, majoritariamente, o relato da conquista, atestando o olhar de proximidade do jornal – jornais espanhóis, da capital espanhola – na construção dos discursos visuais e verbais que tratam do assunto, interferindo, inclusive, na escolha dos assuntos. O “11-J” [11 de julho], como faz menção a capa do *ABC*, entra para a história da Espanha. E os jornais do dia 12 também. O espaço dado à cobertura e os sentidos que carregam o fato incidem sobre a transformação e criação de uma temporalidade noticiosa específica. Da obrigatoriedade do ver que trazia o evento – a competição durante o seu desenrolar –, a cobertura do dia seguinte, impressa trouxe para sua materialidade a obrigatoriedade de um dizer, de um distinto dizer, que fez dos jornais, eles mesmos, artefatos históricos sobre a, também histórica, conquista.

Seja no âmbito jornalístico, seja no imaginário acerca do futebol, há sobre a conquista de uma Copa do Mundo uma latência que por si só indica seu destaque. Uma latência, entretanto, que não traz consigo a imanência de temas e conteúdos, já que estes serão transformados pelas particularidades que cercam o acontecer em questão.

Da capa do *El País* do dia 12 de julho até o caderno de “Esportes”, onde se concentra a maior parte do material jornalístico sobre “a vitória”, somos guiados por anúncios de ode à conquista, lançando, por meio do jogo típico do discurso publicitário, pistas do que encontraremos na cobertura esportiva. Assim como também o fazem os textos de opinião e os textos editoriais, criando um *dégradé* informativo híbrido cujo cume é, ele mesmo, um outro *dégradé*, delimitado pela grade de uma seção específica, “Deportes”, na qual o olhar sobre *La Roja* corrobora a perspectiva que já lhe é endereçada na capa. Com o *ABC* o mesmo acontece, respeitando outros pormenores. A oscilação informação e publicidade está estabelecida após capa, pela seção “Enfoque”, que sintetiza as principais notícias do dia e dá amplo destaque à vitória da seleção. Nas páginas subsequentes, permeando-se o trajeto por anúncios – e antes que se chegue à seção “Deportes” –, a seção “Madrid”, a seção “Economia” e a seção “Toro” (especializada em touradas) vão encadeando figurativa e plasticamente, sobretudo pela incidência do vermelho, a presença de *La Roja* e seus significados latentes no e para o dia.



Figura 1



Figura 2

Assim, nos caminhos que perfazem os jornais, forma-se um feixe no qual, se destacamos palavras e imagens, saltam aos olhos a condução cromática desse processo, metaforizado pela denominação da equipe, materializado pelas cores que vão manchando o jornal e, principalmente, pelo alcançar do vermelho, que funciona tanto como montante e jusante desse fluxo. Durante o jogo da final, a Espanha jogou de azul. Logo após, para a premiação, vestiu vermelho. O azul viera para não confundir o vermelho com o laranja, cor do adversário e, ironicamente, mistura das cores da bandeira espanhola. E no dia 12, essa cor se mistura aos

outros tons do vermelho, como a mostrar o próprio controle de um domínio, que se faz aqui simbolicamente, e outras cores são destacadas.

Na seção “Enfoque” do *ABC*, uma manchete na página 44 – “*Rabia en La isla naranja*” – intitula a repercussão da derrota na Holanda e traz duas imagens de torcedores cabisbaixos, vestindo não apenas o laranja, mas o vermelho e o azul, cores da bandeira dos Países Baixos (Figura 3). Na página 53 do caderno de esportes do *El País*, outra manchete chama a atenção para a cor: “*Héroe color de hierba*”. Acompanhada da foto de Iker Casillas (Figura 4), o goleiro espanhol, cujo uniforme oficial é verde, o título realiza um duplo movimento, indicando para outra cor da seleção, aquela que também é a do gramado, do campo onde se celebrou a vitória e que, em espanhol, também é referido, entre outras maneiras, como *la hierba*, o que encontraremos nos editoriais de ambos os jornais.



