



Bruna Grassi de Miranda

DILMA ROUSSEFF da Ditadura Militar ao Facebook

A Construção da Imagem do Indivíduo na Política

Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientada pela Doutora Isabel Maria Ribeiro Ferin Cunha, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

DILMA ROUSSEFF da Ditadura Militar ao Facebook

A Construção da Imagem do Indivíduo na Política

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Dissertação de Mestrado
Título	DILMA ROUSSEFF da Ditadura Militar ao Facebook – A construção da Imagem do Indivíduo na Política
Autor/a	Bruna Grassi de Miranda
Orientador/a	Isabel Maria Ribeiro Ferin Cunha
Coorientador/a	
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Comunicação
Especialidade/Ramo	Jornalismo/Fotojornalismo
Data	2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Agradecimento

Agradeço a Deus pela oportunidade da vida. Aos meus familiares pelo amor e apoio incondicional, sem os quais minha estada em Portugal não seria possível. À Dr^a Isabel Ferin por toda a sua sabedoria, ensino, atenção e dedicação.

Muito Obrigada!

A máscara não é necessariamente o que esconde a realidade.
Patrick Charaudeau, *O Discurso Político*

Resumo

A dissertação que apresentamos intitulada “Dilma Rousseff da Ditadura ao Facebook: a construção da imagem do indivíduo na política” propõe analisar a construção da imagem da presidente do Brasil, um ator político, através do fotojornalismo brasileiro. Um dos objetivos principais desta análise é compreender como o passado e a sua trajetória política se refletem na sua imagem pública atual. Com o objetivo de compreender este percurso no fotojornalismo, traçamos uma breve história da ideia de imagem, bem como da fotografia e do fotojornalismo, salientando as mudanças tecnológicas e de percepção que operaram. Jacques Aumont, Martine Joly, Walter Benjamin, Gisèle Freund, Roland Barthes, Susan Sontag e Lucia Santaella, são alguns dos autores que compõe o processo de análise e interpretação das imagens. Para a compreensão da percepção do indivíduo e de sua realidade, trazemos os teóricos Jakob von Uexküll e Maurice Merleau-Ponty. Recorremos, em seguida, às teorias e conceitos que abordam o discurso político, com vista a compreender as interrelações entre este e a imagem, para tal destacamos dois autores: Hannah Arendt e a sua concepção de poder e ação e Patrick Charaudeau, no que toca ao discurso enquanto mediador. Para aproximar o fotojornalismo dos novos *media* e do novo espaço público digital, trazemos os conceitos de “cibercultura” e “ciberdemocracia” abordados por Pierre Lévy. Para o desenvolvimento da pesquisa optamos por seguir os métodos não interferentes propostos por Clara Pereira Coutinho os quais consistem em técnicas de recolha de dados sem interferir no ambiente. Por fim, apontaremos para as transições das imagens de Dilma Rousseff em seu percurso de militância política.

Palavras-Chave: Dilma Rousseff; Fotojornalismo; Brasil; Ator Político; Imagem.

Abstract

The present dissertation entitled “Dilma Rousseff from Military Dictatorship to Facebook: the construction of the image of the individual in politics” proposes the analysis of the image construction of the Brazilian President, a political actor, through the Brazilian photojournalism. The main goal of this analysis is to understand the implications of her past and political career on her current public image. In order to understand this context in photojournalism, we present a brief idea of the image the photography and photojournalism, highlighting the technological and perceptual changes that operated. Jacques Aumont, Martine Joly, Walter Benjamin, Gisèle Freund, Roland Barthes, Susan Sontag and Lucia Santaella are some of the authors whose ideas are useful to the process of analyzing and interpreting images. The theoretical work of Jakob von Uexküll and Maurice Merleau-Ponty will be specially useful to understand the individual’s perception and their reality. On the following part, we use theories and concepts that treat the political discourse in order to understand its connections to elements of image. In this point, we emphasize Hannah Arendt’s conception of power and Patrick Charaudeau’s conception of the discourse as mediator. The concepts of “cyberspace” and “cyberdemocracy”, provided by Pierre Lèvy, will be applied to approach the photojournalism theories and this new media and new digital public space. To develop the research, we chose to follow the non-interfering methods proposed by Clara Pereira Coutinho that consist in data collection techniques without interfering with the environment. Finally, we address the image transitions of Rousseff on her political activism.

Key-Words: Dilma Rousseff; Photojournalism; Brazil; Political Actor; Image.

Lista de Figuras

Figura 01 – Vista Pela Janela	5
Figura 02 – Tropas Australianas	7
Figura 03 – Enfermeiras Canadenses	7
Figura 04 – Morte de um Miliciano	11
Figura 05 – Queda Torres Gêmeas (EUA)	12
Figura 06 – Layout Canadian War Museum	16
Figura 07 – Hipérbole Fotográfica Dilma Ditadura	20
Figura 08 – Hipérbole Fotográfica Dilma Ditadura II	20
Figura 09 – Hipérbole Fotográfica PT	23
Figura 10 – Hipérbole Fotográfica Dilma Discurso	23
Figura 11 – Hipérbole Fotográfica Dívida Brasil versus Entretenimento	38
Figura 12 – #VEMPRARUA	41
Figura 13 – Movimento Social	42
Figura 14 – Ex-Presidentes e Dilma: Homenagem Nelson Mandela	72
Figura 15 – Dilma em Campanha Eleitoral: Carisma	73
Figura 16 – Dilma em Campanha Eleitoral: Carisma II	75
Figura 17 – Dilma em Campanha Eleitoral: Contato População	75
Figura 18 – Alckmin e Serra	78
Figura 19 – Dilma e a População	79
Figura 20 – Marina Silva em Comício	80
Figura 21 – Dilma Bolada sobre as manifestações	83
Figura 22 – Dilma Bolada Março 2014	83
Figura 23 – Dilma Rousseff Facebook em Novembro de 2013	84
Figura 24 – Dilma Rousseff em Maio 2014	84
Figura 25 – Dilma Bolada 07 de Janeiro	85
Figura 26 – Facebook Estadão	86
Figura 27 – Registro documentos AAPSP	91
Figura 28 – AAPESP	95
Figura 29 – AAPESP verso	95
Figura 30 – Imagem Editada Publicada	95
Figura 31 – Militares/AAPESP	96
Figura 32 – sugestão de edição	96
Figura 33 – Movimento Social Ditadura / AAPESP	97
Figura 34 – Movimento Social Ditadura II	97
Figura 35 – Militares e População / AAPESP	98
Figura 36 – Militares /AAPESP	98
Figura 37 – Movimento Social Admiração Trabalhadores/AAPESP	99
Figura 38 – Líder Estudantil Vladimir Palmeira/Acervo Folha SP	100
Figura 39 – José Dirceu, 1968/Acervo Folha de SP	101
Figura 40 – Greve Operários Fiat/AAPESP	102
Figura 41 – Greve Operários Fiat verso	102

Figura 42 – Movimento Social 1979/AAPESP	103
Figura 43 – Movimento Social 1979 verso	103
Figura 44 – Movimento Social Trânsito/AAPESP	104
Figura 45 – Movimento Social Trânsito	104
Figura 46 – Militares e População, 1979/AAPESP	105
Figura 47 – Militares e População, 1979 verso	105
Figura 48 – Greve dos Metalúrgicos/AAPESP	106
Figura 49 – Greve dos Metalúrgicos, verso	106
Figura 50 – Lula após Greve Metalúrgicos / AAPESP	107
Figura 51 – Lula após Greve Metalúrgicos verso	107
Figura 52 – Rebelião Popular / AAPESP	108
Figura 53 – Aglomerado Civil e Polícia Militar	108
Figura 54 – Movimento Social / AAPESP	109
Figura 55 – Movimento Estudantil / AAPESP	109
Figura 56 – Funeral de Josef Stalin / AAPESP	110
Figura 57 – Funeral de Josef Stalin, verso	110
Figura 58 – Tancredo Neves/AAPESP	111
Figura 59 – Dilma Rousseff ficha cadastral / AAPESP	112
Figura 60 – Dilma durante interrogatório/Acervo Folha SP	113
Figura 61 – Título Eletoral/ Acervo Folha SP	113
Figura 62 – foto Oficial Campanha/ G1	116
Figura 63 – Juventude PT/Acervo O Globo	117
Figura 64 – Dilma abraça eleitores/Terra	118
Figura 65 – Mãe do Povo/Universo Online	119
Figura 66 – Campanha PT, Lula e Dilma/Universo Online	120
Figura 67 – Campanha Eleitoral Dilma Café/ Universo Online	121
Figura 68 – Capa Folha de São Paulo/Acervo Folha de SP	122
Figura 69 – Matéria Veja/Acervo Veja	123
Figura 70 – Capa Veja, Dilma Câncer/Acervo Veja	124
Figura 71 – Capa Veja, Dilma fevereiro 2010	124
Figura 72 – Capa Veja, Edição Extra/Acervo Veja	125
Figura 73 – #SOSVENEZUELA/Acervo Veja	126
Figura 74 –Dilma Caminhada Oficial	129
Figura 75 – Dilma Bolada Discurso	129
Figura 76 – Dilma Bolada, “Divando”	130
Figura 77 – Dilma Bolada Audiovisual	130
Figura 78 – Dilma Bolada sobre Manifestações	131
Figura 79 – Dilma Bolada, “Boladíssima”	131
Figura 80 – Dilma Rousseff, comunidade	133
Figura 81 – Dilma Rousseff, “Minha Casa, Minha Vida”	133
Figura 82 – Dilma Rousseff, PAC 2	134

Sumário

Introdução	1
CAPÍTULO PRIMEIRO – Contextualização Histórica (fotografia)	4
1. 1816-1945: de Nicéphore Niépce a Hitler – Do nascimento da fotografia ao nascimento do fotojornalismo na Alemanha	4
1.2. As Fotografias da Primeira Guerra Mundial: Emissores e Receptores	13
1.3. Hipérboles Fotográficas: uma produção dos atores sociais.....	17
1.4. Elementos da Imagem Fotográfica – Análises e Representações.....	22
1.5. A Imagem Fotográfica como Linguagem.....	25
1.6. Signo, Ícone, Significado, Significante, Mensagem, Emissor e Receptor	26
1.7. A decodificação da imagem fotográfica: análise e interpretação	28
CAPÍTULO SEGUNDO – Os <i>media</i> e a interferência na receptividade	32
2. Os <i>media</i> e a interferência na receptividade	32
2.1. O processo de produção de conteúdo icônico em redes sociais: Facebook Brasil	33
2.2. Divergências e Abordagens na produção e receptividade de conteúdos textuais icônicos em espaços oficiais Vs fictícios	39
2.3. A Memória Social na criação de Hipérboles Fotográficas	44
CAPÍTULO TERCEIRO – O Discurso Político na Fotografia.....	46
3. Sobre o Discurso Político	46
3.1. O Discurso Político e a Imagem: identificação, ideologia, representações sociais e sistemas de pensamentos	49
3.2. A Construção da Imagem do Ator Político	52
3.3. Imaginário Vs Imagem	52
3.4. Estratégias e Imagens dos Atores Políticos	54
3.5. A Fotografia como Instrumento Político	57
CAPÍTULO QUARTO – Dilma Rousseff da Ditadura ao Facebook	60
4. 1964 – 1985: A Ditadura Militar no Brasil – contextualização e questões elementares .	60
4.1. A Imagem da candidata a Presidência da República Dilma Rousseff (2010)	69
4.2. A Imagem de Dilma Rousseff no Facebook Brasil (FB).....	80
4.3. O percurso de Dilma Rousseff no fotojornalismo	87
4.3.1. Questões metodológicas	88

CAPÍTULO QUINTO – Dos Elementos Iconográficos: análise e interpretação do material coletado.....	93
5.1. Ditadura Militar 1964-1986.....	93
5.2. Campanha Presidencial de 2010.....	114
5.3. Imagem de Dilma Rousseff no Facebook Brasil (FB)	127
Considerações Finais	135
Referências Bibliográficas	138

Introdução

O presente trabalho “Dilma Rousseff da Ditadura Militar ao Facebook: A Construção da Imagem do Indivíduo na Política” propõe analisar o percurso da construção da imagem do ator político através de imagens produzidas no fotojornalismo brasileiro. Sobretudo, pretende-se verificar de que forma a sua imagem pública evoca momentos ou fragmentos de seu passado político. Assim, faz-se necessário perceber se a memória social coletiva está reduzida aos acontecimentos correntes, contemporâneos, ou se é resgatada para enfatizar ou reforçar críticas sociais, políticas, etc.

Dentre tantas variações e articulações possíveis para o sentido da palavra “imagem”, a fotografia se destaca enquanto registro social documental. Sendo assim, a escolha por esta linguagem permite uma abordagem histórica ao mesmo tempo em que propõe um diálogo direto com a contemporaneidade.

A fotografia configura sua relevância a partir de sua representação concreta sobre a realidade. A partir do momento em que o registro fotográfico possibilita conhecer um “novo mundo”, a percepção do que vem a ser o real é alterada (Marc Scheps, 1998: 4). A experiência de registrar e a de observar o registro são modificadas e passam a compor a essência do espectador (Aumont, 2009). Completam-se o espectador fotógrafo que assiste à realidade e apreende dela o que lhe punge (Barthes, 1984) e o espectador audiência que contempla a imagem fotográfica e lhe apreende os sentidos – ou as mensagens.

A atual Presidente do Brasil, Dilma Rousseff, chega ao final de seu mandato (dezembro de 2014). Optou-se por traçar o seu perfil desde o início em sua militância política no ano de 1969 (Amaral, 2011). Dilma, que passou pela prisão do DOPS¹ (Fico, 2001) na ditadura militar, foi eleita a primeira presidente mulher brasileira.

O seu percurso político tem sido alvo de diversos estudos e reflexões tendo em conta o seu alto índice de popularidade. Através do fotojornalismo, propõe-se aproximar períodos históricos e identifica-los, nomeá-los. Assim, para compreender o percurso da construção da imagem de Dilma Rousseff da Ditadura Militar ao Facebook, fez-se necessário uma contextualização histórica mais específica.

O Primeiro Capítulo, “Contextualização Histórica”, para além de a história da fotografia, traça o percurso da fotografia até o surgimento do fotojornalismo na Alemanha

¹ DOPS: Departamento de Ordem Política e Social. Teve sua criação em dezembro de 1924 pelo governo brasileiro, mas foi durante o regime militar (1964-1985) que teve maior atuação. Sua principal função era reprimir e controlar movimentos sociais contrários ao governo.

(Freund, 2010). Em seguida, apresentam-se elementos que compõem a imagem fotográfica em sua representação e análise (Joly, 2002: 2005) e discorre-se sobre o processo de apropriação de imagens do passado para a criação de hipérboles fotográficas. Com base na fenomenologia de Merleau-Ponty (1999) e da semiótica de Pierce (Santaella, 1983) o capítulo segue para a criação de uma grelha de análise de imagens. A descodificação da imagem fotográfica passará por uma análise e interpretação de seus elementos e aspectos.

O Segundo Capítulo, “Os *media* e a interferência na receptividade”, propõe compreender o processo de produção de conteúdo na rede social Facebook Brasil, passando por suas divergências e tipos de abordagens. Neste capítulo aborda-se, também, a ideia de “cibercultura” apresentada por Pierre Lévy (1997) para o entendimento de simulação como lugar central ao conhecimento. Em seguida, localiza-se o processo de imaginação e memória como faculdades partilháveis e mantenedoras de uma inteligência coletiva. A esta ideia de coletividade, Pierre Lévy (1997, 132-133) aponta para o desenvolvimento das comunidades virtuais como uma nova maneira de socialização. É traçada a ideia de coletividade virtual através do aumento da participação dos atores sociais no universo *online*, por meio de grupos de discussões, criações de *chat rooms* (espaços virtuais destinados à conversa), partilhas de conteúdos e participações ativas em fóruns de discussões e em redes sociais (como Facebook, Twitter, Instagram), dentre outras redes. Como forma de potencializar a difusão de conteúdos, os *media* utilizam o fundamento social do ciberespaço cuja ciberdemocracia possibilita a criação desta coletividade como comunidades virtuais, para promover a relação entre os atores sociais através da interatividade.

O Terceiro Capítulo tratará do discurso político na fotografia. Abordará o conceito de “máscara” apresentado por Patrick Charaudeau (2011) enquanto processo de identificação e representação social. Aproximará o discurso político da imagem, relacionando elementos e aspectos de interação, tais como ideologia, representações sociais, etc.. O capítulo discorrerá sobre a heterogeneidade proposta por Pierre Bourdieu (1989) no campo de ação do discurso, bem como falará dos elementos de eficácia política. Abordará a relação da imagem com o real e o valor de sua representação (Aumont, 2009).

O Quarto Capítulo, “Dilma Rousseff da Ditadura ao Facebook”, destina-se a contextualização do percurso histórico e político da Presidente. Começará por apresentar momentos relevantes do período histórico a ser percorrido nesta pesquisa. Posteriormente, tratará da imagem de Dilma enquanto ainda candidata à Presidência em 2010. As abordagens e estratégias políticas referentes à sua imagem também serão colocadas. Em

seguida, serão abordadas as imagens de Dilma na rede social Facebook, através de dois perfis, um fictício e o outro oficial. O capítulo contará ainda com a apresentação metodológica cuja escolha consiste em utilizar métodos não interferentes (Coutinho, 2013).

O Quinto Capítulo, “Dos Elementos Iconográficos”, traz as análises e interpretações do material coletado, de modo a apresentar os traços figurativos que compõe as imagens da Presidente Dilma Rousseff nos períodos pesquisados por meio do fotojornalismo. Por fim, apresentamos as nossas considerações finais.

CAPÍTULO PRIMEIRO – Contextualização Histórica (fotografia)

1. 1816-1945: de Nicéphore Niépce a Hitler – Do nascimento da fotografia ao nascimento do fotojornalismo na Alemanha

“Aquilo de que se sabe que logo não mais se terá diante de si, torna-se imagem”.²

(Benjamin *apud* Duarte, 1938: 369)

A História, em seus mais variados momentos, traz à luz diferentes maneiras de expressão, cada qual com particularidades condizentes ao seu tempo e espaço: físico, político, social, científico. É através da horizontalidade da História que o tempo define épocas, colore momentos, canoniza atos, ressalta pontos de partida à medida que a sociedade caminha. Eminentemente circunstancial e humana, a imagem fotográfica caracteriza-se pela necessidade de novos meios de registros do que seria a realidade. São os elementos que compõem a fotografia, as suas propriedades e linguagem, que retratam na imagem as transposições do real. A fotografia galga sua relevância a partir da compreensão de que toda imagem existe em função de um receptor.

O final do século XIX marca a História da Humanidade pelo forte processo de desenvolvimento industrial, sobretudo pelo advento do motor elétrico. Com a invenção do telefone³ e com a expansão das ferrovias, os mercados dilatam-se também pelas facilidades da comunicação. Em 1880, pela primeira vez na História, uma fotografia é reproduzida por meios mecânicos em jornal (Freund, 2010). A gravura em madeira era o suporte técnico desta reprodução da imagem⁴ (Mendes, 2013). Na América este procedimento recebeu o nome de *halftone*. O *Daily Graphic* de Nova Iorque é o primeiro jornal a publicar uma imagem destas. O título da “fotografia” seria *Shantytown*, ou ‘bairro-de-lata’ (Freund, 2010).

A palavra, “imagem”, recorre a fenômenos de dimensões distintas (Gervereau, 2007). Imagem pintada, imagem desenhada, imagem projetada, imagem fotográfica, entre

² Benjamin *apud* Duarte: 2011. DUARTE, R., FIGUEIREDO, V. (2001). *Mímesis e Expressão*. Belo Horizonte: UFMG, p.369.

³ Em 1876 *Graham Bell*, escocês, inventa o telefone.