Figura 3



Figura 4



Figura 5

As fotografias da partida e seus respectivos paratextos (títulos, legendas e notícias) mostram em um primeiro momento os “guerreiros de azul” (Figura 5, página 51, *El País*; Figura 6, página 86, *ABC*) e sua passagem à dimensão heróica, quando, então, já vestidos de vermelho (Figura 7, página 47, *El País* e Figura 8, páginas 78 e 79, *ABC*)⁹, são coroados e coroam a vitória, dimensionando a conquista e elevando o país à “retomada” de uma soberania mundial, algo politicamente explicitado em publicidade presente na publicidade da página 91 do *ABC* (Figura 9)¹⁰, algo também exaltado em artigo no caderno de Cultura do dia 13 de julho, do jornal

⁹ Como afirma Eulalio Ferre (2007, p. 292) em *Los lenguajes del color*, “el rojo, sin lugar a dudas, es el color de la guerra y de las luchas fratricidas. Es el color del revolucionario, del militar y del poder omnímodo, según se adopten sus diversos tonos”.

¹⁰ Segundo Francesco Screti (2011, p.4), “El fútbol ha tomado el relevo de la guerra en la representación de las naciones como conjunto de sujetos compitiendo por recursos limitados: de un ejército en lucha para garantizar a sus naciones territorios y

ABC, cujo título pergunta: “¿Qué pensaría Felipe II al ver la victoria de España?”. Nas fotografias do público e da torcida, o vermelho e seus espectros aparecem pela mancha que compõe as fotos de multidão, pelas camisas dos torcedores que aparecem em primeiro plano, pelas bandeiras e adereços que pululam nas imagens (Figura 10, página 12, ABC; Figura 11, página 58, *El País*). O vermelho e suas tonalidades despontam borrados, despontam em fogo. Um movimento incendiado que representa a explosão da torcida e, ao mesmo tempo, a metaforização da equipe em sua outra dimensão coletiva e personificada. O que é finalizado, também pela ótica da “conquista” ou “reconquista”, pela personificação de um vermelho mais sóbrio, em flâmulas e outros acessórios, nas imagens que trazem a família real (Figura 12, página 10, ABC).



Figura 6



Figura 7



Figura 8

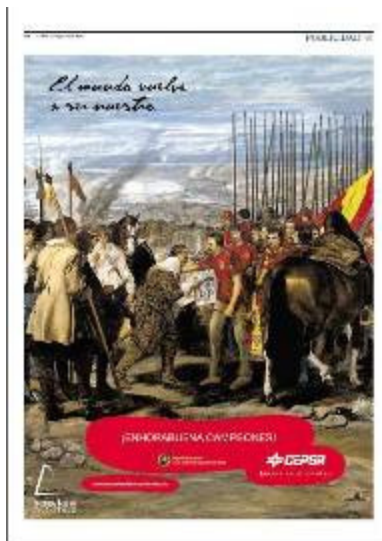


Figura 9



Figura 10



Figura 11

riquezas, se llega a un equipo en juego para garantizar a una audiencia un trofeo, que simboliza la escasez de recursos: hay un solo ganador y muchos perdedores.”



Figura 12



Figura 13



Figura 14

São essas duas dimensões que abrem as capas fotográficas dos dois jornais no dia 13 de julho. O *ABC* apresenta uma foto de membros da seleção no Palácio Real em Madri e o *El País* traz uma grande foto de plano aberto exibindo o desfile da equipe em meio à multidão nas ruas da capital espanhola; ambas as imagens referindo-se à chegada da equipe de futebol ao país. Em tais figuras, os “heróis de vermelho” são novamente exaltados (Figura 13 e Figura 14). Mas o retorno dos atletas torna-se também ensejo para o retorno da rotina jornalística, quando então, pelo vermelho que ainda permanece, outros vermelhos despontam e levam a uma percepção sobre outras facetas do mundial e do espectro cromático que dele emerge. Um espectro que é, para além do protagonismo de um acontecimento, “protagonisticamente” jornalístico.

O vermelho para além de *La Roja* e as tramas de um todo noticioso

Na página 12 da editoria “España” do *El País* do dia 13 de julho, a notícia de que serão mantidas as tropas espanholas no Afeganistão em 2011 está acompanhada de uma foto de soldados espanhóis portando trajes de guerra, camuflados, e vestidos, por cima dessa roupa, com as camisetas da seleção. Segundo a legenda da foto, comemoravam, na sede da ONU no Líbano, a vitória nacional no domingo dia 11 de julho. O ambiente, noturno (Figura 15), é de festa, com uma bandeira da Espanha sendo agitada, pessoas sorrindo e se abraçando. Trata-se, portanto, de uma notícia pontual, mas cujo gancho jornalístico manteve-se atrelado ao dia anterior e ainda ligado ao “clima” de euforia que tomou conta do país. O mesmo gancho encontramos em notícia da página 22, da também editoria “España”, agora do jornal *ABC*, em informação sobre a região da Catalunha e suas questões políticas, tendo como mote as bandeiras, nacional e regional, e a

maneira como ambas estiveram presentes nas ruas de Barcelona no domingo. A notícia é acompanhada de duas fotografias (Figura 16)¹¹.

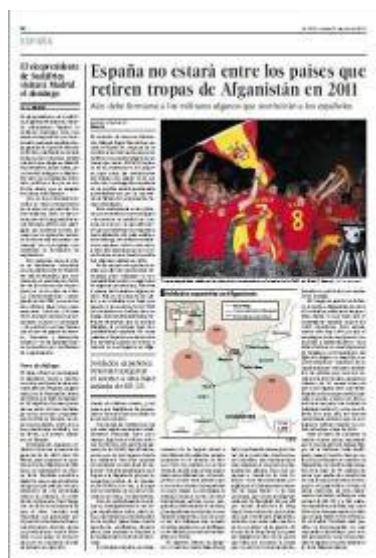


Figura 15



Figura 16

No entanto, mais uma articulação com o mundial salta dos jornais do dia 13 de julho. Trata-se de um outro acontecimento, de grande repercussão para a pauta da imprensa do mundo inteiro, também ocorrido no domingo e, portanto, passível de ser noticiado na segunda-feira, mas somente dito e visibilizado na terça. Algo do ponto de vista jornalístico não menos importante do que o primeiro (a conquista do mundial pela Espanha) e, por tal motivo, improvável de ser eliminado da agenda noticiosa. Referimo-nos ao massacre de civis em Uganda, descrito como uma carnificina cruel executada pelos agentes da milícia islamita somali Al Shabab. Acontecimento trazido pelos jornais a partir de imagens impactantes, como é comum na representação da violência extrema, e, também, reveladoras da seriedade do problema, expondo a urgência de demanda e de uma mobilização mundial para a solução do conflito, “globalizando”, pois, uma outra questão.

Os jornais expõem três imagens similares, duas no periódico *ABC* e uma no *El País*. As fotos que integram a seção “Internacional” de ambos os meios apresentam o registro de um grupo de mortos, dentre os cerca de 70, em massacre duplo assumido pela milícia, ligada à rede Al Qaeda, em dois lugares da capital de Uganda, Kampala: um restaurante somálio e um campo

¹¹ Como lembra Screti (2011, p.8), referindo-se aos imbricamentos dos movimentos separatistas no interior do Estado espanhol e sua relação com a Copa do Mundo: “La selección española no solo há eclipsado con sus triunfos a las manifestaciones independentistas, restándoles visibilidad y eco en los medios, sino que las ha acallado, neutralizando su discurso, al demostrar que “la unión hace la fuerza”, tanto más que, por ironía de la suerte, todos los goles –incluso el de la victoria en la final– los han marcados jugadores del Barça, aunque no son todos catalanes”.