⁴ As imagens que reproduziam fotografias a partir desta técnica vinham acompanhadas com o descritivo “*a partir de uma fotografia*”.

outras. A imagem fotográfica, invenção do século XIX ⁵, será a linha mestra do exposto presente em uma abordagem tanto histórica quanto sociológica sobre o seu desenvolvimento. Segundo Marc Scheps (1998: 4), a fotografia mudou drasticamente ou “alterou dramaticamente” a maneira de se perceber a realidade. A experiência do registro do mundo modifica-se a partir do momento em que o homem se vê condutor de uma apreensão fidedigna ao visual do “aqui e agora” – a suposta realidade. A fotografia e a sociedade sedimentam-se em um processo histórico contínuo em que o tempo, minuciosamente, propõe um diálogo singular.

No início do século XIX, chega à França uma técnica de desenho chamada litografia⁶ (Goliot-Leté, 2011). Seguindo a tendência da época e as tradições culturais os nobres intelectuais desenvolviam estudos variados entre as ciências exatas e a química – esta, particularmente, destacada entre a juventude francesa. A experiência em voga consistia em passar sobre o papel uma emulsão de sais de prata onde se colocaria alguns objetos, flores, folhas, pedregulhos, gravetos, para posteriormente, serem expostos à luz do sol (Leite, 2011). Como resultado teriam os contornos dos objetos no papel contrastados em preto e branco. Por falta de fixação de elementos químicos no suporte, a imagem do registro desaparecia (Idem, 2011). Em, 1816, Nicéphore Niépce⁷ realiza uma experiência que transitou entre a litografia e o processo pelo qual praticava: trocou as pedras, fundamentais no processo litográfico, por uma placa de vidro e estanho (Gervereau, 2007: 157). Em 1826, fixa a primeira imagem a ser considerada fotografia: “vista pela janela” ⁸.

Figura 01 – Vista Pela Janela



⁵ Século XIX marcado pelo surgimento das máquinas e do capitalismo moderno.

⁶ A *Litografia* foi inventada pelo alemão Aloys Senefelder no início do século XIX. Consiste em reproduzir, através da impressão, desenhos feitos com material gorduroso em pedra calcária (Goliot-Leté, 2011).

⁷ Filho de advogado, Nicéphore Niépce, considerado o inventor da fotografia, nasceu em 1765, em Chalon-sur-Saône, França. De família nobre, participava da burguesia intelectual de sua sociedade (Leite, 2011).

⁸ Figura 01: “vista pela janela”, de Nicéphore Niépce, 1826.

Deste modo nasce o primeiro registro perene. Não obstante, ainda precário, primitivo, o pintor Louis Daguerre aprimora a descoberta diminuindo o tempo de exposição do objeto à luz (Leite, 2011). Em 1836, patenteia a descoberta aprimorando-a e projetando a fotografia comercialmente. Os “daguerreótipos”, nome dado a este processo, diminuía o tempo de exposição da superfície sensível, no entanto, cada registro fotográfico correspondia a uma única imagem impossibilitando a sua reprodução (Freund, 2010). Os daguerreótipos foram apresentados à Academia das Ciências em 1839 (Idem, 2010).

Em 1841, o inglês William Henry Fox Talbot, contemporâneo ao Daguerre, aprimora o processo com a criação da impressão positiva ilimitada de um mesmo negativo (Leite, 2011). A partir deste momento todos os demais processos de registro e impressões se darão em torno da qualidade dos químicos e suportes realizados. Ainda complexos e relativamente pesados, os equipamentos de registro da imagem fotográfica exigiam um tempo considerável para montagem e exposição das placas à luz (Leite, 2011). Contudo, os temas a serem registrados deveriam ser minuciosamente estudados e preparados, valorizando as paisagens e as cenas estáticas.

Apenas em 1880 com a inserção de gelatina-brometo no processo fotográfico a fotografia se torna mais acessível (Leite, 2011). As reproduções mecanizadas permitem preparar as placas antecipadamente e, juntamente com a melhor qualidade das objetivas e das “películas de rolo”, a fotografia de imprensa surge (Gervereau, 2007).

No entanto, é apenas na Inglaterra de 1904 que o *Daily Mirror* utiliza a fotografia para ilustrar suas notícias – o que acontece com o *Illustrated Daily News*, de Nova Iorque/EUA apenas em 1919 (Freund, 2010). Na altura, as imagens não eram feitas nos jornais o que tinha como consequência elevar os custos. Contudo, alguns semanários e revistas promoveram a fotografia a partir de suas publicações em 1885 (Idem, 2010). O primeiro quotidiano ilustrado com fotografias, *L'Excelsior*, surge em 1910 (Idem, 2010).

Para o homem que até então só poderia visualizar os acontecimentos próximos a ele, agora se vê diante de possibilidades imensuráveis, pois as suas referências factuais transpassam as barreiras sociais e geográficas para além de sua rua, bairro, cidade, país. O mundo ganha uma nova forma, textura e aspectos e, conseqüentemente, os acontecimentos ganham um registro espacial, nomeadamente os políticos tornam-se personagens com expressões contextualizadas.

A fotografia configura sua relevância a partir de sua representação concreta e realista sobre o mundo. Os *mass media* visuais surgem com força notável enquanto

coletividade: a fotografia, ao mesmo tempo em que informa dentro do contexto comunicacional social, opera um poderoso campo de manipulação. O retrato individual da sociedade substitui-se por seu retrato coletivo. O indivíduo vê-se confrontado por um universo visual dirigido por aqueles que conduzem os olhares: a indústria, os governos, o poder econômico mantêm o mundo das imagens.

Em 1855, o advogado inglês Roger Fenton arrisca-se a fotografar a guerra da Crimeia (Freund, 2010). O trabalho fora encomendado e Fenton limita-se ao registro passivo do acontecimento sem ressaltar os horrores da guerra. O motivo era claro: não assustar os familiares dos soldados e a população⁹. Sendo assim, volta a Londres com cerca de 300 placas fotográficas e uma imagem errônea do que foi a “Guerra da Crimeia”.

Figura 02 - Tropas Australianas



Figura 03 - Enfermeiras Canadenses



Em contexto semelhante, o fotógrafo Matthew Brady no ano de 1861, propõe-se a registrar a guerra civil americana (Freund, 2010). Sem ter sido contratado como Fenton, Brady registra, pela primeira vez, como se constrói o horror e a violência da guerra. Compuseram parte de seus registros casas incendiadas, terras queimadas, inúmeros mortos, famílias em desespero (Idem, 2010). Mas, é apenas em 1870 (Nova Iorque) que um fotógrafo se dedica exclusivamente ao registro fotográfico como instrumento para uma crítica social: o dinamarquês Jacob Riis¹⁰ de 21 anos (Idem, 2010). Riis explora seus

⁹ Nas figuras 02 e 03 da Primeira Guerra Mundial, nota-se uma tentativa de neutralizar o horror da guerra através de retratos sutis e livres de violência. Figura 02: “Tropas Australianas”, autor desconhecido. Acervo Australian War Museum – <http://awm.gov.au> . Figura 03: “Enfermeiras Canadenses”, arquivo de George Metcalf. Acervo Canadian War Museum – <http://www.warmuseum.ca>.

¹⁰ O dinamarquês Jacob A. Riis chega as EUA em 1870 com 21 anos. Após algum tempo, começa a trabalhar para o *New York Tribune*. Escreve alguns livros como “How the Other Half Lives” (“Como Vive a Outra Metade”), este publicado em 1890.

registros fotográficos na tentativa de ilustrar a terrível condição de vida que viviam os imigrantes nos bairros menos favorecidos da cidade.

Em 1888, George Eastman cria um equipamento que substituí as pesadas e incômodas placas de vidro por um suporte flexível e leve (Bauret, 2010). Utiliza uma emulsão negativa sobre papel em rolo. Uma nova máquina fotográfica, agora pequena e leve, vem a público. A empresa Kodak coloca-se disponível para a criação e garante a revelação e recarga do equipamento – o chamado instantâneo: “*Você carrega no botão, nós fazemos o resto!*”¹¹ (Idem, 2010: 70).

Os irmãos Lumière, em 1904, aperfeiçoam o processo de tricromia e o comercializa em chapas *autochrome* (Bauret, 2010). É neste começo de século que os autores fotográficos trazem o pictorialismo: para além do registro fotográfico, uma necessidade de expandir expressões propondo alterações técnicas como desfocagem e introdução de pigmentos coloridos. A ideia seria transpor alguns elementos da realidade a aspectos artísticos.

Desta necessidade, novos suportes fizeram-se criar, bem como ambientes. Alfred Stieglitz, em 1905, inaugura a primeira galeria de arte fotográfica em Nova Iorque (Gervereau, 2007). É a partir deste momento da História que a fotografia se projeta como registro documental e de explorações técnicas para fins artísticos (Idem, 2007: 158).

Entre os anos de 1908 e 1914, o sociólogo americano Lewis Hine, fotografa a exploração do trabalho infantil realizado nas fábricas e nos campos onde as crianças trabalhavam mais de doze horas/dia (Gervereau, 2007). De suas fotos, a denúncia de uma sociedade alienada das barbaridades de seu tempo. Pela primeira vez, a fotografia torna-se um instrumento de denúncia favorável à luta em prol da vida.

A partir do momento em que a imagem fotográfica revela a história do acontecimento, seu espaço transborda aos limites visuais e breves textos verbais reduzidos às legendas são incorporados à sua exposição. É o início do fotojornalismo. Fala-se da Alemanha de 1918 (Freund, 2010). Como norma, os fotógrafos de imprensa deveriam conseguir uma foto – nítida e utilizável para reprodução. O aspecto, a expressão ou o ambiente das personalidades ou indivíduos retratados pouco importava. A fotografia ainda não era assinada e seu autor não era reconhecido profissionalmente. O estatuto do fotógrafo de imprensa era desconsiderado, semelhante ao de um simples servidor que obedecia às ordens do dia (Idem, 2010).

¹¹ Slogan da marca Kodak. In BAURET, G. (2010). *A Fotografia – história – estilos – tendências – aplicações*. Lisboa: Edições 70.

O ano de 1925 é marcado pelo lançamento de uma nova máquina fotográfica: a Ermanox – “pequena, fácil de manipular e pouco visível”¹² (Freund, 2010: 115). O Dr. Erich Salomon advogado nascido em Berlim (1886) destaca-se pela aproximação dos registros fotográficos ao direito e aos documentos sociais (Idem, 2010). Em 1928, pela primeira vez na História, faz um registro fotográfico feito durante uma sessão no tribunal. A publicação deu-se a 19 de fevereiro de 1928 no *Berliner Illustrierte*. Em 1930 fotografa a segunda Conferência de Haia e pela primeira vez faz registros às onze horas da noite e à uma hora quando todos estão dormindo (Idem, 2010). As primeiras agências produtoras de imagens jornalísticas são criadas em 1933: *Dephot*, em Berlim e *Rapho*, em Paris.

“A atividade de um fotógrafo de imprensa que quer ser mais do que um artesão é uma luta contínua pela sua imagem. Tal como o caçador está obcecado pela sua paixão de caçar, também o fotógrafo está obcecado pela fotografia única que quer obter”¹³ (Salomon 1931 *apud* Freund, 2010: 117).

Contar e recontar fatos podem ser o início da perpetuação dos mesmos. Walter Benjamin (1987) diz que aquilo que em breve ficará ausente diante do indivíduo, imediatamente se torna imagem. A esta imagem, a história se encarrega de elucidar enquanto memória individual ou coletiva (Benjamin, 1987). Estas memórias são involuntárias.

A difícil tarefa de contar fatos, apresentar situações, ilustrar um acontecimento, caracteriza a função dos primeiros repórteres da imagem fotográfica. Dependente dos acontecimentos, as imagens fotográficas ou os registros factuais inauguram o que seria o fotojornalismo (Freund, 2010).

Acompanhadas por textos explicativos (legendas), as histórias apresentadas pelos registros fotográficos prestigiam o novo ofício advindo: o fotojornalismo publicado em revistas e jornais. Contudo, no fotojornalismo existe também a ideia de uma articulação lógica entre os elementos que dialogam ponto a ponto com o fato representado (Freund, 2010). Há uma correspondência entre os seus elementos e o modo de articulação: lógica e naturalização promovem significados, compreendem sentidos (Joly, 2002). O signo proposicional passa a ser a imagem de sua representação: os soldados uniformizados, as

¹² Anúncio de 1925 sobre o lançamento da Ermanox.

¹³ Erich Salomon (Alemanha, 1931) sobre o ofício do fotógrafo.

enfermeiras também de uniforme, entre outros retratos e cenas da Primeira Guerra Mundial, oferecem elementos contextuais para naturalização temporal e territorial¹⁴.

A relação entre as possibilidades de significados se completa com a naturalização dos dados apreendidos: espaço, ângulos, perspectivas e contrastes simbólicos. Descodificam-se as informações completando-as com os sentidos culturais e sociais (Joly, 2002). A imagem fere, marca sua mensagem e faz lembrar que o indivíduo é inicialmente o seu corpo, e este não está na dependência primordial da consciência individual, mas sim na interferência permanente da consciência coletiva e do mundo (Sontag, 1981).

O fotojornalismo aproximou fatos e acontecimentos à sociedade. Imagens que tocam o tanto quanto falam, por intensas ou sutis composições, colocam o indivíduo em uma posição frágil, como a um convite para fazer parte da História (Sontag, 1981).

Em aproximadamente 1929, Oskar Barnak inventa a Leica: um equipamento fotográfico que fortalecerá o desempenho do repórter fotográfico (Freund, 2010). De seus estudos iniciais, ainda enquanto trabalhava na indústria de óptica Iena, Barnak desenvolve um equipamento no formato de 13x18mm com caixilhos de madeira. Este pesado aparelho de registro exigia o uso de tripés. Anos mais tarde, por volta do início dos anos 1930, Oskar constrói uma máquina fotográfica no formato 24x36mm; a aclamada Leica (Idem, 2010). A novidade estava no intercâmbio das lentes, para além do filme recarregável de trinta e seis exposições.

A fotografia como instrumento de comunicação social pode compreender extensas reflexões acerca da memória visual da época a qual representa; refere-se. Umberto Eco em *La guerre du faux* (Eco *apud* Joly, 2005) diz que as vicissitudes de uma época podem ser traduzidas em algumas imagens específicas, fotografias marcadas por momentos que condensam discursos transformando-se, assim, em mitos. Estas imagens exprimem mais do que personagens, falam de conceitos ao passo que podem remeter a outro tempo e espaço; a outras fotografias. A citar Robert Capa com o registro do soldado assassinado na guerra civil espanhola, em 1936¹⁵.

¹⁴ Figuras 02 e 03.

¹⁵ Figura 04: Registro fotográfico “morte de um miliciano” ou “soldado caído” durante a Guerra Civil Espanhola, 1936. Foto de Robert Capa.

Figura 04 – Morte de um Miliciano, foto de Robert Capa



Esta ideia de que a fotografia ultrapassa a leitura visual linear e concreta, sendo o enquadramento sua objetividade e sua referência, é pontuada por descrições contextualizadas acerca do instantâneo ou o momento em que ela surge (Sontag, 1981). Nota-se o valor comunicacional ou o valor de comunicação no registro fotográfico do momento em que a imagem surge ao momento em que é vista (Leite, 2011). Neste ponto, vale ressaltar que o valor comunicacional desenvolve-se pelo contexto e potencial argumentativo existente no sentido e na representação simbólica dos elementos da imagem registrada.

Sabe-se que a comunicação, em seu mais variado universo, presente nos discursos mediáticos, favorece o cruzamento de leituras discursivas distintas. Deste cruzamento de leituras é possível observar elementos de sincretismos e dissoluções estratégicas de sentidos com vista à construção de novos sentidos.

A linguagem visual icônica compreende possíveis efeitos e significados particulares, podendo ou não confluir para um sentido de unidade social, cultural ou política (Joly, 2002). As possíveis descodificações de signos e elementos contidos nos registros fotográficos podem apresentar um sincretismo de conteúdo/significado e de expressões e suas respectivas formas (Oliveira, 2009). A apreensão destes elementos, pelos atores sociais, deve passar pela incorporação da sensibilidade e da materialidade presentes na manifestação sincrética da recepção do conteúdo apresentado: a fotografia e o seu espaço (Barthes, 1984). A contextualização histórica, política e cultural direciona o olhar receptivo e conduz seus significados.

Com o surgimento das agências de produção de imagens documentais, muitos jornais e revistas criam espaço à publicação destes conteúdos visuais; a fotografia ganha notável papel comunicacional: agora, o texto verbal divide espaço com o texto icônico

(Freund, 2010). A revista francesa, *Vu* e a americana *Life* foram pioneiras no meio¹⁶. Robert Capa, David Seymour, Henri Cartier-Bresson e André Kertész integram o *hall* dos fotógrafos cujos trabalhos se revelaram também no fotojornalismo (Gervereau, 2007: 158).

Durante a Segunda Guerra Mundial, a fotografia apresenta-se enfaticamente como reveladora de acontecimentos e fatos (Freund, 2010). O fotojornalismo ressalta a relevância social dos registros fotográficos consagrando-se no Pós-Segunda Guerra Mundial. A concepção formalista da reportagem fotográfica institucionaliza-se com a fundação da agência fotográfica Magnum¹⁷ (Idem, 2010). Vista como arte, comércio e indústria, a fotografia discorre pela consciência de que não há uma verdade absoluta registrada a partir da visão; há, pois, uma decisão a partir de uma percepção singular, em determinado ângulo, do que seria a realidade. A fotografia transmite ao mesmo tempo em que a “verdade” de seu espaço e tempo, a escolha do autor: é a sua própria mensagem (Gervereau, 2007).

Nesta transmissão de sentidos a comunicação social apropria-se da riqueza semântica da fotografia construindo universos plásticos distintos para a eficácia da mensagem transmitida (Oliveira, 2009). Revistas, jornais e os contemporâneos *websites* exploram os mais diversos elementos que compõem a fotografia para uma melhor interferência sobre a realidade anunciada. Fala-se, contudo, de uma soma de signos visuais para a credibilidade do que se constata com a imagem fotográfica: o fazer acreditar em harmonia com o fazer saber.

Uma fotografia pode marcar uma geração ou uma sociedade através da contextualização histórica¹⁸. Como os indivíduos recebem esta imagem? Os elementos expressivos de uma imagem podem ser considerados mecanismos de enunciação? Desta imagem, marcada por uma cultura e sociedade, o que sobrevive ao tempo?

Figura 05 – Queda Torres Gêmeas (EUA)



¹⁶ Revista francesa *Vu* de 1928, fundada por Lucien Vogel. Revista americana *Life* de 1936, fundada por Henry Luce.

¹⁷ Robert Capa foi o fundador da Agência Magnum, em 1947.

¹⁸ Figura 05: queda das Torres Gêmeas de NY em 11 de setembro de 2001, autor desconhecido.

Estes discursos, efeitos sociológicos, subjetivos e ideológicos exteriorizam possíveis conceitos e acontecimentos além de conduzirem a criação e a produção de sentidos. O espectador, em sua perspectiva temporal, receberá a imagem a partir de suas experiências sócio-culturais e políticas; o tempo histórico, contextualizado na representação da ação por meio do registro fotográfico, promoverá a descodificação dos elementos e sentidos da imagem – a mensagem (Joly, 2005).

1.2. As Fotografias da Primeira Guerra Mundial: Emissores e Receptores

“A sucessão de transformações ou estados responsáveis pela produção de sentidos em um discurso, narrativiza o descontínuo e promove a permanência discursiva de uma cultura, de um indivíduo, de uma história, de uma vida”¹⁹ (Lopes, 2011: 274).

A compreensão de realidade e o efeito do que é real sobre o indivíduo é algo que passa, necessariamente, pela ideia de sociedade. A organização de homens que vivem em um determinado grupo é sociedade. O conjunto de membros de um coletivo subordinado às mesmas leis pressupõe sociedade. Cada ambiente contextualizado é embasado por sua sociedade. Não há indivíduo sem cultura. Não há sociedade sem indivíduo. Não há cultura sem sociedade. Dependências estas ampliadas em um contexto dirigido podem explicitar ideologias, pensamentos: retratos culturais, sociais e políticos. O indivíduo compreende-se como ser cultural ao passo em que há identificação social.