de rúgbi. Durante os atentados, as vítimas assistiam ao jogo do mundial realizado na África do Sul em imagens divulgadas em telões. O cruzamento da notícia com a Copa do Mundo já se efetiva, portanto, pela relação entre os crimes e o ato de assistir aos jogos, criando um elo fundamental entre eles. Apenas o jornal *El País* (Figura 17, página 2), no entanto, já faz essa articulação na manchete (“*Al Qaeda golpea el Mundial en Uganda*”), numa metáfora evidente do valor político do ato, em face da justificativa de “infidelidade” dos assistentes, em sua maior parte islâmicos, adotada pelo grupo terrorista. No jornal *ABC*, o título refere-se diretamente ao fato praticado, sem alusão, a não ser na matéria verbal, ao mote ideológico assumido pelos criminosos (“*Matanza de Al Qaeda en Uganda*”).

A escolha do *El País* recaiu sobre uma imagem de ângulo mais fechado, com ampliação dos campos de profundidade, o que impulsiona à leitura vertical da mesma, do primeiro plano ao último, passando pelas instâncias intermediárias. Nesse percurso do olhar se projetando ao longo da foto, o primeiro plano foca-se no homem morto, paralisado em seu ato de estar sentado assistindo ao jogo, mas com a cabeça pendendo para baixo e voltada para a frente, de olhos abertos. Embora dirigido à câmera, seu olhar está perdido em algum ponto, anunciando o momento da morte e o corte brusco do movimento. Ele traça uma camisa branca completamente maculada pelo sangue, em tom de vermelho vivo, e é a partir dessa cor de destaque que seguimos pela próxima figura, logo atrás e abaixo do primeiro, estendido no chão, portando camiseta igualmente clara e manchada de sangue, em vermelho claro. O terceiro homem, ou a terceira zona cromática vermelha da imagem, cujo corpo está estirado ao fundo, porta camiseta preta com detalhe frontal em vermelho escuro, desde a gola até a parte de baixo da indumentária, que se assemelha, a princípio, à mancha de sangue no peito. Este sujeito aparece em destaque na foto do jornal *ABC*, à página 32 da seção “Internacional” (Figura 18), configurando a única alusão ao sangue na foto, de ângulo mais aberto, e com predomínio e meios tons de cinza.

No mesmo periódico, à página 12 da seção “Enfoque” (Figura 19), outra foto, de um homem ferido sendo carregado para dentro de uma ambulância, expõe novamente o contraste entre uma camiseta branca e manchas de sangue.

Há uma diferença de tonalidade do vermelho, assim como de distância da tomada, na forma de expor as imagens entre os dois periódicos. Na foto de *El País*, como mencionamos, o contraste é entre branco e vermelho vivo, e as vítimas, mortas, estão em primeiro plano gerando forte efeito de presença; no *ABC*, os matizes divergem entre branco e vermelho escuro e a vítima, ferida e transportada para um hospital, está posicionada mais distante, no centro da imagem, enquadrada num plano de conjunto. Ou seja, enquanto a foto de *El País*, usa o recurso mais próximo ao foto-choque, de proximidade com o resultado da violência e exposição do

sangue (Figura 17), o *ABC* o posiciona em maior alcance, orientando seja uma trajetória horizontal pela imagem (Figura 18), que passa pelo tom vermelho da camiseta em referência à cor do sangue, na fotografia da matéria principal, seja para o movimento semicircular de leitura da imagem, que remete à ideia do movimento para o socorro, acompanhada ao fundo pelo registro da mídia (Figura 19). É importante ressaltar que *El País* traz a notícia com a foto (Reuters) na página 2 da seção “Internacional”, dotando-a de destaque em relação ao todo do periódico. No *ABC*, uma foto (AFP), está na página 32 da seção “Internacional” e outra (Reuters) na página 12 do “Enfoque”.



Figura 17



Figura 18

A oposição vermelho vivo x vermelho escuro não parece significativa no âmbito do jornal como um todo, pois se integra aí à cor que tinge a superfície de suas páginas com a evocação generalizada da vitória de *La Roja*. Na visada primeira é o grande borrão de nuances do vermelho da vitória se derramando pela mancha gráfica; em seguida, os pontos eventuais de alguns tons que remetem a eventos negativos são sobredeterminados pela leitura de uma outra categoria, a dentro x fora. Em outros termos, mesmo conotando a violência, lá fora, a cor vermelha deixa-se impregnar pela exaltação contaminante da ambiência interna, e colabora para a economia simbólica do sentido comemorativo do jornal que se tinge dos matizes da equipe vencedora. Nesse sentido, operam-se os sincretismos entre vivo e escuro, dentro e fora, graças ao

efeito libertador da Copa, que traz em sua esteira a condição da excepcionalidade, da comunhão (a despeito das diferenças) e de uma espécie de catarse da vida ordinária.

Quando se considera, porém, o contexto intermediário dos dois periódicos, a distinção entre o vermelho da euforia e o da disforia, expressos na intensidade do vivo e do escuro, da aproximação enunciativa ou da distância, adquirem pertinência para a definição das identidades visuais de cada jornal, porque podem ou não permitir leituras implícitas a esse vermelho monocromático, recuperando nele alguns valores referenciais diferenciados. O vermelho vivo tem o valor de presença agregado à sua percepção. Os traços “luminoso”, “claro”, “intenso”, o definem em sua particularidade de uma cor que se destaca no meio de outras, principalmente quando integrada ao negro, cinza e branco. É esse vermelho que se reatualiza a cada comemoração da vitória e da evocação dos vermelhos da Espanha: das touradas, do flamenco, da aristocracia espanhola, do corredor da Fórmula 1, do Santander, dos grandes pintores. A vinculação não é arbitrária neste trabalho; duas publicidades do banco Santander são elucidativas para legitimar nossa leitura. Uma tem como título “*Pasión por el rojo en el mundo*” (Figura 20) e a outra, referendando apoio à Fórmula 1TM anuncia “*La Fórmula 1TM AL ROJO VIVO*” (Figura 21). Obviamente, as formalizações visuais corroboram a intensidade do vermelho vivo.



Figura 19



Figura 20



Figura 21

O vermelho escuro, por outro lado, é um certo recuo do aspecto gritante da cor para, em vez de destacar-se, compor com outras, principalmente com o preto que, nesse contexto, a torna

mais “fechada”. O sangue ainda fresco não é escuro, é vivo, por isso a ênfase nesse tom em ambos os acontecimentos – nos tons da vitória e da violência, no caso de *El País* –, originam um processo de ruptura da atmosfera contagiante de alegria. Seus valores distintivos são recuperados, e o vermelho do sangue derramado no massacre de Uganda tem o efeito anulador daquele espriamento homogêneo do sentido festivo do vermelho “da Espanha”, observado principalmente nas edições do dia anterior (12 de julho). São os sentidos diferentes de uma cor, para além do valor simbólico de sua associação a uma equipe esportiva, passíveis de serem resgatados na leitura das notícias. Com esse procedimento, o periódico *El País* consegue demarcar sua posição editorial na cobertura dos fatos, rejeitando com sutileza a uniformidade aparente em que se converteu o universo pelo contágio do vermelho a tudo – “*Pasión por el rojo en el mundo*”. O mesmo caso não é observado no *ABC*, pelo fato de que ali a imagem tem outro enquadramento e tomada; o matiz vermelho define seja um detalhe de camiseta, seja o ferimento no peito, em tons mais fechados pelo predomínio dos meios tons.

Como explicar teoricamente o *insight* permitido na leitura de *El País* e que implicações têm para a identidade visual do meio?