Apreender o seu ambiente, desenvolver-se em sua sociedade e viver em seu tempo histórico é criar uma identidade sobre a realidade: “eu existo, sobretudo, aqui e agora”. São os indícios perceptivos e psicológicos sobre este indivíduo e a sua realidade que o distingue entre os seus (Uexküll, 2010). Pensar, então, sobre realidades e efeitos do que é real, é apresentar contextualizações sociais para receptores tão possíveis quanto distintos.

A realidade pode ser representativa e denominar um espaço-temporal específico: uma determinada cultura em uma determinada época. Para tanto, atribuir códigos, faz-se necessário para o que seria representação desta ou aquela sociedade (Mendes, 2013). Representações textuais icônicas podem ser diretas ou indiretas. Sobretudo no

¹⁹ LOPES, Ana Cristina M., REIS, Carlos. (2011). *Dicionário de Narratologia*. Coimbra: Almedina, p. 274.

fotojornalismo, o breve pensamento sobre o que é real se torna tão crível quanto à própria imagem: o que ela apresenta é o que parece ser?

O objeto fotografado, denominado por fotográfico, pode configurar uma cena, personalidade, assunto, contexto. A identificação do que o fotográfico poderia ser ou poderia passar referente ao momento exato de seu registro não é tida como o foco principal de sua autonomia (Freund, 2010). Contudo, a autonomia da fotografia de imprensa está na representação fiel da realidade e o que esta verdade provoca nos espectadores desta imagem. Mesmo que a fotografia apresente fragmentos distintos da realidade do espectador, a representação fiel da realidade da imagem ressalta o “distinto”, o “surpreendente” (Barthes, 1984). Este distinto, infinito e plural, assombra o espectador em complexa compreensão sobre a realidade e a realidade da representação fotográfica.

A esta extensão sobre o discurso representativo da realidade da imagem fotográfica e a realidade do espectador, Roland Barthes (1984: 41) chama de *numem*. Numem é, portanto, o elemento distinto de representação que impressiona e surpreende no momento exato do registro fotográfico. O espectador observa a fotografia: sua percepção o desprende da primeira realidade analítica sobre o que é o fotográfico (Barthes, 1984). Passa-se ao caráter sígnico de apreensões absorvidas pelo texto icônico. Ele, o espectador, observa a linguagem que segue princípios e regras: está diante de um complexo conjunto destes funcionamentos denominado código²⁰ (Gervereau, 2007).

Este processo comunicativo fotográfico pode ou não ser informativo. Sua leitura/interpretação variará de acordo com o que o indivíduo traz consigo: novamente, suas experiências sociais, culturais e políticas (Barthes, 1984). Aqui, a experiência passa por tudo aquilo que o contemplou durante a sua vida e até o “agora”.

Estas vivências sensibilizam sua identificação social. Um fato poderá tocar-lhe ou não. Um acontecimento poderá provocar-lhe sensações ou simplesmente determinar ações. Assim, a co-presença do *punctum* com o *studium*, aproxima o espectador da apreensão da imagem (Barthes, 1984).

Como uma expansão virtual da força de sua representação, a mensagem codificada se constrói a partir do decisivo exato do registro: a apropriação do fotográfico pelo fotógrafo (Idem, 1984). A este registro, um complexo de elementos é agregado ao novo sistema formado: a fotografia.

²⁰ Código proposto pelo meio em que o indivíduo apreende a imagem em questão. Os códigos variam de acordo com o tempo, espaço e *media* apresentados.

A mensagem advém do composto de seus subsistemas que constituem a sua forma e o seu discurso, como mecanismos de enunciação, expressões, luz, sombra, textura, cor, escala de cinza, características espaciais, temporais, culturais, dentre outros elementos (Huyghe, 2009).

É sabido que ao jornalismo diferentes elementos de linguagem e expressão embasam o processo de comunicação. O visual e o verbal propõem — através da diagramação, imagens/*cartoons*, fotografias e publicidade — destacadas funcionalidades. Estruturado como forma única veiculadora de um todo, sincretiza diferentes linguagens em um absoluto significante. Não se anulam os sentidos globais e coerentes constituintes nestas linguagens. Há, portanto, uma unidade na variedade, como são as revistas, jornais impressos e os contemporâneos *online*. Os processos de significação que instauram a totalidade funcional de uma revista são conduzidos por uma narratividade e naturalização dos sentidos/significados (Oliveira, 2009).

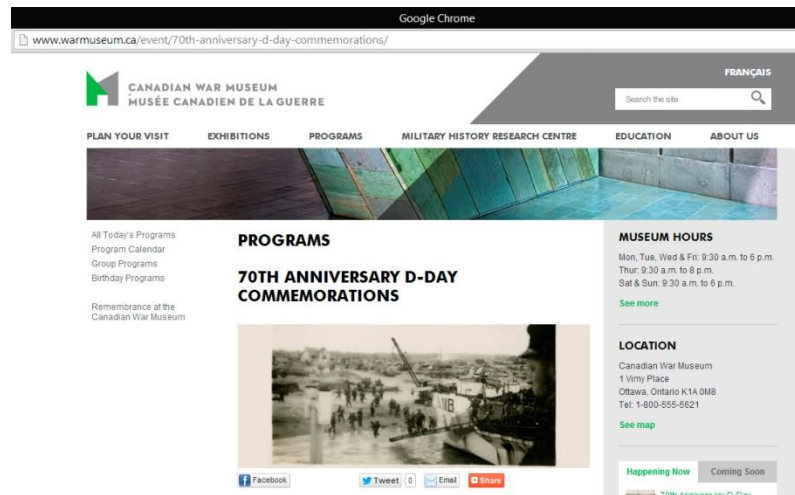
A relativa autonomia das linguagens não as posiciona em reflexões independentes e isoladas: postas lado a lado em uma página ou *website* relacionam-se como partes de uma unidade maior (Oliveira, 2009). O sujeito da enunciação conjuga estas linguagens como um todo, um significado completo conferindo-lhe um conteúdo único. A incorporação de linguagens diversas não ocorre aleatoriamente. Em uma mídia como a revista “VEJA”, por exemplo, este sincretismo de linguagens torna-se mais um elemento apropriado pelo sujeito da enunciação para propor além dos fatos, uma reflexão. Algo que permeia o indizível, o implícito sugestivo possivelmente apreendido pelo narratário ²¹ (Lopes, 2011: 267). Compreende-se, assim, a naturalização dos sentidos propostos na mensagem enunciada (Idem, 2011).

Visitando a página *online* do Canadian War Museum²² uma conjunção de diversas linguagens visuais promove a confluência dos conteúdos. Verificamos nas imagens expostas da Primeira Guerra Mundial no *website* o sincretismo de linguagens visuais: verbais e textuais icônicas.

²¹ “Termo e conceito correlato do termo e conceito de narrador. Tal como na díade autor/narrador, a definição de **narratário** exige a distinção inequívoca relativamente ao **leitor** real da narrativa (...); é uma entidade fictícia (...)”, In LOPES, Ana Crsitina M., REIS, Carlos. (2011). *Dicionário de Narratologia*. Coimbra: Almedina, p.267.

²² *Canadian War Museum*: <http://warmuseum.ca>. *Website* consultado nos meses de março, abril e junho de 2013.

Figura 06 – Layout Canadian War Museum



Imagens fotográficas e textos verbais permitem um entendimento que isoladamente não teriam (Oliveira, 2009). Em *Life at the front photographs*, verifica-se mais de cento e quatro registros fotográficos acerca da vida na frente da Primeira Guerra Mundial. Uma variação entre fotografias em preto e branco e sépia desgastadas pelo tempo. Dentre tantos acontecimentos, as imagens mais comuns retratam a vida cotidiana durante a Primeira Guerra Mundial (figuras 02 e 03). Cenas como o recebimento de cartas da família, poses de soldados nas trincheiras, retratos de soldados, enfermeiras, postos médicos, trilhos e tanques de guerra compõem a apresentação visual fotográfica do que foi a *The First World War*. A especificidade destes registros se dá devido aos limites técnicos dos equipamentos fotográficos da época. Em 1914, as máquinas fotográficas eram equipamentos pesados e a sua mecânica complexa e registrar movimentos se tornava algo raro.

A linguagem visual, icônica, é presente e eficaz ao concretizar temas, enquanto que a verbal adequa-se à enunciação, comunicação, de conteúdos abstratos e conceitos (Oliveira, 2009). Então, quando assistidas, estas imagens, cuja violência física não é retratada, destacam-se apenas os aspectos sutis sobre a guerra.

No entanto, a relação entre as linguagens pode servir para instaurar elementos implícitos que comunicam sem que se destaquem pela ausência de lacunas de sentidos (Oliveira, 2009). Uma imagem, uma fotografia, pode fazer sentir ao mesmo tempo em que faz saber, compreender uma situação ou detalhes omitidos pelo texto verbal (Idem, 2009). Produz-se um efeito que possibilita vivenciar o momento registrado, indizível. O soldado que recebe uma carta pode sensibilizar tanto pelo aspecto antigo da imagem desgastada quanto por seus elementos de composição: a farda, os caixotes dispostos de maneira a não ter mais espaço, a sacola largada no chão, o olhar atento à leitura.

No texto verbal de uma revista, nota-se uma regulamentação nos procedimentos da escrita, na construção do relato (Oliveira, 2009). A esta regulamentação produz-se um efeito de neutralização e objetividade: controla-se o sentido, o tempo e espaço alinhados à diagramação da página; é direto, informativo (Idem, 2009). Mesmo que cortes de caracteres, linhas e elementos (por vezes citações, relatos, transcrições) permeiem esta regulamentação, o sentido do texto verbal juntamente com o texto icônico fotográfico expandirá/ampliará a apreensão do relato e seu entendimento. Destes discursos, efeitos subjetivos e ideológicos exteriorizam possíveis conceitos e acontecimentos. O espectador, em sua perspectiva temporal, receberá a imagem de fotojornalismo a partir de suas experiências sócio-culturais e políticas; o tempo histórico, contextualizado na representação da ação por meio do registro fotográfico, promoverá a descodificação dos elementos e sentidos desta imagem (Benjamin, 1987).

1.3. Hipérboles Fotográficas: uma produção dos atores sociais

“Hipérbole, hi.pér.bo.le, sf (gr hyperbolé) 1 Ret. Figura que engrandece ou diminui exageradamente a realidade, para que produza maior impressão. 2 Exagero. 3 Geom. Dupla curva plana, que é o lugar dos pontos de um plano, cuja diferença das distâncias a dois pontos fixos desse mesmo plano é constante”²³ (Polito, 2004).

O conceito de hipérbole fotográfica centraliza-se na ideia previamente apresentada por Eisenstein acerca das montagens narrativas²⁴ (Joly, 2002). Ou seja, hipérbole fotográfica seria a produção de uma narrativa expressiva da imagem como elemento persuasivo e envolvente ao espectador. O espectador se vê envolvido por uma imagem ao passo que se sente provocado, ainda que superficialmente, por sua composição, signos e enunciado.

Martine Joly (2002) acrescenta a este momento que a mensagem produzida pelo produto expressivo narrativo (indexical) em questão pode impressionar o espectador ao ponto deste se tornar um “novo homem” ou “consumidor” capaz de alterar (artificialmente ou não) parte de seu comportamento como resposta “automática” ao respectivo envolvimento.

²³ POLITO, André Guilherme (2004). *Michaelis: Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos.

²⁴ Martine Joly sobre montagens narrativas na obra de Eisenstein (Joly, 2002).

É a partir daqui que a apropriação da imagem fotográfica como extensão da visão, ou mídia terciária²⁵ (Santaella, 1983: 11) contextualiza um dos fenômenos de consciência²⁶ individual (Idem, 1983: 3). Atrelada a esta consciência está a receptividade da mensagem por parte dos atores sociais. Cada indivíduo é único em sua essência e a sociedade fortalece o seu embasamento cultural.

As imagens fotográficas que retratam diretamente a realidade, àquelas referidas ao fotojornalismo, mesmo que compreendidas como um todo coerente à realidade, estão sujeitas à segmentação contextual, conceitual, ideal e técnica (Oliveira, 2009).

Freund (2010) aponta para o fotojornalismo como sendo um mecanismo de retratar a sociedade. Apresenta como objetivo principal a realidade distante da ficção. Ou seja, o espectador observa o registro como se fosse um sinônimo do que teria sido a realidade que o fotógrafo vivenciou no exato momento do registro fotográfico. O espectador associa a especificidade do registro à precisão da cena retratada – há um entre-tempo discursivo que instiga o espectador a dialogar com a realidade que se apresenta. A imagem condensa-se como vestígios do mundo (Joly, 2002); vestígios de um mundo completo enquanto retrato fixado pela imagem fotográfica.

Os elementos de percepção do indivíduo referente à fotografia ou “aos vestígios” da realidade passam preliminarmente por uma leitura orientada pelo fator ilusório (Idem, 2002). A ideia central de que todo registro sustentado pelo fotojornalismo é um fragmento crível da realidade apresentada é inicialmente questionada pelos atores sociais em sua apropriação ou consciência do “existo aqui e agora” (Oliveira, 2009).

Em contrapartida, enquanto o espectador olha para o registro em questão, concomitantemente à sua pré-análise visual, sua recepção é traçada de acordo com a leitura e apreensão/compreensão dos signos contidos na imagem (Santaella, 1983). Tanto quanto mais próxima do natural e, portanto de sua realidade, estiver o registro fotográfico, mais presente estará o espectador na transfiguração ou apreensão de seu significado (Idem, 1983).

²⁵ As ideias que abordam o conceito de *terceiridade* aproximam os precedentes *primeiridade* (aquele voltado à qualidade distintiva da experiência enquanto originalidade; ex: qualidade da cor azul) e *secundidade* (aquele voltado à experiência enquanto caráter factual, não intencional; ex: o céu é um lugar e é visto aqui e agora (espaço e tempo)). Desta aproximação, tem-se uma síntese intelectual diretamente relacionada à compreensão e representação dos signos, o que promove a interpretação do mundo (Santaella, 1983: 11).

²⁶ Segundo Peirce à *consciência* cabem os fenômenos da percepção. Seriam eles os responsáveis pela interação perceptiva do indivíduo em relação à realidade. A consciência é, portanto, o lugar onde o pensamento interage com a apreensão de todo e qualquer fenômeno advindo da realidade (Santaella, 1983: 3).

Sendo a sequência, proposta pela semiologia, sentido primeiro e sentido induzido como significante e significado, o espectador ao se deparar com uma fotografia traçará um percurso de análise quase que inconsciente, com o objetivo inerente de tentar entendê-la (Santaella, 1983). Ressaltam a compreensão daquilo que se vê desta pré-visualização, ou análise primordial instintiva, elementos de identificação ou (re) conhecimento imediato (Idem, 1983).

Do conhecido ao estabelecido como contextualização espacial e temporal da imagem assistida, o olhar espectador segue por hipóteses estimulantes de sentidos (Santaella, 1983). Aqui, a interpretação tornar-se-á crível ou condizente à realidade a partir do levantamento do que parece ser a ideia relevante ou mais forte do ícone apresentado. A fotografia pode denunciar tanto quanto enaltecer.

A este empréstimo de significados, cabem acréscimos de elementos em reforço provocativo de sentidos. Ressaltar aquilo que se compreende ou se descobre do ícone é também uma abordagem indutiva de sentidos e opiniões.

Para a linguística, o sintagma apresenta-se como o percurso corrido pelo olho de um elemento a outro (Gervereau, 2007: 90). Associações por vezes forçadas produzem-se nas relações entre imagens históricas, mentais (memória) e factuais (Idem, 2007), bem como na aproximação dos sentidos de leitura da imagem às ferramentas de transposição retórica. Desta ligação, possíveis distanciamentos, aproximações ou conjunções de elementos podem resultar na produção de novos significados, ressaltando um elemento que, a priori, não havia sido percebido pela audiência comum (Idem, 2007).

Destes novos significados advindos dos elementos da fotografia, quando modificados para intensificar, exagerar ou reforçar uma opinião, propomos o nome de hipérbole fotográfica. Assim, em uma fotografia, a escolha de elementos a serem ressaltados, exagerados e produzidos/modificados de acordo com a interpretação desejada/induzida, compreende-se por hipérbole fotográfica. Um elemento comum ou uma característica natural de expressão – um sorriso emitido por um determinado político, por exemplo –, pode ser descontextualizado quando associado a uma memória negativa e conflituosa do espectador. O sorriso teria sentido pejorativo facilitando ressaltá-lo como uma crítica social, como uma ironia ou sarcasmo referente a determinada situação.

Como exemplo, cita-se a produção de conteúdos visuais que tem circulado e mantido a rede social Facebook como o cerne de breves críticas sociais e governamentais contemporâneas (figuras 07 e 08). As imagens foram publicadas em rede durante as manifestações sociais de junho de 2013.

Figura 07 – Hipérbole Fotográfica Dilma Ditadura



Transcrição Texto, figura 07: “DILMA não somos vândalos, apenas estamos dando continuidade naquilo que você começou... [letra em tamanho maior ²⁷] Não esqueça da sua origem!!!”.

Figura 08 – Hipérbole Fotográfica Dilma Ditadura II



58 partilhas | 09 curtidas em 24 horas de publicação

Transcrição Texto, figura 08: “UM DOS RETRATOS QUE O PT [Partido dos Trabalhadores] TENTA ESCONDER, não quer que apareça de forma alguma... DILMA JOVEM JÁ TERRORISTA, ATRÁS DELA, ENCOSTADO NA PAREDE... UM FUZIL AUTOMÁTICO LEVE (FAL – CALIBRE 7.62) ROUBADO DO EXERCITO BRASILEIRO!!! ESSA É A MÃE DO OPVO, COMO DESEJA SER CHAMADA”.

²⁷ O aumento da letra propõe ênfase e destaque à mensagem que é proposta.

Nas figuras 07 e 08 verificamos a apropriação de registros fotográficos feitos no período da ditadura militar brasileira (1964-1985). As respectivas alterações digitais, tais como inserção de textos, edição bruta e radical em cenários como a possível retirada de indivíduos no retrato, promove e induz o olhar da audiência para determinado assunto. Nestas imagens, verificamos uma crítica direta à figura da Presidente Dilma Rousseff.

No texto acrescentado à figura 07, notamos a referência direta ao início da militância política da Presidente que, a partir de 1969, integrou o movimento estudantil contrário à ditadura militar brasileira. Uma crítica direta à Dilma e às suas atitudes passadas – esta apontada e enfatizada pelo texto em letra maior: “Não esqueça da sua origem!!!”. A escolha por esta imagem pelos atores sociais ressalta o aspecto justificativo que compreende a mensagem. Ao trazerem o passado militante de Dilma, membros do movimento social que ocorreu em junho de 2013 encontram argumentos que justificam as suas atitudes mais radicais. Defendem-se com a cena apresentada na fotografia (no documento fotográfico, Dilma está sendo interrogada por oficiais da Auditoria Militar, 1970-1973): “DILMA não somos vândalos, apenas estamos dando continuidade naquilo que você começou... [letra em tamanho maior] Não esqueça da sua origem!!!”.

No texto acrescentado à figura 08, verificamos referência ao partido da Presidente e à sua imagem. Diretamente relacionado ao documento fotográfico, o texto ressalta momentos do passado por meio de descrição do ambiente ao qual se encontra a Presidente, na época, militante do movimento estudantil (1969-1973) contra a ditadura militar. A crítica é ressaltada ainda por uma contradição de imagens que, segundo autor da publicação, o partido da Presidente tentaria esconder: a jovem “guerrilheira” ao lado de uma arma *versus* a “Mãe do Povo” – imagem esta que será abordada no capítulo quatro. Ressaltamos aqui a apropriação direta do documento fotográfico para intensificar a oposição política do autor da publicação, uma vez que a qualificação “terrorista” vem a partir da presença de uma arma. Não se pode afirmar que o objeto era de Dilma, bem como que tenha sido utilizado por ela na qualidade de “guerrilheira”. Assim, a ruptura dos reais motivos do documento fotográfico ou a sua descontextualização, provoca um novo sentido à leitura da imagem com o texto. Há, portanto, uma escolha feita pelo autor ao potencializar e destacar os elementos. O objetivo é ressaltar os elementos que se relacionam diretamente com a crítica desejada, potencializando e intensificando o seu sentido, a sua mensagem.

Estas hipérboles fotográficas podem funcionar como figuras do pensamento, alterando e potencializando o enunciado da fotografia, alterando e potencializando contextos, sentidos e mensagens.

1.4. Elementos da Imagem Fotográfica – Análises e Representações

Para pensar a fotografia é necessário, sobretudo, ter em mente suas referências estruturais, bem como os elementos que compõem e direcionam a compreensão dos conteúdos e sentidos (enquadramento escolhido, ponto de fuga ou ângulos que direcionam o olhar do espectador a determinado ponto da fotografia, tonalidades, luz e sombra) (Joly, 2005). As imagens, aqui especificamente as fotográficas registradas pelo fotojornalismo, propõem uma visão específica e dirigida sobre determinado assunto em um contexto específico, seja ele intelectual, institucional, técnico ou social (Oliveira, 2009). É preciso identifica-las nos seus respectivos elementos e contextos, os quais regulam a comunicação entre o espectador e a realidade desta fotografia.

A escrita através da luz – a fotografia – promove a repetição e o testemunho singular do evento ocorrido, referindo-se a um tempo histórico (Benjamin, 1987). Por um lado, esta distância temporal resgata elementos do passado ao passo que é retratada no iconográfico presente. Esta identificação e resgate através da memória (ou imagens mentais do passado) revelam-se pela ruptura contextual a que representa (social, política, econômica) e eleva-se em fragmento através de produtos mediáticos (Aumont, 2009).

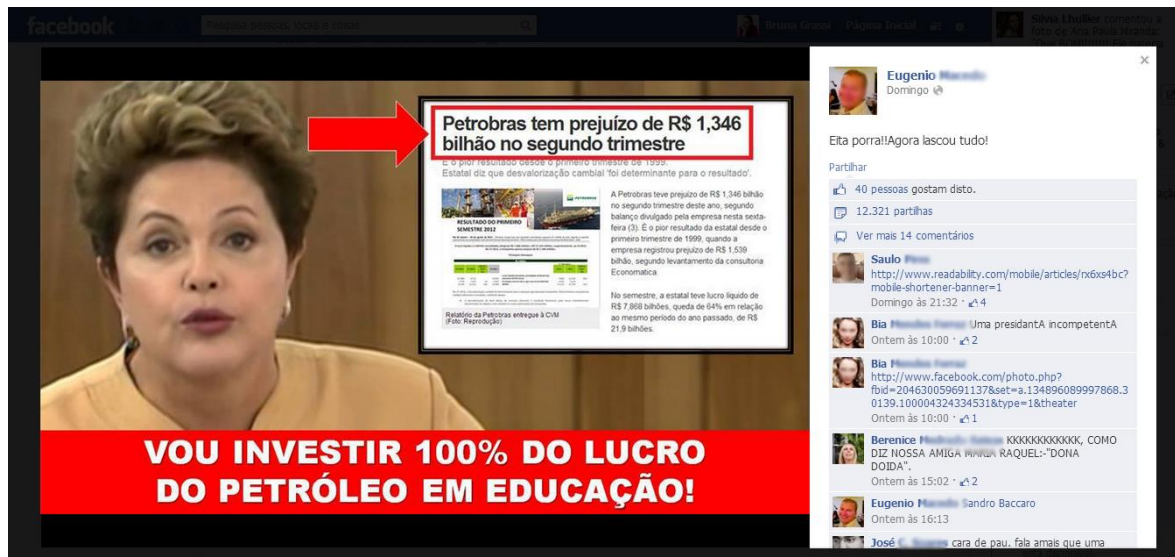
Um exemplo concreto são as hipérboles fotográficas divulgadas na rede social Facebook que se referem ao ex-presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva e à atual Presidente, Dilma Rousseff, produzidas pelos atores sociais (figuras 09 e 10). Nestas, a apropriação de registros do fotojornalismo em diferentes épocas de atuação dos políticos foram alteradas a fim de ressaltar características dos indivíduos, tendo em conta as potenciais críticas sociais. O mesmo segue-se para diferentes políticos ou pessoas públicas com alto índice de audiência: personagens da teledramaturgia, políticos dos mais diferentes partidos, atores, cantores, comediantes, artistas em geral.

Figura 09 – Hipérbole Fotográfica PT



Transcrição do Texto, figura 09: “OS 3 TIVERAM UM ENCONTRO, ONTEM, DIA 18/JUN, NO HOTEL SHERATON, NA ZONA SUL DE SP. PRECINHO DO HOTEL PARA 3 HORAS: R\$15.000,00. SABE QUEM PAGOU? VOCÊ!!!”.

Figura 10 – Hipérbole Fotográfica Dilma Discurso



Transcrição do Texto, figura 10: seta em destaque – “Petrobras tem prejuízo de R\$1,346 bilhão no segundo trimestre”. Frase em destaque – “VOU INVESTIR 100% DO LUCRO DO PETRÓLEO EM EDUCAÇÃO!” Autor da publicação: “-Eita ‘porra’! Agora lascou tudo!!!”.

Na figura 09, estão Dilma Rousseff (PT), Fernando Haddad (atual prefeito da cidade de São Paulo pelo PT) e Lula (PT). Nota-se que o registro fotográfico refere-se a um ambiente público determinado por pequeno aglomerado de pessoas. As três personalidades políticas encontram-se vestidas com a cor do Partido dos Trabalhadores (PT) em aspecto descontraído e positivo – nota-se o Prefeito da cidade de São Paulo sorrindo entre a Presidente Dilma e o ex-Presidente Lula. Lula acena positivamente para um quarto indivíduo ausente no retrato – possivelmente retirado/cortado da imagem. A data do registro não pôde ser comprovada, entretanto, não corresponde ao texto sobreposto à imagem, uma vez que a data 18 de junho refere-se diretamente aos movimentos sociais deste mês. Aqui, o autor da publicação escolhe este documento fotográfico pela contradição presente entre a tranquilidade, alegria e descontração demonstradas pelos políticos em relação à mensagem do texto proposto: enquanto os políticos reúnem-se em um hotel de alto custo, a população paga a conta. A apropriação da fotografia fora de contexto com a informação apresentada pelo texto acrescentado intensifica a mensagem de que o cidadão (“você”) continuará a pagar pelas ações do governo (“Sabe quem pagou? Você!!!”). A crítica social é potencializada pelas expressões faciais positivas em contradição com o texto em tom de denúncia.

Na figura 10, o destaque está no texto. A imagem apresentada é um recorte do discurso oficial²⁸ feito pela Presidente, em 21 de junho, a respeito das movimentações sociais que ocorram no país. No discurso proferido, Dilma fala do direito legítimo de manifestar-se defendido pela democracia, critica a violência isolada por parte de alguns manifestantes contra “cidadãos de paz” e prédios públicos e, dentre outros apontamentos, propõe “destinar 100% dos recursos do petróleo (brasileiro) para a educação” (Dilma Rousseff, pronunciamento dia 21 de junho de 2013, com 5 minutos e 20 segundos de fala²⁹). Nesta figura, o autor da publicação atenta para uma notícia de jornal que divulgava o valor do prejuízo levado pela Petrobras e destaca a frase do discurso da Presidente em que afirma o investimento de recursos da Petrobras para a Educação. Na imagem criada, a palavra “recurso”, originalmente utilizada pela Presidente, é substituída por “LUCRO” (para enfatizar seu significado, escreve em letras maiúsculas). Aqui o autor propõe um problema/dilema: como investir 100% do lucro de algo que está com prejuízo? Uma crítica

²⁸ Discurso proferido dia 21 de junho de 2013, assistido ao vivo. Disponível no canal oficial do Palácio do Planalto no Youtube: <https://www.youtube.com/user/PalaciодоPlanalto>. Link direto acessado dia 10 de setembro de 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=XEj3UH69g5k&list=PLCCDEC93451AC21D1>.

²⁹ Link direto acessado dia 10 de setembro de 2013: <https://www.youtube.com/watch?v=XEj3UH69g5k&list=PLCCDEC93451AC21D1>.

indireta potencializada pela contradição entre as informações textuais. O retrato de Dilma que encara o espectador é um recorte feito em movimento que propõem um jogo entre sua imagem que governa “ouvindo a voz das ruas” (destino do recurso do petróleo para educação a pedido do povo por melhorias neste setor) com os fatos reais desestimulantes (prejuízo Petrobrás) e o cidadão. E agora? Complicou tudo (refere-se aqui ao comentário do autor da publicação). A intensidade da crítica está no questionamento da veracidade do discurso.

1.5. A Imagem Fotográfica como Linguagem

Embora uma fotografia possa ser compreendida como elemento de memória visual abordaremos apenas a ideia de instantâneo fotográfico, isto é, a informação sobre a realidade no momento exato de seu registro (Aumont, 2009). À análise do instantâneo, segue-se à análise das representações da produção fotográfica destinada a relatar reportagens/narrações sociais: o fotojornalismo.

Linguagem é o conceito que combina elementos entre si com vista a obter determinados sentidos (Moreno, 2000). Deste raciocínio, a organização dos elementos que constituem a linguagem devem fornecer critérios a fim de distinguir o que se quer representar daquilo que permanecerá ausente ou não representado.

Compreendendo esta relação que organiza e dá sentido aos elementos da linguagem como função simbólica, destaca-se o conjunto das funções simbólicas como as principais características de articulação da linguagem (Moreno, 2000). Ou seja, não são os elementos materiais da linguagem que promovem significados, mas sim o conjunto de suas funções (Idem, 2000). Por exemplo, o alfabeto ocidental, entidade material, isoladamente, não compreende sentido. Em fotografia, o enquadramento ou o filme fotográfico (ou sensor à era digital) não compreendem sentidos. São elementos necessários à concreção e visualidade da linguagem fotográfica, porém quando isolados mostram-se apenas como representações próprias de suas materialidades: filme fotográfico, enquadramento técnico.

Assim, aquilo que é entendido como linguagem fotográfica deve ter em conta a presença de elementos visuais e simbólicos (Santaella, 1983). Sob o ponto de vista ontológico, o espectador ou aquele que assiste à imagem, compreenderá o fragmento do mundo representado (fotografia) a partir de sua análise e condição de relação entre o representado e o representante (Idem, 1983). A esta relação cabe necessariamente uma

qualidade representativa do que o espectador apreende da imagem em harmonia com a sua interpretação.

Segundo Moreno (2000) o indivíduo vê a imagem concomitantemente a sua interpretação. A visão não é apenas um elemento biológico, ela se completa através do social e do cultural. A experiência visual é, sobretudo, a experiência da linguagem representada. A mensagem linguística da fotografia passa por uma proposta de compreensão acerca do domínio verbal presente em toda linguagem: ao entendimento/compreensão cabe o dizer/nomear (Joly, 2005).

Barthes (1967) diz que os sistemas de comunicação e de significação (signos) misturam-se com a linguagem verbal. Propõe que toda representação iconográfica se apresenta, simultaneamente, como linguagem oral e verbal, sendo raras as vezes em que se mostram isoladas. Tanto as imagens em movimento quanto as fixas mantêm uma relação com a mensagem visual, isto é a mensagem visual relaciona-se com as estruturas das linguagens interligadas (Barthes, 1967).

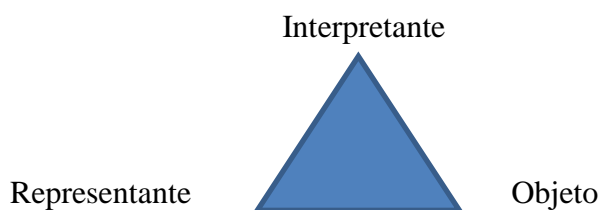
Enunciam-se, por isso os elementos que compreendem o processo de significação e entendimento acerca da leitura da imagem fotográfica. São eles: signo, ícone, significado, significante, mensagem, emissor e receptor.

1.6. Signo, Ícone, Significado, Significante, Mensagem, Emissor e Receptor

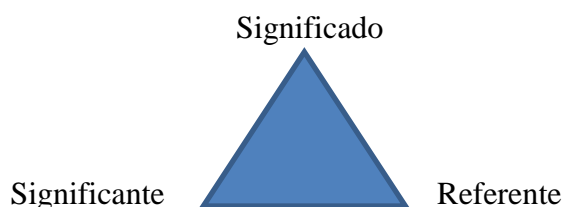
Para compreender uma linguagem, é necessário apreender os mecanismos de percepção que definem o seu entendimento. A se falar aqui da linguagem fotográfica, ressaltam-se, para além das qualidades técnicas de captação da imagem propriamente dita, os elementos relacionados à comunicação, pensamento e sentido.

Segundo a semiótica proposta por Peirce (1978), signo passa a ser qualquer coisa de natureza distinta que substitui algo em uma relação qualquer. Assim, toda materialidade do signo existe no “qualquer coisa” (objeto, odor, som), através de uma dinâmica apresentada pelo “algo” em relação à interpretação da “relação qualquer”: “o signo é aquilo que ele faz e o que ele faz é a sua significação” (Peirce, 1978 *apud* Joly, 2005). Peirce propõe compreender o signo sob a tríade representante-objeto-significado (Joly, 2005: 42). Assim³⁰:

³⁰ JOLY, Martine (2005). *A Imagem e os Signos*. Lisboa: Edições 70, pg. 42.



Para Saussure o signo (linguístico) corresponde a uma “entidade psíquica” diretamente relacionada a um significante (matéria perceptível do signo passível de associação convencional a um significado correspondente a um conceito: som, traço escrito) e a um significado (Joly, 2005: 42). Acrescenta ainda que o signo pode aludir para um acontecimento ou a uma ação cuja representação refere-se a uma realidade psíquica ou conceitual de mundo. A tríade para Saussure apresenta-se como significante-referente-significado. Assim³¹:



Destas relações entre representante e objeto ou significante e referente, a ideia de signo propõe qualidade de significações. Segundo Peirce (Joly, 2005), um signo pode classificar-se como ícone, índice ou símbolo.

O ícone seria o primeiro ponto teórico referente ao estudo da imagem enquanto processo de comunicação distinta dos demais processos comunicativos em análise e concepção (Santaella, 1983). O ícone seria, então, aquele signo para o qual o significante manteria uma ligação similar com o que representa (referente) (Idem, 1983). A sua materialidade seguiria as mesmas propriedades ao objeto (signo) correspondente.

O significado seria, portanto, uma entidade cultural a qual se firmaria através do referente (objeto) e pelo qual se desenvolveria pelo contexto comunicacional (Santaella, 1983). Por exemplo: uma fotografia (significante) representando uma praia específica (referente) pode vir a ser considerada como um ícone pelo fato de promover/ressaltar características peculiares a seu referente: o farol da barra, em Salvador, o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, etc.

³¹ Idem.

O índice, ou *index*, seria o signo que se caracteriza pela contiguidade física com aquilo que representa (Santaella, 1983). A casualidade ou a ideia do que seria o natural concede sentido a este signo. Esta relação natural está, por exemplo, na associação das nuvens em relação à chuva.

Símbolos seriam as criações cujo sentido é dado através de convenções (Santaella, 1983). Por exemplo, o símbolo da justiça, as bandeiras, os arcos olímpicos, dentre outros. As alegorias também entram como uma espécie de símbolo.

Apenas como complemento, apresenta-se a proposta de Thomas Sebeok a respeito das classificações, ou melhor, repartição dos conceitos existentes no signo previamente proposto por Peirce. Para Sebeok, ícone, índice e símbolo, complementar-se-iam com o ideal de sinal, sintoma e nome (Joly, 2005).

Por sinal entende-se o comportamento dos signos como indutores de significados ao destinatário. Sintoma seria a intenção propriamente dita em relação ao grau de consciência do emissor. Pode possuir particularidades de significação distintas entre o destinador e para o destinatário. E, por fim, o nome seria a relação entre o significante e o referente. Pode obter a característica de nome próprio a partir do momento em que o seu referente torna-se uma extensão. Sebeok propõe ainda o conceito de “signo zero”: aquele que através da ausência de signo (s) outro é criado. Em narratologia, este conceito se aproxima da ideia de naturalização (Lopes, 2011: 287-289).

1.7. A descodificação da imagem fotográfica: análise e interpretação

Para descodificar uma imagem fotográfica, usualmente se recorre à colocação semiológica ou semiótica. A uma melhor compreensão de todos os elementos passíveis de apreensão em uma fotografia, apresentar-se-á uma grelha de análise.

Grelha de análise

Propõe-se, preliminarmente, a observação de modo não usual ou ingênuo com que geralmente costuma-se visualizar ou reconhecer uma imagem. Partindo, especificamente, para o fotojornalismo, tais registros devem vir acompanhados pela observação argumentativa, ou aquela que promove perguntas à respectiva imagem. Desde uma identificação concreta e superficial sobre quais elementos compõem a imagem (espaço

físico, cores/preto e branco, presença ou ausência de indivíduos, reconhecimento dos retratados ou do retrato social, contextualizações históricas, políticas, econômicas, etc.) a especificidades características de historiadores ou semiólogos (data do registro, estilo do documento, espaço histórico, alusões diretas e indiretas a atores e movimentos políticos/sociais, grau de influência e representatividade social, como foi interpretada na época, identificações técnicas, dentre outras argumentações passíveis de conclusões analíticas e interpretativas) (Joly, 2005).

A percepção da imagem passa pela compreensão de sua composição (Aumont, 2009). O ângulo escolhido para o registro foi facilitador do registro ou promoveu articulações de sentidos como se o olhar do fotógrafo já fosse um filtro para a apreensão do espectador?

Compreender que o registro fotográfico não é algo isolado e que, embora distante da escrita, faz permanecer relatos sobre determinado período de tempo e espaço, é parte do jogo de análise e interpretação entre composição, emissor e receptor (Barthes, 1984).

Ao semiólogo, o sentido da imagem é o que de fato se revela. Aquilo que o registro diz a partir do olhar de quem o fez. No caso do fotojornalismo, não há inocência. O registro se dá pela escolha do objeto e sua importância ou valor notícia (Oliveira, 2009). Para além da abordagem em se saber de quais símbolos o fotojornalista se serviu.

A percepção do lugar significante parte da noção de composição. Por exemplo: por que os ex-Presidentes da República do Brasil, sendo opositores políticos, estão reunidos em um avião sorrindo ao lado da atual Presidente da República do Brasil (figura14)?

No fotojornalismo não há registro ingênuo. Assim, o significante em seu sentido primordial (a coisa em si: pássaro, mulher, avião, etc.) transmuta ao sentido projetado em análise: o próprio significado (a imagem da mulher guerreira, do drama, conflito, etc.).

Colocar questões pertinentes ao iconográfico analisado é parte do processo de identificação do documento quanto a sua relevância ou impacto social, político, cultural (Oliveira, 2009). Uma breve descrição direciona o olhar para apreensões e compreensões sobre suas representações. Em face disto, propõe-se uma decupagem acerca do processo de análise de uma imagem fotográfica, especificamente no fotojornalismo.

A esta decupagem ou grelha de análise cabem as seguintes etapas e categorias:

1. Descrição/Identificação;
2. Tema/Contextualização;
3. Técnica/Estilo ou Referência;

4. Repercussão/Impacto social;
5. Associações Possíveis.

A descrição/identificação enquadra-se, sobretudo, na transição entre o ver e o observar. Ponto inicial da análise da imagem, a descrição consiste em observar preliminarmente a superfície da fotografia como reconhecimento inicial. Perceber os diferentes aspectos de sua ilustração, bem como proporção dos elementos contidos (prédios, paisagem, indivíduos). A identificação sobre o que é e sobre do que se trata a fotografia em questão é chave fundamental a este processo. As noções espaciais, territoriais e animal, compreendem aspectos da observação.