Bricolagens e sincretismos: de *La Roja* a *El rojo*

Para abordar as identidades visuais construídas em produtos, marcas, processos comunicacionais e modos de vida da contemporaneidade, o semioticista francês e consultor em identidade visual no grupo DESIGN STRATEGY, composto de agências de design gráfico, comercial e industrial, Jean-Marie Floch, recorre a um conceito clássico da antropologia. Retoma de Lévi-Strauss a noção de “bricolage” (a partir da oposição que o antropólogo traçou entre *bricoleur* e engenheiro), definida como a mistura de componentes diversos na idealização de um objeto cultural que, embora apresentado com identidade própria, mantém de seus constituintes os traços originários. Talvez seja necessário distinguir dessa ideia aquela mais corrente hoje de hibridismo, normalmente convocada para contemplar combinações evidentes de dois ou mais elementos, originando figuras mistas, como ciborgues, monstros, etc. A identidade visual concebida por bricolagem implica a retomada de unidades já modeladas historicamente pela cultura, as quais, ao se integrarem, promovem novas conexões de sentidos, nem sempre imediatos, uma vez que exigem identificação de relações entre grandezas não evidentes no ato perceptivo. Obviamente, pode-se alegar que toda miscigenação resulta de imbricamentos, e o jornal é o espaço de *bricoleurs* por excelência, mas é esclarecedora a ressalva, a partir dos postulados de Claude Zilberberg (2004), de que são várias as modalidades de manifestação da

mistura, envolvendo nuances que vão da contiguidade, passam à mescla ou convertem-se em fusões (CAETANO, 2006).

Quando Lévi-Strauss definiu o conceito de bricolagem, identificou-o com base em suas investigações do “pensamento selvagem”. Percebeu, porém, que ele se estendia para além desse micro-universo e era “essencial no funcionamento do pensamento humano” (Apud FLOCH, 1995, p. 5). Suas “pequenas mitologias”, que inspiraram igualmente outra obra de Floch (*Petites mythologies de l’oeil et de l’esprit*, 1985, p. 15-16) expõem modos de conceber e representar os fenômenos simbólicos convertidos em chaves de leitura de culturas e processos comunicacionais.

Floch (1995) vislumbra, na sociedade moderna, a construção de identidades visuais, sobretudo na sociedade do espetáculo e do consumo, responsáveis pela outorga de um valor de tipicidade e distinção às coisas e às práticas. Assim, explica o “*face-à-face*” das logos *IBM* e *Apple*, o percurso dos discursos em uma publicidade das canetas *Waterman*, a dinamicidade dada pela marca de cigarro *News* em correlação com a atividade jornalística, a diferenciação entre fazer moda e fazer estilo nas vestimentas *Chanel* e, em outra obra (1991), a identidade editorial das séries acadêmicas da editora PUF, dada pelas capas de suas publicações.

É esse espectro de possibilidades, contemplado pela noção de identidades visuais, que imprime às análises de Floch alcance maior do que aquele caracterizado como ferramentas de marketing, para situá-las no âmbito de uma compreensão afinada de escolhas culturais, conscientes e inconscientes, e definidoras de uma posição subjetiva: “Sujet énonciateur, le bricoleur va tout d’abord se révéler dans l’identification qu’implique de fait le choix de ses matériaux et des figures qu’il convoque” (FLOCH, 1995, p. 7). Por isso, sua trajetória investigativa serve-nos agora não só de referência teórica, mas também de mote para a leitura do processo editorial, inscrito no exemplo do jornalismo, como uma espécie de bricolagem, aquém e além de posturas assumidas com evidência, de que derivam virtualidades significativas suscetíveis de serem apreendidas pelo jornal – em sua totalidade de sentido e no entretexto midiático, como desencadeador de isotopias semânticas e temático-figurativas para a definição de uma identidade visual.

Os ingredientes da mistura são evidentes nas imagens analisadas: trata-se de uma amostragem pela excelência do exemplo em que circunstâncias histórico-culturais (copa do mundo de 2010), delimitação espacial (Espanha como campeã), nome da seleção ganhadora (*La Roja*) e recorrência de uma cor (o vermelho ou “*el rojo*”) se entretecem na superfície de cada página, contaminam todas os cadernos e matérias, textos, imagens, gráficos e desenhos, neutralizando oposições entre a publicidade e a informação, e gerando sincretismos semânticos

(de conteúdos), narrativos (de enredos) e temático-figurativos (de temas e figuras verbais e não-verbais). A diluição dos traços opositivos nesse caso é óbvia e recorrente.