Uma vez que já se sabe sobre do que se trata a fotografia (se um movimento social, um discurso político, um show musical, um retrato isolado, etc.), cabe à busca pelos elementos de contextualização, bem como o traço por um tema possível. Aqui a data do documento em sua origem ou publicação refina a contextualização e, geralmente, propõe um tema. Quando não há datação, as aproximações através da análise dos retratados torna-se um caminho. Saber sobre o autor ou o fator agenciador aumenta o índice qualitativo da interpretação. Revela-se, portanto, como fundamental a localização do registro fotográfico dentro do tempo e espaço históricos.

Dentro do que se apresenta como relevante à identificação da técnica, estilo e sua referência, ressalta-se a avaliação sobre qual a tendência do registro técnico da época em questão. Assim, padrões são levantados como ponto de partida a constatações de propostas particulares nos registros. Como exemplo, apresenta-se um registro fotográfico datado da Primeira Guerra Mundial, onde objetivas grande-angulares³² mantinham o enquadramento relativamente distante, aberto e generalizado sobre cenas pontuadas. Aqui, o aspecto violento da guerra diminui enquanto paisagem harmônica e estática. Evidentemente, o equipamento utilizado neste período Histórico restringiu tecnicamente o trabalho dos fotógrafos, pois eram pesados e de difícil mobilidade. Assim, quase todo material icônico produzido na época apresenta-se de forma uníssona. Desta forma, torna-se relevante identificar qual a referência temporal, histórica e profissional assinadas pelo fotógrafo, para além de sua técnica e estilo.

³² Objetiva (lente) grande-angular é aquela cuja distância focal é menor que a distância focal natural da vista humana. Estas objetivas proporcionam um ângulo de visão mais amplo do que o olho humano consegue perceber. Por serem utilizadas próximas ao motivo fotográfico, podem provocar leves distorções na perspectiva.

Repercussão e impacto social se referem às publicações fotográficas feitas em jornais impressos, revistas e, contemporaneamente, nos espaços digitais *online* (jornais e revistas digitais, redes sociais e espaços públicos digitais virtuais que oferecem e estimulam a interação e a partilha de conteúdos).

A noção de impacto social mimetiza associações e promove novas produções de conteúdos. Assim, a apropriação de registros fotográficos para ilustração de novas peças jornalísticas, criações de hipérboles fotográficas pelos atores sociais, dentre outros desdobramentos como reflexões e críticas, associa os seus significados à sua nova produção.

Desta grelha de análise a apreciação subjetiva deverá dialogar diretamente com a ideia de “sopro vital” (Gervereau, 2000) enquanto significação e impacto. O elemento distinto da fotografia (Barthes, 1984) favorecerá a compreensão da mensagem. A sua intensidade dependerá do impacto que a significação provocar no espectador.

CAPÍTULO SEGUNDO – Os *media* e a interferência na receptividade

2. Os *media* e a interferência na receptividade

Mudanças significativas têm marcado as comunicações nos últimos anos. Pensar que tais alterações atingem apenas o jornalismo e, talvez, o mundo do entretenimento, é navegar³³ ingenuamente por um universo repleto de atualizações constantes. Para além da informação e suas produções, o consumo em sua forma mais variada – em proporções e origens –, está cada vez mais presente e integrado no cotidiano. O tempo imutável sustenta novos aspectos da percepção. O saber dedicado à rigidez do tempo passa a flutuar quando apropriado pela voluptuosidade do saber descentralizado do universo digital.

A centralização da informação digital e, com a Internet, virtual, passa à simulação de espaços e aspectos de bem-estar (Queiroz, 2005). Técnicas de simulação e de trocas de informações promovem a interação da audiência com o espaço público. Há, portanto, uma relação de jogo (Lévy, 1997: 177) onde imagens ativas e dinâmicas prolongam e transformam a capacidade de imaginação, pensamento e projeção factual do espectador e da realidade. Há uma constante relação entre a audiência e os produtores de conteúdo que passam a fazer parte da própria audiência.

Pierre Lévy (1997) apresenta à ideia de “cibercultura” o entendimento de simulação como lugar central do conhecimento. Aumentar e, possivelmente, transformar capacidades cognitivas humanas em matérias de inteligência coletiva faz parte do processo de exteriorização e partilha de conhecimento. Memória, imaginação, pensamentos e argumentações, etc., são faculdades partilháveis e mantenedoras de uma inteligência coletiva.

Lévy (1997) ressalta ainda que a inteligência artificial ou sistema à base de conhecimentos devem ou deveriam ser tidos como técnica de comunicação. Deste modo, o rápido acesso ao conhecimento facilita a mobilização e escolha das competências praticáveis.

Do ponto de vista organizacional e cognitivo, o uso da tecnologia e da inteligência artificial pode servir nos sistemas como instrumento de articulação e convergência com

³³ Referência direta à expressão “navegar na Internet”.

vista à produção de conteúdos (Gere, 2008). O acesso à informação, bem como as simulações nesse âmbito, podem se organizar como referências interativas do conhecimento. A citar, como exemplo, uma imagem digital relativa ao Palácio da Pena (Portugal) divulgada em um sítio na Internet facilita a tomada de referência psíquica (emoção, acontecimentos presenciados, etc.) do espectador que já esteve lá ou facilita o desdobramento criativo daquele que não esteve. Como auxílio à retomada de detalhes físicos do local, o acesso à memória vivida neste espaço em determinado tempo realça aspectos emocionais e presentes. Assim, se fosse acessado pelo mesmo espectador apenas com base na sua memória, o grau de detalhamento físico/visual do Palácio estaria comprometido.

A ideia de inteligência artificial tende a transformar-se em inteligência coletiva quando transcende ao *ciberespaço* (Lévy, 1997). A valorização e otimização do uso da tecnologia, enquanto instrumental facilitador da comunicação e ao conhecimento, tende a promover a diversidade qualitativa e a estimular o uso da inteligência (Idem, 1997). Compartilhar memória, dados e experiências, resgata a imaginação a partir da relação de troca estabelecida entre os indivíduos (Lévy, 1997).

Neste momento, novas técnicas de comunicação surgem e enraízam-se em um processo facilitador da informação. As infraestruturas, os conceitos comunicacionais, as criações de novos espaços públicos especializados no diálogo entre instituição e audiência, bem como especificidade em linguagens (jornais *online*, redes sociais, *blogs*, etc.) e *layouts* dinâmicos, marcam esta nova forma de utilizar os elementos da comunicação.

2.1. O processo de produção de conteúdo icônico em redes sociais: Facebook Brasil

Como referido, a comunicação tem sido constantemente ampliada com a revolução tecnológica (Oliveria, 2009). A globalização facilitada pela conectividade tem promovido os processos de informalização em detrimento das novas redes de poder comunicativo e crítico (Lévy, 1997). A capacidade produtiva, em harmonia com a criatividade expandiu os processos de comunicação social e política (Idem, 2009). Novas redes de contatos foram criadas. Novos mecanismos comunicacionais estabeleceram-se como instrumentos capazes de tornar a comunicação onipresente: a mídia digital, ou a nova mídia, instiga afinidades ao promover atividades que informam tanto quanto legitimam ações ubíquas, quotidianas,

como o consumo de conteúdos e informações à praticidade usual de suas funções (Idem, 1997). Pagar contas, ler notícias, produzir conteúdos informais para redes sociais, são acessos digitais cada vez mais frequentes e presentes.

Ao mesmo tempo em que o crescimento do ciberespaço determina o aumento do conteúdo informacional trocado, não se pode dizer que há o condicionamento de uma inteligência coletiva em desenvolvimento (Lévy, 1997). O que há, segundo Lévy (1997), é a estruturação de uma nova maneira de comunicar. Nesta nova formatação, alguns elementos de interação, entre realidade virtual e audiência, se firmam como processo de automanutenção da revolução das redes digitais (Idem, 1997). Fazem parte deste desenvolvimento características distintas de interatividade que pontuam elementos da contemporaneidade (Idem, 1997). Entre estes podem ser salientados: o isolamento e a sobrecarga cognitiva advinda do intenso trabalho diante dos computadores; a dependência criada pelo vício da relação de jogo entre a audiência (também como produtora de conteúdo) e o universo digital/virtual; a dominação dos centros de decisão e de controle de informação; a descentralização do trabalho em atividades pontuais específicas³⁴ e o desvio do compromisso com o que seria a verdade pura (Idem, 1997). Acresce a estes elementos outros como a criação e proliferação de boatos, críticas sociais superficiais, exageros através de fatos descontextualizados ou apropriação de fragmentos informacionais para a criação e divulgação de novos conteúdos digitais/virtuais³⁵.

A esta nova maneira de comunicar, vida social e universo digital se unem. A comunicação e a informação pública e privada interligam-se tendo por vezes dificuldade em manter ou preservar suas respectivas autonomias (Lévy, 1997).

A partir do momento em que se percebe que o novo espaço público digital/virtual é uma ferramenta de extrema potencialidade comunicacional são reestruturados os seus fundamentos com vista a manter uma eficácia social, política e cultural (Lévy, 2002).

Técnicas comunicacionais desenvolveram-se a partir do que seria a boa receptividade da audiência (Queiroz, 2005). A adesão configurada através do apelo, da persuasão e até através da sedução da informação, acrescentou qualidade técnica principalmente aos novos *media* (Queiroz, 2005).

³⁴ Com a ideia de web 2.0, há o aumento na diversidade de funções que caracterizam o profissional desta área. Há uma dinâmica necessária à atenção e completude que envolve tanto o profissional quanto a sua audiência.

³⁵ Parte do conceito de “hipérbole fotográfica”: apropriação de fragmentos descontextualizados de fatos ocorridos com o objetivo integral de exagerar/realçar uma ação ou elemento da verdade subjetiva. Geralmente, com cunho crítico social/político.

A interatividade passa a ser elemento fundamental de qualidade. O valor simbólico de cada produto informativo confronta sistematicamente a audiência ao passo que a convida a fazer parte de sua extensão, mesmo quando o espectador configura-se como leitor/comentador (Lévy, 2002). A partir do momento que a audiência partilha o conteúdo, esta inicia um processo de exposição de significado de acordo com a sua recepção simbólica e identificação com o respectivo produto midiático (Idem, 2002).

Movido pela expectativa de acompanhar o conteúdo que compartilhou ou comentou, o espectador promove uma série de conexões digitais com outros espectadores. Inicialmente, esta ação verificava-se nos chamados “grupos de *e-mails*” ou fóruns virtuais (Lévy, 2002). Os espectadores passam a fazer parte de uma rede de contatos virtuais desconhecidos ligados por um interesse comum (Idem, 2002: 67). Aos mais diversos assuntos associavam-se distintas listas de discussões: “política”, “culinária”, “rede-professores-brasil”, “apaixonados por fotografias”, etc.. Da conexão *online* direta e pessoal ao discurso social, os grupos de discussões determinavam o espaço de acordo com o apelo informacional daquilo que se julgava valer a partilha (Idem, 2002).

A necessidade de emitir pontos de vista, opinar sobre determinado assunto, torna recorrente a ideia de compreensão e recepção do produto compartilhado com a “comunidade virtual” ou com “a rede” por parte da audiência (Lévy, 1997).

Lévy (2002) ressalta que os *media* possuem um espaço de poder capaz de evidenciar interesses específicos, assim como valores ou opiniões. A natureza comunicacional dos *media* torna possível dar a capacidade de notoriedade ao público como atores sociais (Lévy, 2002).

A participação dos atores sociais na reprodução social de conteúdos torna-se possível com a interdependência dos *media* com vários outros elementos de intermediação e negociação comunicacional (Lévy, 2002). Por exemplo, há órgãos públicos que chegam a ser mediadores de conteúdos em determinadas sociedades. Os diferentes interesses e poderes agregam autonomia à rede, esta se estabelece livre de constrangimentos ou imposições (políticas, econômicas) como sinônimos de sucesso e permanência (Idem, 2002). No entanto, há um mecanismo de dependência entre as redes de informação e o espaço público. A relação de apropriação de conteúdos para reprodução também faz parte desse processo social da comunicação (Oliveira, 2009). Profissionais da informação dirigem conteúdos e organizam os *media* de acordo com ações sociais cujo foco centraliza-se em seu respectivo público. A utilização dos *media* promove atividades sociais por aqueles que buscam a informação nas suas variadas formas (Lévy, 1997).

A informação e o ato de se informar pontuam atividades inerentes ao ser humano (Coutinho, 2013). Em graus distintos esta ação não segue uma linearidade contínua. É, portanto, característica do processo de apreensão dos elementos da realidade: observar, indagar, descobrir, registrar, conhecer, apreciar, interpretar, divulgar e compartilhar momentos, histórias, notícias, acontecimentos (Idem, 2013).

A conjugação entre os *media* e a sociedade em todas as suas configurações e dimensões (indivíduo *versus* coletividade, público *versus* privado), tem viabilizado e legitimado a relação de dependência tecnológica desta nova era digital (Oliveira, 2009). A persuasão dos *media* no ajuste da mostra dependente de como o novo espaço público se estrutura, tem constituído progressivamente o ideal do que seriam as “necessidades” contemporâneas (Queiroz, 2005). O fazer parte deste mundo que informa tanto quanto comunica é ser capaz de produzir sentido em todo o processo comunicacional. É ser audiência ao mesmo tempo em que é produtor de conteúdo. É partilhar informações em tons de desabafo e sentir-se parte do mundo. É, ainda, ser estimulado e ao mesmo tempo instigar encontros em um espaço real e virtual a fim de multiplicar maneiras de “estar presente”.

Como apresentado no capítulo anterior³⁶, o processo de significação icônico passa pelo domínio verbal existente em toda linguagem, uma vez que à compreensão cabe a ação de nomear (Joly, 2005). A qualquer representação fotográfica podem ser associadas linguagens verbais ou orais: as mensagens visuais relacionam-se com as estruturas das linguagens respectivamente associadas (Santaella, 1983).

A produção de conteúdo verbal icônico em redes sociais tem sido cada vez maior. A ser tratado aqui o material levantado na página de criação fictícia “Dilma Bolada”, o Facebook Brasil destaca-se como elemento chave na manutenção visual e verbal icônica na relação dos espectadores enquanto audiência e produtores de conteúdos. As hipérboles fotográficas, elaboradas pela audiência ativa, ressaltam criações através de apropriações icônicas. A necessidade de se fazer ouvir é parte da experiência humana (Jenkins, 2008). Com o desenvolvimento tecnológico acrescenta-se à percepção da experiência a dependência do indivíduo face àqueles dispositivos intercalados pelas palavras e imagens. A sociedade passa a ter como referência visual fatos e acontecimentos. Os *media* mediatizam imagens e estreitam a dependência da audiência para a apreensão e

³⁶ In “A Imagem Fotográfica como linguagem”.

compreensão das ocorrências: notícias, artigos, matérias, entretenimento, etc. (Queiroz, 2005).

Visivelmente presente na rede social Facebook, os usuários têm a possibilidade de transitar livremente da posição de consumidores informacionais a produtores de conteúdo. Evidentemente, a fidedignidade da informação, bem como a veracidade dos fatos que completam a comunicação criada pela própria audiência, nesta rede social, pode ficar comprometida. Destaca-se, a esse ponto, a abordagem contextual como parte da ideia de “fragmento da realidade”. A audiência, em sua característica mais usual, assume um posicionamento vulnerável que aproxima de suas verdades pedaços do passado para intensificar ou apenas “tornar presente” fatos ocorridos. Assim, críticas ao governo ou a alguma tomada de decisão política são visualmente expressadas em páginas pessoais do Facebook. A forma é o protesto. A ideia é a participação, “tornar-se” cidadão enquanto membro ativo de uma comunidade. A possibilidade é o Facebook.

O fluxo de conteúdo advindo das mais diversas fontes e plataformas midiáticas coopera para que múltiplos mercados criem espaços dentro das redes sociais. O Facebook mantém-se à frente pelo alto número de usuários comuns (ditos não comerciais) e à elevada quantidade de empresas que aderiram à sociedade *online* proposta pelo conceito de rede social.

As transformações tecnológicas propostas por esta rede definiram novas estruturas mercadológicas, culturais e sociais, facilitando a convergência mediática e, portanto, a circulação constante de conteúdos (Jenkins, 2008). Ainda nos primeiros anos de existência, o Facebook (FB) caminhava distintamente com características jovens. Era voltado à simples conversa e partilha de momentos da vida. Com o passar do tempo e desenvolvimento tecnológico, a rede transpassa o ideal social de comunidade e galga espaço relevante de estruturação pública. Ou seja, do que era sua ideia inicial, hoje o FB revela-se como um dos pilares do poder digital. Compra-se através do FB. Efetuam-se manobras políticas através do FB. Sobretudo, ao cidadão comum distante e sem voz ativa político-social, o FB torna-se uma possibilidade de denúncia; de se fazer “ouvir”. Com interligações, o usuário vê-se com a possibilidade de extravasar suas angústias e descontentamentos sobre os mais diversos assuntos (Jenkins, 2008). O terror da guerra, a poluição, o machismo, homofobia, racismo, dentre tantos outros, são temas recorrentes pelos quais usuários do Facebook caracterizam suas denúncias (figura 11). A defesa pela qualidade de vida, pelo paradigma cultural e educacional, mantém o carro-chefe das

bandeiras levantadas na rede social. A riqueza, luxo e bem-estar material são geralmente exagerados e ressaltados também em hipérbolos fotográficas.

Figura 11³⁷ - Hipérbole Fotográfica Dívida Brasil versus Entretenimento



Na figura acima, verifica-se a criação de uma imagem a partir de dois momentos distintos: um político e outro de entretenimento. No retrato superior, o ex-Presidente Lula e a atual Presidente mostram-se descontraídos e felizes. O texto acrescentado refere-se à dívida do país: “O Brasil deve R\$2,12 TRILHÕES” (ênfase no valor em letra maiúscula). A parte inferior contém dois homens se beijando. O texto que acompanha completa o raciocínio iniciado com a parte superior: “Mas a cena de 2 homens se beijando na novela desperta mais interesse e atenção!”. Entre os estilos de letra e tamanho nos respectivos textos, a informação sobre a dívida do Brasil se destaca. A imagem foi publicada no Facebook pela página “Anonymous” em 02 de fevereiro de 2014. Doze horas após a publicação, 2.282 pessoas já haviam curtido e 3.816 haviam compartilhado o conteúdo. Poder compartilhar conteúdo, curtindo ou partilhando postagens, possibilita ao usuário promover interligações e, assim, extravasar seus questionamentos para um público ilimitado.

O constante resgate ao interesse subjetivo pontua o modo de agir e existir nas redes sociais. A forma fluída de comunicar estrutura-se pela noção da tríade: emissor-mensagem-receptor, proposta por Peirce (Santaella, 1983). As alterações de conteúdos promovem o desdobramento e a circulação da informação através da relação entre os espectadores e os conteúdos (imagens, textos verbais, produtos mediáticos, etc.) interagidos (Jenkins, 2008). À consciência de que o espaço público favorece ações dos mais diferentes níveis sociais,

³⁷ Figura publicada no Facebook página “Anonymous” (<http://www.fb.com/anonymus>) no dia 02 de fevereiro de 2014.

associa-se o fato de que a sua estrutura propicia possibilidades diferentes de comunicar pontos de vista particulares e, portanto, distintos em contextualizações culturais, sociais, políticas e Históricas.

Partindo desta noção de caráter inovador passível de mobilização coletiva (Cabo, 2008) os atores sociais engendram uma relação ambígua entre ambientes públicos e privados. As múltiplas fontes de identificação dão acesso às mais distintas ordens e formatações de fragmentos da experiência.

Partilhar convicções mantém ativo um movimento que parte do individual e instiga a recepção coletiva como um processo interativo em que os atores sociais definem os sentidos de suas abordagens através de processos de definição da coletividade (Lévy, 1997). Em um espaço passível de desterritorialização advindo pela expansão dos *media*, a identidade do coletivo define referências.

2.2. Divergências e Abordagens na produção e receptividade de conteúdos textuais icônicos em espaços oficiais VS fictícios

As divergências e abordagens na produção e na receptividade dos conteúdos fotográficos que circularam em espaços digitais e virtuais serão trazidas aqui com o intuito de destacar as características relevantes que definem tais espaços como sendo oficiais e fictícios. Partindo do pressuposto de que a criação e o suporte técnico já apresentam distinções entre tais sítios, serão abordados aqui os produtos mediáticos circulados nos respectivos espaços. As imagens fotográficas sobreviventes aos períodos demarcados por grandes mudanças sociais e políticas no Brasil serão o fio condutor entre épocas e suas convergências atuais.

No sítio *online* oficial da Presidência da República do Brasil³⁸, denominado como “Palácio do Planalto – Presidência da República” verifica-se de imediato uma estrutura voltada a uma literacia visual. A localidade dos tópicos facilitadores da navegação organiza-se a partir da orientação visual ocidental que mantém a direção pontual e fluida da esquerda para a direita. No centro do espaço nota-se uma galeria de fotografias de imprensa referentes a ações do governo. Em sua maioria esta galeria é formada por fotografias da Presidente da República. Em grupos de quatro ou cinco fotografias, a

³⁸ *WebSite* do Palácio do Planalto: <http://www2.planalto.gov.br/>. Acessado durante os meses maio/junho e de setembro a dezembro de 2013; janeiro a maio de 2014.

dinâmica instaura-se pela transição automática entre as imagens. Esta sequência se torna gradual ao encadear-se pelas ações sígnicas representadas em cada uma das imagens. Em 90% das imagens fotográficas observadas no mês de junho de 2013, a presidente do Brasil Dilma Rousseff apresentava-se segura e feliz, com sorrisos ou gestos suaves de confiança e sobriedade. Reuniões, visita em obras federais tais como as construções destinadas ao evento esportivo que o país sediará em 2014³⁹, como também pronunciamentos oficiais.

No mesmo período, o perfil oficial da presidente Dilma Rousseff no Facebook (com 513.520 seguidores) mostrava uma mulher firme, segura de si e com o controle de situações diversas. Do início do mês de junho ao dia 17 do mesmo mês, vídeos de reuniões, entrevistas, discursos em formaturas, anúncios de investimentos, marcaram as principais publicações em seu perfil. A imagem de uma mulher sensata e humana transcende à força de quem controla ou dita ordens. Em 17 de junho de 2013, onze dias após a primeira atividade social que marcou o início das manifestações no Brasil, verifica-se no perfil oficial do FB da presidente a seguinte declaração⁴⁰:

Declaração da presidenta

17 Junho 2013

"As manifestações pacíficas são legítimas e próprias da democracia. É próprio dos jovens se manifestarem", afirmou Dilma em mensagem transmitida a jornalistas por meio da ministra da Comunicação Social, Helena Chagas.

Dois dias antes, no *blog*⁴¹ do Planalto na galeria de fotografias “imagens da semana” notou-se uma mostra de eventos bem sucedidos como o “Minha Casa Melhor”, “Sistemas de Segurança”, “Investimentos em Comunidades do RJ” e momentos da “Copa das Confederações”. Doze dias depois da primeira manifestação, o Brasil já paralisava cerca de três milhões de cidadãos espalhados por quase todos os Estados do país. No *blog* do Planalto e nas imagens iniciais, fotografias da “Formatura do Instituto Rio Branco”, “Lançamento do Marco Regulatório da Mineração” e registros fotográficos do “Encontro com a CNBB”. Na mesma data, no perfil oficial da presidente no FB, é postado um vídeo em que a representante do país afirma que o “vigor das manifestações deve ser aproveitado

³⁹ Referências às construções dos estádios de futebol, complexos e obras em aeroportos do Brasil como mostra preparativa e em execução para a competição desportiva – COPA.

⁴⁰ Mostra visual do *post* publicado na página no perfil oficial de Dilma Rousseff, em 17 de junho de 2013.

⁴¹ Sítio composto dentro o espaço *online* do Palácio do Planalto: <http://www2.planalto.gov.br/>.

para que mais mudanças sejam feitas em benefício da população”⁴². Ainda no mesmo espaço no FB, seguiram-se mais cinco publicações totalizando 1.759 partilhas, sendo apenas uma isolada em nota à imprensa. As quatro outras, compostas por elementos audiovisuais: sobre a abertura de reunião com governadores e prefeitos de capitais; em relação às declarações do presidente da OAB (Sr. Marcus Vinicius Furtado Coêlho); sobre reunião de Dilma Rousseff com o presidente da Central Única das Favelas (Sr. Preto Zezé) onde divulga a implementação do fórum permanente de diálogo e, por fim, publica-se no dia 27 de junho um conteúdo audiovisual com o ministro da Educação (Sr. Aloizio Mercadante) informando que a presidente enviaria mensagem à Câmara e ao Senado com proposta de realização de um plebiscito sobre uma possível reforma política.

Destas publicações, nenhuma fez referência aos processos de mobilização social altamente reprimidos pelas forças armadas policiais. Logo no início das movimentações, jornalistas de diversas mídias foram agredidos e feridos fisicamente. Os atores sociais presentes também na rede social foram os grandes provedores de informação enviando e publicando conteúdos audiovisuais e, principalmente, fotográficos (figuras 12 e 13).

Aqui, a conexão imediata com a rede proporcionou um fluxo imensurável de conteúdos visuais digitais circulados. Registros do “aqui e agora na Avenida Paulista”, etc., lotaram *timelines* ou linhas do tempo e instigaram, assim, partilhas constantes de denúncias sobre “a violência”, “a censura”, “a voz do povo” ou sobre “o povo acordou” – expressões diretamente utilizadas pela audiência ativa.

Figura 12⁴³ - #VEMPRARUA



⁴² Link direto para o vídeo postado:

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=XEj3UH69g5k

⁴³ Figura 12. Fotografia publicada por usuária do Facebook em 20 de junho de 2013. Com a *hashtag* “#VEMPRARUA”, a publicação da usuária teve 6.994 partilhas.

Aqui, a publicação de um registro feito durante as passeatas que compuseram o movimento social do mês de junho de 2013. No texto do cartaz, a mensagem “Na Arábia Saudita ladrão é amputado, no BRASIL é DEPUTADO”. Referindo-se à corrupção, a autora propõe um desabafo sem acrescentar resoluções. Em seu comentário, convida outros cidadãos a participarem das manifestações, escreve: “#VEMPRARUA”. A publicação da usuária teve 6.994 partilhas na rede social Facebook.

Figura 13⁴⁴ - Movimento Social



Na imagem acima, senhores seguram faixa com dizeres que remetem ao período do regime militar no Brasil (1964-1985): “Os jovens de 1968 apoiam os jovens de 2013”. Ressaltamos que no ano de 1968 o Ato Institucional Cinco, chamado AI-5, foi assinado após protesto estudantil contra a ditadura militar. O AI-5 dava ao Presidente (na época Costa e Silva) o poder de cassar políticos, impor censura à imprensa, fechar o Congresso, prender opositores, dentre outras atividades (Pilagallo, 2004). Com referência direta ao direito de expressão e à cidadania, os senhores da imagem seguem tranquilamente em caminhada ao lado de jovens manifestantes. A postagem teve 709 partilhas.

No mesmo período, o perfil fictício denominado “Dilma Bolada” (com 1.109.319 seguidores) contou com 26 publicações no Facebook, somando 71.666 partilhas de conteúdos individuais. Destas, criações de imagens, bem como hipérbolos fotográficas figuraram assuntos diversos como política, economia, cultural, questões sociais, entre outros tópicos, porém sempre com a máxima do humor presente. Reafirmar assuntos de interesse público como resposta a publicações nos *media* seguiu como “lugar comum” às postagens da personagem fictícia. Mas, apenas em 17 de junho do mesmo ano é que foi

⁴⁴ Figura 13. Fotografia postada por usuário do Facebook em 20 de junho de 2013. Na imagem senhores seguram faixa com dizeres que remetem ao período do regime militar no Brasil (1964-1985): “Os jovens de 1968 apoiam os jovens de 2013”. A postagem teve 709 partilhas.

feita a primeira postagem da personagem com referência direta ao movimento social que acontecia no país. Foram 8289 aprovações (“like”), 235 comentários e 1037 compartilhamentos. A postagem consistia na seguinte mensagem:

“As manifestações pacíficas são legítimas e próprias da democracia e é próprio dos jovens se manifestarem!’ Que preferimos sempre o barulho da democracia que o silêncio das ditaduras. Viva a democracia!!!” (Dilma Bolada, personagem fictícia).

Nos comentários, diversas alusões às falhas do governo, lembranças de promessas não cumpridas, desconforto de parte da população sobre o Brasil sediar a Copa do Mundo, mas, sobretudo, 70% dos comentários referiam-se à liberdade de expressão e aos valores e diretos presentes em um regime democrático.

As abordagens promovidas pelos produtores de conteúdos nos três espaços observados no período em questão, o *website* oficial da Presidência da República, os perfis no Facebook oficial e fictício da Presidente Dilma Rousseff e Dilma Bolada, respectivamente, apresentaram estratégias visuais acessíveis e de fácil identificação social. Sorrisos, gestuais positivos, aspecto vitorioso e bem sucedido dialogaram diretamente com composições espaciais, ambientais e dinâmicas. Os registros fotográficos eram em sua maioria fiéis ao fotojornalismo e, quando alterados enquanto fotografia, mantinham aspectos naturais para uma identificação confiável.

Os conteúdos postados pelos atores sociais não mantiveram a mesma característica que os publicados pelos perfis oficial e fictício (Dilma Rousseff e Dilma Bolada, respectivamente), bem como às publicações fotográficas oficiais feitas pela imprensa do Planalto no *website* da Presidência. Através dos conteúdos publicados pelos atores sociais, observou-se que o teor das mensagens e hipóteses fotográficas seguia contra o Governo Federal. Apropriações fotográficas circularam nas redes sociais como forma de protesto. Como exemplo, retomamos a figura 07. Aqui verificamos a alteração do documento fotográfico com o objetivo de realçar o descontentamento com as tomadas de decisões da Presidente Dilma Rousseff. Na fotografia, Dilma estava sendo julgada por suposta militância política, ainda como parte integrante do movimento estudantil de 1972. O realce do descontentamento provoca o exagero crítico e promove a criação de uma hipótese fotográfica.

2.3. A Memória Social na criação de Hipérboles Fotográficas

Para uma abordagem sobre memória social alinha-se a ideia de modo simbólico presente nas representações da realidade através da fotografia (Aumont, 2009). Preliminarmente, cabe o endosso de que as imagens servem à sociedade enquanto símbolos. Estes símbolos, religiosos ou culturais, foram considerados como aberturas ou possibilidades de acesso ao sagrado. Passando brevemente pela pré-história, volta-se à Grécia antiga. As primeiras esculturas com alusões visíveis ao sagrado traziam representações divinas. Zeus é a referência imediata desta cultura. Não obstante, símbolos religiosos e funções acrescidas em imagens também religiosas são constantemente acessadas pela memória social coletiva (Aumont, 2009). A imagem de Cristo na Cruz, ou a própria força de fé imposta no símbolo da Cruz é elemento de significação da recepção. Se descontextualizar a cultura representativa e receptiva, o símbolo perderá sua força e amplitude.

Assim, o modo epistêmico da imagem sobre o mundo traz possibilidades de reconhecimento sócio-cultural e, para além de uma visualidade imediata de localização tempo/espacial, permite ao espectador apreender seus aspectos não visuais. Como por exemplo, a retomada de acontecimentos sociais presentes no processo de registro da fotografia em questão.

Das imagens que marcam ou marcaram uma sociedade, um tempo, uma cultura ou nação, os valores estéticos pontuam tanto quanto comunicam. Agradar ou ferir (Barthes, 1984), se destina ao modo em como o espectador dialoga com a imagem. Esta recepção virá em sintonia com a experiência de quem assiste e recebe a informação ou mensagem. Sensações específicas e subjetivas pronunciarão aspectos apreendidos deste processo (Idem, 1984).

Assim, quando uma fotografia é retomada sob qualquer aspecto em um tempo distante da origem de seu registro, o seu impacto atual estará diretamente relacionado à memória social coletiva mantida também em associação com os acontecimentos Históricos respectivamente relacionados (Aumont, 2009). Os aspectos de rememoração relacionam-se com a realidade e as funções objetivas das imagens. No caso do fotojornalismo, o poder simbólico interliga-se com o domínio das produções sócio-culturais (Oliveira, 2009).

Assim, em uma cobertura de reportagens fotográficas, por certo não faltarão fotografia dos líderes do movimento, dos políticos engajados, da audiência local, dos opositores e da própria condição do ambiente em questão. Tais protocolos acabam por

reforçar padrões de reconhecimento futuros, bem como futuras contextualizações políticas, econômicas, culturais e sociais.

Registros da atual Presidente da República do Brasil em uma reunião com governadores e prefeitos das capitais dos Estados brasileiros não poderão faltar assim como outros documentos fotográficos foram feitos quando ocorreram. Este diálogo entre as personagens retratadas em suas respectivas épocas permanecerá atemporal, uma vez que se trata do registro de objeto central: o agente do fotográfico⁴⁵.

⁴⁵ Agente do Fotográfico: constitui-se pelo motivo que gerou o registro fotográfico. O fato, a personalidade, o movimento ou o acontecimento que teve de ser registrado a fim de fazer parte da História daquela sociedade/país.

CAPÍTULO TERCEIRO – O Discurso Político na Fotografia

3. Sobre o Discurso Político

A ideia de discurso político passa pelas mais diferentes áreas do saber. Trataremos aqui o discurso visto pelas Ciências da Linguagem.

Compreendendo-se por discurso a exposição de ideias proferidas publicamente com objetivos determinados, abordaremos o conceito de discurso político proposto por Patrick Charaudeau (2011). O discurso político configura-se na relação entre palavra e ação. Explorar a linguagem de acordo com a imagem que se objetiva em função do público ouvinte, determinará intensidades e gestuais (Idem, 2011). Os elementos que legitimam a verdade do discurso determinam e direcionam o poder da fala: convicção, carisma, seriedade e pausas (Idem, 2011). Arendt, Bourdieu e Habermas ressaltam proposições acerca da complexidade das relações entre os elementos constituintes no processo político e identificam interações, afinidades, divergências e organizações presentes na ação política e em suas instâncias e valores.

As trocas sociais compreendem uma dependência entre linguagem e ação, uma vez que toda linguagem é um processo que parte de um emissor com o objetivo de emitir uma mensagem a outro indivíduo, o receptor (Moreno, 2010). Assim, a tomada de consciência existe pela percepção da relação do indivíduo com a sua realidade. A esta realidade específica e apreendida de forma particular, cabe o princípio de alteridade concomitantemente ao conceito de Umwelt (Uexküll, 2010).

Jakob von Uexküll⁴⁶ (2010) propõe a percepção e a consciência de que o indivíduo existe sobretudo para o outro e a sua realidade a partir da ideia de que a vida não é apenas uma questão de como as coisas acontecem e interferem imediatamente entre si, mas como as questões desta interação relacionam-se com os demais sistemas interconectados. A esta interação inclui-se também o próprio indivíduo (enquanto organismo vivo) e suas maneiras de percepção distintas ou “(...) *include organisms in their separately perceiving worlds* (...)” (Uexküll, 2010: 2).

⁴⁶ UEXKÜLL, Jakob von (2010). *A Foray into the worlds of animals and humans – with a theory of meaning*. Minnesota: University of Minnesota Press.

A percepção através do “mundo particular” é, segundo Jakob (2010), necessariamente incompleta, mesmo quando observada intensamente pela ciência ou abraçada pela filosofia, pois faz parte de um sistema maior, talvez de um universo infinito.

A aproximação da Umwelt (Uexkül, 2010) com o instinto de sobrevivência dos seres vivos (reino animal) é descrita pela linguística pelo poder de descobrir e criar conexões, através das quais o indivíduo passa a sentir-se o “mestre do universo” (Moreno, 2010). No entanto, para Jakob (2010), tais características são apenas “muletas” que sustentam a fraqueza psicológica do homem. Há, portanto, a constante necessidade de apropriação da realidade de acordo com a percepção subjetiva de cada espécie: a Umwelt.

O processo de participação entre as percepções de realidade ou a consciência da existência do outro promove o que seria o princípio da influência (Charaudeau, 2011). Aproximam-se os universos particulares a fim de interferir diretamente na percepção do outro. Isto é, provocar, instigar, instaurar no outro, elementos, características, particularidades que não pertencem a este segundo, a fim de fazer com que o mesmo aja de acordo com as vontades do primeiro.

Não obstante, a este processo de participação e influência de percepções e ações de acordo com as respectivas realidades cabe o complexo gerenciamento que regula os princípios desta relação. A consciência do grau de influência entre os indivíduos é parte fundamental desta regulamentação. Promover ações sobre o outro, instigando-o a pensar e agir conforme uma intenção preliminar exige uma complexidade ímpar no processo de comunicação onde o indivíduo emissor distingue-se do receptor pelo alto grau que exerceu no seu interlocutor. Quando transpostos à relação falante *versus* ouvinte, este processo se dá pela efetiva submissão daquele que ouve em relação ao que tem o poder da fala (Charaudeau, 2011).

Quando há a percepção de que influências podem ocorrer, os indivíduos resguardam-se à valoração dos acontecimentos. Isto é, geralmente o segundo ente da relação emissor/receptor envolve-se pelo processo de destaque ou de superioridade daquele que emite ou impõe a mensagem enquanto “suposta verdade”. A apreensão passiva do receptor diante às competências discursivas do emissor proporciona a ele (emissor) oportunidades de intensificação do discurso. Patrick Charaudeau (2011) qualifica esta forma de existir do ouvinte como processos de autoridade, pois através do reconhecimento de troca entre emissor (falante) e receptor (ouvinte), há um poder de “intenção de troca” que forma o processo de influência. É neste processo que está o poder da ação. É nesta interatividade entre o falante e o ouvinte que se faz o ato de linguagem. É nele que se

contém o poder da ação. Através da relação de influência entre os sujeitos afirma-se o vínculo social (Charaudeau, 2011).

Hannah Arendt (2002) define como política a convivência entre as diferentes pessoas, ou a determinação da vida social organizada para a tomada de decisões em prol da convivência em conjunto. A tomada de decisão faz parte do processo de ação política o qual determina e organiza a sociedade. Dar meios para que a comunidade tome decisões em conjunto significa proporcionar estruturas que objetivem ações passíveis de execuções com resultados positivos. Os agentes da tomada de decisão devem garantir meios capazes de prover resultados eficazes.

Charaudeau (2011) apresenta as “instâncias” como questões relevantes à aplicação da ação política. Seriam elas: instância política e instância cidadã. À instância política cabe a realização propriamente dita da “ação política” enquanto decisão e cumprimento das funções possíveis. À instância cidadã está atribuída a escolha de seus representantes no poder e a realização do “desejável”.

Desta relação entre as instâncias ocorre a sanção de leis e seus cumprimentos. O consentimento da instância cidadã deve ser constante. A partir daqui, Arendt (2002) propõe o poder político como o poder cidadão, já que a política acontece entre os homens. Ressalta que a liberdade caracteriza o sentido da política uma vez que é através dela que se constitui a espontaneidade de cada indivíduo. Para Arendt (2002), a espontaneidade destaca a diferença entre os homens e cria um espaço para que a liberdade aconteça.

Habermas (1990) ressalta ainda que às instâncias política e cidadã compreendem processos de fluxos contrários, uma vez que à instância política cabe uma produção comunicativa do poder legítimo ao mesmo tempo em que constitui parte dessa legitimação através do sistema político. O poder administrativo desenvolve-se pelas regras da ação política. Propõe um espaço de persuasão que determine valores correspondentes à instância política ao mesmo tempo em que promove uma relação de argumentos factuais entre razão e emoção. O objetivo é levar até a instância cidadã a certeza de suas ações: “Todos os grandes políticos disseram, ou deram a entender, que a arte política reside em uma boa gestão das paixões coletivas, isto é, sentir com os outros (...)” (Charaudeau, 2011: 19).