Um outro conceito, portanto, vem se associar ao de bricolagem – o sincretismo, que se explica pelo processo de diluição de certas especificidades dos objetos na criação de uma totalidade de sentido, e no caso do jornal tem sua enunciação sincrética realizada pela edição e montagem (FIORIN, 2009). “Bricolar”, portanto, pressupõe não apenas misturar ou acrescentar, como pode se supor à primeira vista. Os novos objetos, resultantes da bricolagem, envolvem tessituras orgânicas, de feixes de traços que se enriquecem mediante a intersecção de outros campos, ao mesmo passo que perdem algo de sua especificidade em prol de uma nova unidade de sentido. Esta guarda em si os rastros das grandezas que as originam, expõe as marcas de um sujeito que organiza a trama discursiva e suscita outros sentidos, propícios a fazer re-ler o todo constituído, a re-ver o mundo representado e, com isso, re-definir a identidade do meio que a veicula. Nos objetos em exame, os jornais são tingidos de vermelho e manifestam a iteração da atmosfera positiva que envolve a Espanha, a despeito das diferenças e dos conflitos. Em várias matérias verbais, esse efeito apaziguador do esporte, que sobrepuja as dissidências em favor de uma trégua temporária e de uma sensação de coro comunitário, está desenvolvido. No jornal *ABC*, por exemplo, à página 12 da seção “Enfoque”, logo abaixo da imagem da matéria de Uganda examinada, está a foto (Figura 19) de um abraço efusivo entre o Presidente do Banco Central Europeu e a Vice-Presidente Econômica da Espanha, antes da reunião da Ecofin, justificado ironicamente pelo editorial como sendo possível apenas nas circunstâncias do campeonato, ou seja, no espaço-tempo da suspensão dos problemas da vida cotidiana referidos anteriormente: “Solo bajo el prisma de lo prodigioso puede interpretarse que la misma institución que tantos tirones de oreja ha dado al Gobierno de Zapatero por su inexistente política económica lanzase ayer sus manos, no a las orejas, sino a los hombros de Elena Salgado”.

No entanto, no fenômeno do sincretismo algo de importante pode acontecer, como bem explica José Luiz Fiorin (2009, p. 26-27), fundamentado no semioticista dinamarquês Louis Hjelmslev, qual seja, o ato de dissolver o processo de neutralização, recuperando certas especificidades de cada objeto e os tipos de contratos que cada mídia estabelece com seus leitores. (CAETANO, 2009). Longe de configurar uma contradição, o fato é sintomático dos processos de renovação dos discursos, sustentados não só na competência criativa dos sujeitos, como também no próprio aspecto criador das linguagens.

É assim que compreendemos a inserção de um novo sentido ao vermelho vivo dado à foto do massacre de Uganda na página do *El País* no dia 13 de julho, portanto, após o tingimento

monocromático da imprensa local. A intensidade e luminosidade do vermelho, similar ao das imagens da vitória, rompem com a isotopia do campeonato e resgatam a cor em sua particularidade de ser várias coisas ao mesmo tempo, ou seja, antes de ter um valor simbólico *a priori*, conforma-se com as variantes contextuais dos acontecimentos, ao mesmo passo que os ressalta no conjunto de outras notícias. Desfaz-se aqui o contágio de *La Roja* e especificam-se os vermelhos da vida e da morte. O fenômeno não é tão evidente no *ABC*, em especial pelo fato de que o vermelho vivo em sua superfície deixa-se apreender no espaço monopolizado por *La Roja*.