Assim, pela ideia de política compreende-se a tentativa de organizar o viver em conjunto, em uma comunidade ideal em que as definições dos seres seriam estabelecidas através de suas relações de trocas.

A persuasão e a discussão sustentam espaços de valores em que a ação política se mostra dependente. O discurso político sustenta-se entre o espaço de discussão e

persuasão, onde a palavra define ideias, organiza, coordena e promulga leis e ações políticas. Os elementos que constituem o discurso político estruturam-se pela funcionalidade presente entre o fazer do dizer e a verdade do fazer. A palavra política apresenta a verdade da ação manifestada por meio de decisões. A verdade da discussão se apresenta a partir da ordem da razão – a persuasão – e da empatia.

O espaço político desmembra-se pelos espaços da discussão e da persuasão. Dentre os espaços públicos e privados a denominação de comunicação política advém, sobretudo, do efetivo conteúdo a ser abordado em relação à opinião pública. A forma e a maneira de exposição desta abordagem de conteúdos são desafios que permeiam os processos de decisão do agente/representante político e de sua respectiva ação.

Ao discurso político cabe a compreensão de uma determinada maneira de tratar a linguagem de modo a manter a funcionalidade de acordo com os resultados desejados.

3.1. O Discurso Político e a Imagem: identificação, ideologia, representações sociais e sistemas de pensamentos

Sob o ponto de vista da linguagem, o discurso político encontra uma suposta opinião e verdade de acordo com suas respectivas construções. Enquanto a opinião estrutura o pensamento reflexivo, a verdade compreende-se pela vontade de ação e tomada de decisões (Bourdieu, 1989). A construção da opinião, tanto por parte dos atores políticos quanto por parte dos atores sociais, promove um espaço comum onde pensamentos articulam diversas ações intercambiadas pelos membros dos respectivos grupos. Essa compreensão constitui certa mediação de valores que servirão como fundamentos do discurso.

Bourdieu (1989) pontua que o campo de ação de um discurso constrói-se nos locais onde as trocas simbólicas ocorrerão. O espaço de enunciação é tido como o espaço onde a linguagem se apresenta. Pierre Bourdieu (1989) ainda discorre sobre a heterogeneidade e as mais variadas significações abrangidas pelo discurso político. Diz que os atores políticos, a estabilidade e os comportamentos enunciativos devem ser tratados como elementos de eficácia política, desde que assegurados pelo próprio discurso. Os atores sociais lidam com o ideal de que suas constatações sejam tão fortes quanto impactantes. Ou seja, a identificação de elementos do discurso como mensagem apreendida deve

constituir o fazer ver e o fazer crer como dados da enunciação. Aos comunicadores políticos ou “analistas” cabe a máxima apreensão dos sentidos possíveis do discurso.

Segundo Charaudeau (2011), os atores políticos ao mesmo tempo em que devem convencer a audiência de que suas ideias e projetos políticos são sensatos e relevantes, devem, também, conquistar o maior número possível de cidadãos. Fazer com que os atores sociais consigam aderir aos seus valores é parte de um processo estratégico de como estabelecer e proferir o discurso político.

Simultaneamente ao ideal de ordem social o ator político deve estabelecer, através de uma identidade discursiva, os conceitos políticos e os valores humanos que orientam a concepção sobre a vida (Charaudeau, 2011). Para sua manutenção enquanto ator político deve apresentar também uma identidade discursiva que corresponda à prática da política. Neste sentido as estratégias de articulação e gestão do poder se estruturarão a partir de seus posicionamentos ideológicos. Deve ser ainda levado em conta os contextos Históricos presentes e passados envolvidos no resgate da memória coletiva social (Charaudeau, 2011).

As representações sociais dos atores políticos estruturam-se a partir de elementos que ajudam a ressaltar as suas ancoragens qualitativas. Estes elementos são utilizados como forma de instigar a audiência a aceitar os atores políticos. Assim, a identidade social do político, a maneira como ele apreende e se expõe à opinião pública, bem como o percurso escolhido para conquistar a audiência, ressaltam aspectos de decisão sobre o que este julga necessário abordar/atacar; se as ideias, ações ou os demais atores políticos.

A percepção de como a opinião pública recebe suas mensagens e ações, sustenta a sua estratégia de cuidado e apresentação (Charaudeau, 2011). Esta percepção é fundamental para o enlace social de um discurso preciso para determinada audiência. Aqui, aparece como ajuste necessário ao bom desenvolvimento da conquista do público a escolha certa da abordagem discursiva. A imagem do político começa a ser lapidada.

O ajuste do discurso para certo tipo de audiência promove variadas alterações tanto em relação às estruturas da linguagem, quanto aos usos de suas ferramentas de persuasão. O domínio de pausas reflexivas logo após grande entonação enfática a assuntos delicados é um exemplo de estratégia discursiva para aceitação de argumentos mais austeros ou autoritários.

Charaudeau (2011) acrescenta ser característico dos *media* a observação da estrutura do discurso político também para explorar o valor notícia. Coloca que o universo político se explora pela necessidade de “dramaturgia” (Idem, 2011: 85). Esta dramaturgia

apresenta-se através do intenso uso de imagens com o objetivo de “conquistar os imaginários sociais” (Idem, 2011: 85).

Charaudeau (2011) propõe ainda que o modelo de imagem ideal para o político seria aquele capaz de evocar os mitos universais e apresenta-los como virtudes. Ter um temperamento firme, porém em harmonia com a fala e comportamento, saber criar acontecimentos favoráveis em relação às circunstâncias históricas são excelências que fortalecem a imagem do ator político. Os atores políticos que conseguem abordar tais características exploram tons de voz e expressões corporais facilitando, assim, a transposição do ‘eu’ político ao ‘eu’ personagem (Charaudeau, 2011). Desta aproximação dramática, políticos têm caminhado por outras áreas com o intuito de facilitar a comunicação simpática entre eles e a sua audiência. Os atores políticos têm instrumentalizado com grande sucesso algumas estratégias de representação e arte performativa. A simpatia, o entretenimento, o contato direto com o cidadão (caminhadas políticas, por exemplo) e as boas emoções tornam-se elementos de fácil recepção social (Charaudeau, 2011). Para o ator político, esta comunicação resulta em uma associação politicamente saudável entre ele e os atores sociais.

Esta associação se dá porque toda linguagem promove uma construção visual em graus diversos (Moreno, 2010). Há no discurso a construção de uma imagem direta daquele que fala e como fala (Charaudeau, 2011). Elementos corporais de expressão física (também através de imagens fotográficas) e sonora (voz) são pilares a esta construção.

A identificação visual sobre aquele que fala, preliminarmente, coloca-se distante de uma ideologia (Charaudeau, 2011). A atenção dos atores sociais não mantém sua atenção nos conteúdos do pensamento e não promovem críticas e verificações da verdade. Nesta primeira instância, a simpatia do orador mantém a abertura necessária para que o discurso continue sendo percebido e internalizado.

Estratégias do discurso que são eficazes a um público pode não ser a outro. Um efeito emocional para uma audiência pode resultar em aspectos positivos ou negativos. Assim, a natureza de crenças à que se refere o discurso, bem como a maneira como é proferido ajuda a posicionar elementos eficazes mediante a recepção da audiência. O indivíduo que está com a palavra deve saber selecionar o que dizer a este público específico de acordo com os resultados desejados. Deve saber, sobretudo, que concomitantemente às palavras proferidas, sua imagem está sendo lapidada ou rompida.

3.2. A Construção da Imagem do Ator Político

Construir uma imagem pública é algo que passa necessariamente por diversos níveis de aceitação. Uma estratégia de construção utilizada pelo político ‘A’ pode não servir ao político ‘B’ dadas as mais diferentes circunstâncias: épocas diferentes, públicos distintos, acontecimentos descontextualizados, dentre outras. Portanto, a eficácia da imagem construída é um aspecto altamente relacionado ao carisma e à empatia daquele que fala em relação àquele que ouve (Charaudeau, 2011).

Os grandes acontecimentos sociais, como crises econômicas, escândalos políticos, movimentos sociais/protestos, guerras, dentre tantos outros, tornam-se também elementos de construção da imagem do político a partir de suas atitudes e posições.

Em política, a construção da imagem parte necessariamente para uma aceitação pública cuja identificação se relaciona a valores almejados pelo político. Aqui, a ideia de um *ethos* político participa do imaginário popular (Charaudeau, 2011). Envolver o maior número de pessoas reflete um reconhecimento e aceitação por aquele que fala.

Retomam-se⁴⁷ alguns aspectos referentes à imagem e ao imaginário para direcionar, posteriormente às estratégias políticas de criação e reconhecimento de valores por meio das imagens dos atores políticos.

3.3. Imaginário Vs Imagem

“As imagens, artefactos cada vez mais abundantes e importantes na nossa sociedade, são, até certo ponto, objectos visuais como os outros, dependentes exatamente das mesmas leis de percepção” (Aumont, 2009).

Como disse Aumont (2009), as imagens participam de um modo de percepção do mundo. Quando produzidas, como é o caso das pinturas, fotografias, gravuras, etc., não se sustentam na neutralidade de sentidos. Desse modo, a imagem refere-se aquela que é criada mentalmente como resgate à experiência vivida. Os sujeitos dessa enunciação aproximarão os elementos de associação e representação das imagens individuais ou coletivas.

⁴⁷ Capítulo Primeiro, Item Quatro: “Elementos da Imagem Fotográfica – Análises e Representações”.

A relação da imagem com o real passa pelo valor de sua representação. A imagem torna-se representativa quando concreta ou diretamente ligada ao objeto em questão (personalidades, coisas, lugares, épocas). Uma imagem pode servir como um signo quando representa conteúdos ou características visualmente perceptíveis⁴⁸. A imagem pode, contudo, apontar também para representações simbólicas enquanto referências a elementos abstratos.

Compreende-se pelo sentido de imaginário o domínio da imaginação como faculdade criativa e responsável pela produção de imagens interiores ao indivíduo. Sinônimo de ficção ou invenção, o espaço imaginário é um convite ao conhecimento de suas representações, como uma diegese (Lavrador, 1985: 119). De origem grega, o termo diegese destina-se à compreensão de uma realidade própria à ficção (Lavrador, 1985). Há um tempo diegético e um espaço diegético aos quais cabem o tempo e o espaço pertinentes à ficção. Coerências e limites partilham vontades de seu criador (Idem, 1985).

O indivíduo enquanto sujeito também simbólico, repleto de elementos significantes, participa do processo de sentidos através de uma relação mútua (Santaella, 1983). Entretanto, é através de mediações de formações imaginárias que este processo ocorre, uma vez que o simbólico não se constitui no indivíduo em si (Bourdieu, 1989).

A relação do imaginário com o seu processo de formação advém da relação do indivíduo com as suas referências de formação educacional e cultural. A sua relação com o real e os possíveis elementos de ilusão – ou aquilo que o indivíduo cria a partir de uma experiência – convergem para a criação do que seria a sua imagem e representação (Aumont, 2009). Formações imaginárias criadas pelo próprio sujeito são imagens suscetíveis à materialização quando exteriorizadas. Por exemplo: a criança que se reconhece como indivíduo em sua identificação corporal, a sua primeira formação imaginária como produção de uma imagem efetiva perene. Posteriormente, esta imagem é alimentada por tantas outras acrescidas no percurso da evolução do indivíduo. Ao seu imaginário são identificadas outras características de construção e alteração dessa imagem que, dialeticamente, manterão as referências iniciais de identificação (Aumont, 2009).

O complexo imaginário associa-se com identificações que distam do que seria a realidade. Em posições opostas o imaginário é construído por representações e significações de sentidos particulares. A percepção do indivíduo em seu contexto histórico, social e cultural é particular e subjetiva (Uexküll, 2010). Os sentidos de presença e

⁴⁸ A citar como exemplo imagens sígnicas os sinais de trânsito.

ausência, ou estar presente e ou só, integram significados também subjetivos. A quantidade de pessoas ao redor do indivíduo não traz necessariamente o conforto ou a angústia de não estar sozinho.

No percurso direto de reconhecimento da imagem do indivíduo, o imaginário e as identificações pontuam processos de observação tanto do sujeito espectador de si quanto ao outro que o assiste. Esta rede de identificação é mútua e promove significados específicos coerentes com a simbologia exteriorizada através de sentidos e emoções. Os componentes emocionais são elementos estruturantes de representações de experiências. Manifestações de diversas ordens como alegria, amor, ódio, medo, insegurança, etc., dimensionam fatos e acontecimentos localizando o indivíduo em um determinado posicionamento afetivo diante à experiência.

As emoções e os sentimentos relacionam-se diretamente com o momento da experiência (Merleau-Ponty, 1999). São constantemente evocados com a retomada do acontecimento como regressão à experiência. As imagens da experiência são acessadas, invocadas, mas o processo de detalhamento visual e emocional permanece incompleto, uma vez que pertencem ao passado. O resgate de suas características se dará de acordo com as marcas efetivas da experiência. Retornar aos elementos vividos é trazer ao conhecimento a relação de determinação entre acontecimento e experiência no momento exato de sua ocorrência (Idem, 1999).

Quando as emoções ligadas à experiência são fortes, o bloqueio a sua intensidade pode desviar o foco central da retomada do imaginário a fim de promover a sobrevivência do indivíduo. Quando as emoções ligam-se à vida social de modo a permanecer em aspectos sentimentais como desejo, tristeza, afeição, etc., o foco mantém-se na identificação e expressividade dos fatos.

Compreender o imaginário enquanto extensão visual da experiência é parte da percepção do homem enquanto entidade fenomenológica (Merleau-Ponty, 1999). O homem é, portanto, a sua experiência. O modo pelo qual ele se percebe no mundo é sustentado pela essência de sua consciência.

3.4. Estratégias e Imagens dos Atores Políticos

Aos diversos níveis de aceitação de uma imagem cabem estratégias de construção e ação política (Charaudeau, 2011). Apreensões transitam pela recepção subjetiva da

mensagem cujos resultados podem, ou não, ser os esperados. A escolha da estratégia ressaltará, portanto, o poder de atração que as imagens promovem no espectador (Idem, 2011). O desejo de compreendê-la e fazer parte de seus valores são partes do processo de identificação do sujeito que a recebe.

O reconhecimento de aspectos da realidade na imagem fortalece a ligação e a observação entre o agente e o espectador. Esta percepção constante apreende o mundo visual atribuindo mediações sógnicas entre objetos e espaços (Santaella, 1983). Estes reconhecimentos podem servir de relocalizações espaciais e contextuais sobre determinantes passados. Experiências vividas são constantemente lembradas e associadas a situações presentes através deste processo de reconhecer e relocalizar imagens conhecidas a novos conhecimentos. Freud (Freud *apud* Aumont, 2009: 59) identifica este processo como “reencontrar o conhecido” sendo aspectos positivos do reconhecimento. Diz que há uma satisfação psicológica no reencontro de experiências visuais através das imagens.

Roland Barthes (1984) atribui, ao processo de identificação e reconhecimento da imagem, qualidades receptivas distintas. Apresenta uma percepção mantida nos elementos de análise da imagem como sendo *studium*: o olhar do espectador detém-se nas informações contidas na fotografia, nos signos, nas codificações intencionais propostas pelo fotógrafo. O *punctum* surge quando o espectador se percebe envolvido por associações subjetivas, particulares, detendo-se pelo desejo de desvendar a imagem, descobri-la em um processo não codificado.

Barthes (1984) coloca ao espectador as vulnerabilidades da imagem ao passo que dá a ele todas as possibilidades de recepção subjetiva. O vestígio do real pode suscitar fenômenos ao sujeito que crê na imagem como representação da experiência da própria realidade. Esta crença aproxima-se do reconhecimento da experiência única; a identificação encontra-se no *punctum* que está entre a imagem e o espectador.

Estas qualidades distintas presentes nas maneiras de apreender uma imagem (fotográfica, por exemplo) separam o criador (fotógrafo) do ato de criação do espectador, enquanto observador. Ao mesmo tempo em que ao criador da imagem (fotógrafo) destinam-se intenções (valores acrescidos na mensagem), o ato de criação completa-se pelas referências definidas nos conteúdos evidenciados na imagem (Sontag, 1981). Não há, portanto, um espectador puro, livre de análises objetivas ou subjetivas.

A escolha pela abordagem estratégica ideal para a obtenção do melhor resultado possível entre a construção da imagem do ator político e o seu público, parte da necessidade de contextualização social, econômica e histórica. Saber os efeitos causados

pelas múltiplas conviências dos elementos contraditórios, por vezes frágeis, é ter o controle sobre as intenções e significações (Charaudeau, 2011). A construção da imagem do ator político passa, portanto, por aspectos de controle e moderação em harmonia com a simbologia do representante social ou o chefe de Estado.

Aspectos contraditórios podem coexistir dentro de uma única imagem promovida como positiva. A citar como exemplo, a referência do representante social como àquele que cuida de seus concidadãos como se fossem dependentes de atenção. Esta posição pode-se comparar à imagem de um pai que protege seus filhos de forma sensata ou uma imagem de um pai super-protetor que restringe as ações dos filhos para manter o controle da situação. O simbolismo que envolve a posição de pai é enaltecido, porém o exagero ou as atitudes extremistas são prejudiciais à autonomia e boa evolução de seu filho.

Assim, o político que conjuga as contradições ou aspectos opostos das mostras de personalidades de forma a manter o equilíbrio e a identificação confortáveis nos imaginários mais sensíveis das mais distintas audiências, terá uma imagem estável e eficaz.

Posicionar-se de forma precisa diante situações de crise evidencia aspectos do percurso da criação de sua imagem (Sontag, 1981). O posicionamento diante da crise é sabedoria relevante ao ator político, pois pode determinar alterações em sua imagem pública (Charaudeau, 2011). Saber quando, como e para quem deve se mostrar diplomata ou engajado, distante ou próximo da sociedade, protetor ou articulador exterioriza suas qualidades em administrar situações complexas. O silêncio, por exemplo, perante uma crise complexa pode passar a ideia de que o ator político é ponderado e pensa antes de agir (Idem, 2011).

Aumont (2009) afirma que vivemos em uma sociedade visual. As imagens estão por todos os lados e dirigem o nosso olhar ao desejo de consumi-las. Não há necessariamente uma relação direta com o ente trazido pela imagem. Por exemplo, o ex-Presidente da República do Brasil, Fernando Collor⁴⁹ foi um dos candidatos mais votados por sua virilidade e beleza. Na época de sua campanha eleitoral o marketing político explorou a imagem de sua figura sedutora e confiante (Queiroz, 2005). A imagem exacerbada do galã de telenovelas como representante da nação foi utilizada para passar segurança e conforto principalmente às mulheres que não tinham candidato definido.

⁴⁹ Fernando Collor assumiu a presidência no vigésimo quarto período de governo republicano, ficando no poder de 15 de março de 1990 a 02 de outubro de 1992. Recebeu 55.701.028 de votos nos dois turnos de votação. Devido a diversos escândalos de corrupção a Câmara dos Deputados autorizou a abertura do processo de Impeachment e, em 02 de outubro de 1992, Collor foi afastado do poder.

Evidentemente, o valor dado às imagens em processo de criação estratégica da ação política e, conseqüentemente, aos seus resultados, deriva-se da cultura e seu momento Histórico. O imaginário social coletivo dialoga diretamente com as imagens escolhidas a serem exploradas por estratégias políticas.

As estratégias de criação de imagem dos atores políticos devem abordar os elementos escolhidos a partir dos valores e resultados desejados. Conhecer a audiência e o histórico do imaginário coletivo agrega qualidade eficaz neste processo de construção (Charaudeau, 2011).

3.5. A Fotografia como Instrumento Político

“FOTOJORNALISMO, *n.m.*; *photojournalisme*; *photojournalism* – Não existe definição precisa e definida do fotojornalismo: esta prática está em constante evolução e recorre a todo o gênero de fotografias de que é um dos setores mais importantes. O fotojornalismo está intimamente relacionado com o conceito de narrativa e de relação com o mundo que nos envolve: a sua vocação mais importante é informar” (Lancien, 2011: 177).