Posicionando-se assim, os dois periódicos em análise revelam a cor (entre outros aspectos) não só pelo seu valor diagramático, ilustrativo ou referencial. Pequenas bricolagens que são indicadoras de modos de ver e representar, nem sempre estrategicamente calculados, situando o espaço da linguagem e da comunicação como o micro-universo das tensões político-culturais passíveis de serem formalizadas em processos editoriais, em que o sincretismo e sua possível dissolução dão existência ao jornal, pelo acontecimento, como um sujeito enunciador, e o dotam de uma identidade.

Referências

- BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. *Rio de Janeiro*: Nova Fronteira, 1984.
- BERGER, Christa; TAVARES, Frederico. M. B. Tipologias do acontecimento jornalístico. In: Márcia Benetti; Virgínia Fonseca. (Org.). **Jornalismo e acontecimento: mapeamentos críticos**. 1 ed. Florianópolis: Insular, 2010, v. 1, p. 121-142.
- CABO, Álvaro V. G. T. P. Memória e Representações coletivas nas Copas do Mundo - Um panorama teórico. **Anais do XXXIV INTERCOM** - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 2011. v. 34. p. 1-15.
- CAETANO, Kati. A propósito de um sincretismo intermediático. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de & TEIXEIRA, Lucia. (Orgs.). **Linguagens na comunicação**: desenvolvimentos da semiótica sincrética. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 247-268.
- CAETANO, Kati. A organização espacial da mestiçagem nas mídias: jornais, fotocollagens e fotografias pós-modernas. **Revista Olhar**, São Carlos/SP, vol. 14, p. 1 – 16, 2006.
- DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. La historia en directo. **La retransmisión televisiva de los acontecimientos**. Barcelona: Gustavo Gilli, 2005.
- FERRE, Eulalio. **Los lenguajes del color**. Editorial Fondo de Cultura Económica: México, 2007.
- FIORIN, José Luiz. Para uma definição das linguagens sincréticas. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de & TEIXEIRA, Lucia. (Orgs.). **Linguagens na comunicação**: desenvolvimentos da semiótica sincrética. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 15-40.
- FLOCH, Jean-Marie. **Identités visuelles**. Paris: PUF, 1995.

FLOCH, Jean-Marie. **Petites mythologies de l’oeil et de l’esprit**: pour une sémiotique plastique. Paris/Amsterdam: Éditions Hadès-Benjamins, 1985.

FLOCH, Jean-Marie. **Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les strategies**. Paris: PUF, 1991.

GASTALDO, Edison. L. O “país do futebol” mediatizado: mídia e Copa do Mundo no Brasil. **Sociologias** (UFRGS), v. 22, p. 352-369, 2009.

GASTALDO, Edison; LEISTNER, Rodrigo. "A Mais Gaúcha de Todas as Copas": identidades brasileiras e imprensa esportiva na Copa do Mundo. **Interin** (Curitiba), v. 1, p. 1/06-16, 2006.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da beleza atlética**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

KATZ, Elihu. “Os acontecimentos mediáticos: o sentido de ocasião”. TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993. p. 34-51.

POLLACK, Michael. Memória, esquecimento e silêncio. In **Estudos Históricos**. v.2, n.3. Rio de Janeiro: FGV, 1989.

SCRETI, Francesco. Fútbol, Guerra, Naciones y Política. **Razón y Palabra**, v. 74, p. 1 – 10, Noviembre 2010 – Enero 2011.

SOUTO, Sérgio. **Imprensa e memória da Copa de 50**: a glória e a tragédia de Barbosa. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2002.

TEIXEIRA, Lucia. A organização espacial da mestiçagem nas mídias: jornais, fotocolagens e fotografias pós-modernas. **Revista Olhar**, São Carlos/SP, nº 14, ano VIII, 1º semestre, 2006.

ZILBERBERG, Claude. As condições semióticas da mestiçagem. In: CAÑIZAL, Eduardo & CAETANO, Kati. **O olhar à deriva**: mídia, significação e cultura. São Paulo: AnnaBlume, p. 69-101.