A imprensa ilustrada e, posteriormente, as agências fotográficas constantemente dialogam com o passado do fotojornalismo. É comum aproximar as histórias com as publicações de *L'Illustration* (1848) quando uma gravura ganha notoriedade a partir de um dagarreótipo⁵⁰.

No contexto histórico do início da fotografia e do fotojornalismo podem ressaltar-se momentos de instrumentalização política da fotografia. A transição do uso inicial da imagem registrada em suporte fotográfico para a corrente funcionalidade mediática, fez com que agências de fotografia surgissem. Os profissionais independentes começam a passar por estas agências a fim de comercializar seus registros. Uma das primeiras agências que se tem registro foi criada na América por George Grantam Bain (jornalista), a “*Montauk Photo Concern*” datada de 1898 (Freund, 2010: 153). Bain passa a escrever suas matérias de forma a serem completadas pelas suas fotografias.

O aumento constante pela procura de reportagens fotográficas, bem como a busca elevada de se vender imagens produzidas por repórteres fotográficos, só faz crescer o

⁵⁰ Capítulo Primeiro – Contextualização Histórica, Item 1: “1816-1945: de Nicéphore Niépce a Hitler – Do nascimento da fotografia ao nascimento do fotojornalismo na Alemanha”.

número de agências fotográficas. Sem estarem ligados a uma empresa que dite regras ou pautas, os fotojornalistas independentes passam a produzir imagens sob os seus respectivos pontos de vista. Embora ainda não fossem muitos, o conteúdo produzido ressaltava perante os demais.

Robert Capa funda a Magnum em 1947. Agência fotográfica, a Magnum oferecia porcentagem igualitária na venda das imagens, além de contrato e outros benefícios⁵¹. A agência tinha como conceito promover a fotografia como expressões sentimentais e críticas sobre as questões da época.

Com esta máxima os fotógrafos da Magnum buscavam retratar a realidade sob o ponto de vista do que mais valia a pena exprimir: as emoções. Gisèle Freund, fotógrafa que entra para a Magnum em 1949, relata em seu livro “Fotografia e Sociedade”⁵², que certa vez havia feito alguns registros de um agente de câmbio da Bolsa de Paris. Ela manda os registros a alguns jornais europeus. Dias depois, recebe recortes de uma publicação em um jornal belga contendo suas imagens com o título: “Alta na Bolsa de Paris, as ações atingem um preço fabuloso”. As mesmas imagens são publicadas em um jornal alemão com o título: “Pânico na Bolsa de Paris, as fortunas abatem-se, milhares de pessoas estão arruinadas”⁵³ (Freund, 2010: 154).

De instantâneos fotográficos a acontecimento financeiro, Freund ressalta que a objetividade da imagem está na ilusão que ela pode proporcionar, sobretudo no fotojornalismo. Inúmeras fotografias são constantemente utilizadas com sentido dirigido, induzindo leituras e associações⁵⁴. Ao mesmo tempo em que “com o alargamento do olhar o mundo encolhe-se” (Freund, 2010), o espectador está passivo às apreensões do que o registro fotográfico lhe pode oferecer.

Repletas de símbolos, as fotorreportagens ligam histórias e induzem sentidos. A justaposição das imagens, bem como a alteração de tonalidades, o recorte de personalidades ou o acréscimo de elementos na fotografia fogem às regras éticas que promovem a especificidade do fotojornalismo. Desde que surgiram tais características de manipulação de imagens estão presentes.

A comunicação política, os assessores políticos (marketing político) e os atores políticos dominam direcionamentos de imagens (Queiroz, 2005). A construção da imagem

⁵¹ Em atividade até hoje, a Magnum é a agência fotográfica que mais revelou talentos e incentivou a produção ética do fotojornalismo. Na lista de seus fundadores, ou *founding fathers*, estão Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, George Rodger, David Seymour, Maria Eisner e Willim Vandivert.

⁵² FREUND, Gisèle (2010). *Fotografia e Sociedade*. Lisboa: Nova Vega.

⁵³ Idem. pg.154.

⁵⁴ Capítulo Primeiro, Item 2.

do ator político se desenvolverá a partir da recepção dos atores sociais (Idem, 2005). A abertura subjetiva que compreende toda a percepção e recepção das mensagens presentes nos conteúdos fotográficos permite a direção de olhares. A leitura de uma imagem isolada determina uma apreensão primeira. Quando a mesma imagem vem associada a uma linguagem textual verbal, sua recepção ocorrerá inerentemente em função do sincretismo das linguagens.

CAPÍTULO QUARTO - Dilma Rousseff da Ditadura ao Facebook

Iniciaremos este capítulo com contextualizações acerca da Ditadura Militar no Brasil. Serão abordados os momentos relevantes que marcaram este período da História brasileira. Posteriormente, falaremos sobre a imagem de Dilma enquanto candidata à Presidência da República. Dando continuidade, apresentaremos pontos importantes para a compreensão da imagem de Dilma Rousseff nos perfis Oficial (Dilma Rousseff) e Fictício (Dilma Bolada) na rede social Facebook Brasil. Traçaremos, por fim, o percurso da imagem de Dilma Rousseff no fotojornalismo brasileiro.

4. 1964 – 1985: A Ditadura Militar no Brasil – contextualização e questões elementares

O Brasil, nas primeiras décadas do século XX, teve sua política caracterizada por articulações e estratégias elaboradas por atores políticos que mantinham o foco na posse e controle do poder. Para uma apresentação deste período da História do Brasil, recorre-se à memória dos principais acontecimentos políticos, cujos desdobramentos traçaram o futuro político do país (Pilagallo, 2004). A serem tratados aqui principalmente pelos anos dominantes de ação do regime militar (de 1964 a 1973).

Através da Biblioteca da Presidência da República, foi acessado o acervo *online* permanente dos Ex-Presidentes⁵⁵. Ressalta-se aqui o relevante período de atuação político de Getúlio Vargas, principalmente por sua influência na construção do ideal social brasileiro do início do século XX.

Nascido no Rio Grande do Sul no ano de 1883, Getúlio Vargas tem sua vida política iniciada como deputado estadual pelo Partido Republicano Rio-Grandense (PRR) e, ainda com base na mesma legenda, é eleito deputado federal⁵⁶. Em 1926, assume a Fazenda com a posse do presidente Washington Luís, onde permanece apenas por um ano. Governa o Rio Grande do Sul, mas é em 1929 que se forma a coligação oposicionista nacional que promove a sua candidatura à presidência da República, a Aliança Liberal.

⁵⁵ Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes.

⁵⁶ Getúlio Vargas assume como deputado estadual em 1909 a 1912, reeleito em 1917-1921. Como deputado federal em 1922 onde, reeleito fica até 1926.

Derrotado por Júlio Prestes⁵⁷, Vargas volta ao governo do Rio Grande do Sul, onde inicia um movimento que articula a saída do presidente Washington Luís do poder. Inicia-se a Revolução de 1930 com Vargas assumindo⁵⁸ o Governo Provisório. A oficialização da Constituição de 1934 dá a Getúlio a posse da presidência da República pela Assembleia Constituinte, por meio de eleição. Em 1937, outorga a nova Carta cuja dissolução do Congresso dá início ao Estado Novo. Getúlio Vargas governa o Brasil até o ano de 1945, quando é deposto. Segue como senador de 1946 a 1949 pelo Partido Social Democrático (PSD) e, em 1950 concorre novamente à presidência da República, agora pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB)⁵⁹. Vence e assume a cadeira em 1951. Sua trajetória política encerra-se em 1954, quando se suicida⁶⁰.

Com resquícios das contundentes décadas de 1940 e 1950, o Brasil é regido por uma política cujo caráter essencial é as correntes ascensões ao poder.

As décadas de 1960 e 1970, no Brasil, foram marcadas pelo regime autoritário da ditadura militar (Pilagallo, 2004). Ao mesmo tempo em que o governo repreendeu militarmente, investiu nos meios de comunicação transformando principalmente os setores de telefonia, televisão (Harbert, 1994). Segundo Habert, os investimentos destinavam-se para o aumento das redes de satélites, criação de órgãos de comunicação como a Embratel, Telebrás e o Ministério das Comunicações.

Em 1961, Jânio Quadros assume a presidência da República. Oscar Pilagallo (2004) ressalta que sua característica populista foi demarcada por aspectos exagerados, teatrais, para que a massa pudesse se identificar com a imagem do candidato “igual ao povo”: “(...) para sublinhar a identificação com as massas, comia nos palanques bananas e sanduíches de mortadela que tirava do bolso do paletó (...)” (Pilagallo, 2004: 15). Jânio alterava o modo de falar e agir, sempre de acordo com o seu público e facilitava, assim, o processo de

⁵⁷ Júlio Prestes vence a corrida à Presidência da República, mas é impedido de tomar posse devido ao movimento revolucionário de 24 de outubro, quando a junta governista assume o poder do País. Vê-se obrigado ao Exílio – parte para a Inglaterra. Prestes foi fundador e membro da Comissão Diretora da União Democrática Nacional (UDN, 1945). Morre em 1946.

⁵⁸ Nota do arquivo dos Ex-Presidentes do Brasil em Getúlio Vargas (1930): “Não há no Livro de Posse assentamento da posse de GV como chefe de governo em 1930. A instabilidade política, gerada pelo caráter excepcional do poder atingido por força de uma revolução, pode explicar a omissão”. Fonte Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/getulio-vargas.

⁵⁹ Partido fundado em 1945. No mesmo ano, encerra-se o Estado Novo devido às pressões sociais pela volta da democracia.

⁶⁰ Em sua “carta-testamento”, Getúlio Vargas desabafa seu percurso político em tom de defesa ao povo e sua nação. Conclui com a máxima: “(...) Lutei contra a espoliação do Brasil. Lutei contra a espoliação do povo. Tenho lutado de peito aberto. (...). Eu vos dei a minha vida. Agora ofereço a minha morte. (...). Serenamente dou o primeiro passo no caminho da eternidade e saio da vida para entrar na história”. Fonte: Memorial Getúlio Vargas www0.rio.rj.gov.br/memorialgetuliovargas.

identificação. Pilagallo pontua o fato de Jânio ter feito boas administrações nos períodos em que foi prefeito e governador de São Paulo não foram destaques em seu percurso eleitoral. O que ficou, portanto, foi uma imagem de um candidato caricato, populista quase burlesco.

Seu governo foi marcado por um programa anti-inflacionário: uma reforma cambial. O programa consistia, sobretudo, em incentivar as exportações do país. A aprovação do programa pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) deu ao governo de Jânio a possibilidade de renegociar a dívida externa brasileira. Para a população, a consequência foi o aumento do preço em bens comuns como o pão e transportes.

O incentivo das exportações no país propunha uma tentativa de aproximação comercial com as diversas nações do mundo pós-segunda guerra. Esta atitude gerou uma desconfiança interna nos grupos e setores que queriam a aproximação direta com os Estados Unidos. Para além destas situações, os momentos de tensão foram intensificados com o fato de o Presidente Jânio Quadros condecorar o ministro da Economia cubana Ernesto Che Guevara com a ordem do Cruzeiro do Sul (Pilagallo, 2004: 19). Internamente, o governo não tinha uma base política de apoio. O Congresso Nacional era dominado pelo PTB e pelo PSB, enquanto que o presidente afastava-se da UDN – dirigida por Carlos Lacerda (governador do estado da Guanabara) ⁶¹ com atitudes que visavam o apoio ou o estreitamento nas relações com países socialistas.

Carlos Lacerda havia sido um dos maiores incentivadores e cabo eleitoral da candidatura de Jânio Quadros, mas seu principal objetivo era levar a União Democrática Nacional (UDN) ao poder (Pilagallo, 2004). Sem obter sucesso, Lacerda decide denunciar em rede televisiva nacional um possível golpe de Jânio ao governo: o presidente fecharia o Congresso Nacional para aprovar reformas de seu interesse (Idem, 2004). Segundo Pilagallo, esta atitude de Carlos Lacerda é uma das hipóteses que leva o presidente Jânio Quadros a renunciar ao cargo de dirigente do país, em agosto de 1961.

João Goulart, o vice-presidente, não assume diretamente, pois se encontrava em viagem à China. Instaura-se uma séria crise política no Brasil. Alguns ministros militares vetavam a posse de Goulart. O Congresso aprova, então, a instauração de um regime parlamentarista. João Goulart teria seu governo garantido até 1966 ⁶².

A administração de João Goulart foi marcada por grandes movimentações sociais. O presidente manteve uma política externa independente diante das relações

⁶¹ Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes.

⁶² Idem.

internacionais. Ou seja, Goulart reativa relações diplomáticas com a URSS, mantém-se contrário e critica o governo cubano ao mesmo tempo em que não aceita invadir Cuba, como sugere, na altura, o presidente Kennedy (Pilagallo, 2004).

Em 1962, Goulart lança o Plano Trienal de Desenvolvimento Econômico Social que tinha como objetivo principal conter a inflação. Os reajustes salariais e as reformas econômicas entravam em conflito com o Plano Trienal que propunha a estabilização da economia. Diante a necessidade de empréstimos externos para a continuidade do programa de desenvolvimento, o governo brasileiro cede às pressões externas do FMI e do governo americano que propunham medidas restritivas ao crescimento. As reivindicações populares e dos setores da esquerda brasileira se iniciam.

O insucesso do Plano Trienal provoca uma inflação alta e novo programa de estabilização econômico é criado. Goulart cria o 13º salário, taxa produtos vendidos no país por empresas estrangeiras, e dá à Petrobras o monopólio das importações de petróleo. Promove, assim, uma reforma fiscal com o objetivo de conter a inflação e, conseqüentemente, a alta dos preços ⁶³.

Em 1963, sargentos se rebelam contra o governo diante a decisão do Supremo Tribunal Federal que consistia em negar a possibilidade de eleger sargentos a cargos do Legislativo – possível pela Constituição (Pilagallo, 2004: 36).

O ano de 1964 é marcado pelas grandes tensões sociais e pela pressão externa (Pilagallo, 2004). A Marcha da Família com Deus pela Liberdade organizada pela Campanha da Mulher pela Democracia (Igreja Católica) e pela Sociedade Rural, além da Revolta dos Marinheiros, foram alguns dos movimentos sociais que forçou o presidente a discursar sobre possíveis reformas políticas e econômicas. A marcha pretendia mobilizar a opinião pública contra o caminho político que seguia o Brasil sob a administração de Goulart: a implantação do comunismo no país (Idem, 2004). Os marinheiros e os fuzileiros navais que participaram da Revolta dos Marinheiros foram anistiados por João Goulart. Atitude esta que acirrou as tensões de seu governo com setores militares que vinham já há algum tempo.

Vários segmentos militares opunham-se ao presidente. O general Olympio Mourão Filho, ou Mourão, pretendia surpreender radicalmente o presidente e, assim, destituí-lo do cargo. Iniciava-se, no Brasil, uma conspiração cívico-militar com diversas frentes militares. No entanto, a frente mais estruturada era a do general Humberto Castello Branco.

⁶³ Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes

Por ser chefe do Estado-maior do Exército, Castello Branco liderava um elevado número de militares de variadas patentes e regiões.

A estratégia utilizada por Castello Branco para depor o governo de Goulart, foi em torno de tentar aproximar os militares ditos como conspiradores dos legalistas – aqueles que haviam se rebelado contra o Supremo Tribunal Federal⁶⁴. Castello Branco acompanha os discursos do governo e a cada pronunciamento radical, aumentava o temor de um golpe de esquerda. Logo, aumentava a adesão dos militares para posicionamentos de direita (Pilagallo, 2004: 46).

Após algumas tentativas de resistência, o presidente João Goulart reconheceu a impossibilidade de oposição ao movimento militar comandado pelo general Castello Branco. Em 1964, as Forças Armadas derrubam o seu governo. Tem-se início a ditadura militar no Brasil, que duraria por 21 anos.

O reconhecimento internacional do novo governo é tido poucas horas depois pelo presidente norte-americano, Lyndon Johnson⁶⁵.

Para os militares vitoriosos, o Brasil dava o primeiro passo para a revolução. Já aos derrotados, o Brasil acabara de passar por um Golpe de Estado. Oscar Pilagallo (2004) aponta para não modificação estrutural da sociedade no movimento militar. Sendo assim, diz que seria impróprio assumi-lo com revolucionário. Ao mesmo tempo em que falar apenas em golpe de Estado seria impróprio, uma vez que não era objetivo único colocar um novo grupo no poder. Era o foco da tomada militar ter um novo plano nacional politicamente conservador e economicamente moderno (Pilagallo, 2004). Contudo, Pilagallo propõe a mudança do regime democrático para o ditatorial como a melhor expressão que caracteriza o movimento de 1964. Ficaremos aqui com a ideia de mudança dos regimes.

O regime militar ditatorial que governou o Brasil de 1964 a 1985 teve momentos truculentos e austeros. Comandado inicialmente por Castello Branco, general chefe do Estado-maior do Exército, o regime foi marcado por decretos legais que procuravam legitimar o seu progressivo endurecimento. Variadas e constantes manifestações de oposição ao governo tomavam espaços sociais resultantes de intervenções sindicais, invasões de universidades, extinções de entidades de representação estudantil, além de detenções e prisões de diversas ordens: autorizadas, extraoficiais, violentas (Fico, 2001).

⁶⁴ Em 1963, sargentos se rebelam contra o governo diante a decisão do Supremo Tribunal Federal que consistia em negar a possibilidade de eleger sargentos a cargos do Legislativo – possível pela Constituição (Pilagallo, 2004: 36).

⁶⁵ Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes.

O rompimento diplomático com Cuba foi imediato e definiu a nova orientação da política externa brasileira, a qual buscava apoio político, militar e econômico nos Estados Unidos. Os representantes da Fazenda e do Planejamento, Octavio Bulhões e Roberto Campos respectivamente, traçaram o novo plano econômico do Brasil. O ambiente de autoritarismo facilitou a implementação da nova estratégia econômica: o governo passa a estimular negociações salariais bem como efetua cortes públicos na tentativa de conter a inflação de 100% ao ano (Pilagallo, 2004).

Logo nos primeiros anos do regime militar, houve centenas de cassações de políticos populistas, bem como prisões de esquerda e torturas. Para muitos, o exílio foi a saída (Idem, 2004). O ex-presidente Juscelino Kubitschek também fora cassado. Com alto índice popular no Brasil e no exterior, Juscelino era um forte candidato a voltar ao poder. Sua cassação serviu como mostra do que seria a ditadura militar no Brasil, principalmente por contrariar até os Estados Unidos (Idem, 2004: 53).

Atos Institucionais, os reconhecidos “AI-1, AI-2, AI-3, AI-4, AI-5, etc.”, marcam o processo gradativo de intervenção austera do regime militar. Do AI-1, que dava ao governo militar a possibilidade de alterar a Constituição e cassar mandatos legislativos dentre outros poderes, o AI-5 foi, talvez, um dos mais austeros e reacionários de todos os Atos Institucionais (Pilagallo, 2004).

O Ato Institucional Cinco (AI-5) foi assinado em 1968 após protesto estudantil contra a ditadura militar. O protesto consistia em reivindicar a morte de um estudante morto acidentalmente por uma bala perdida em outro movimento estudantil.

Neste período, os estudantes brasileiros promoviam e intensificavam passeatas voltadas a questões do ensino como a falta de vagas nas universidades, ou contra o imperialismo americano. Posteriormente, as passeatas são voltadas contra o próprio regime militar, então governado por Costa e Silva. Gradativamente, os movimentos estudantis passam a ser barrados pela polícia (Pilagallo, 2004). Um em especial a violência foi promovida de forma desproporcional: estudantes foram reprimidos a bala pela polícia (Idem, 2004: 58). A forma truculenta com que ocorreu, fez com que os estudantes se revoltassem. Em tom de retirada, os militares deram aval aos estudantes, permitindo que estes fizessem passeatas sem intervenção militar. Outra passeata fora marcada, agora com a presença de religiosos, professores, artistas populares para além dos estudantes; ao todo

cem mil pessoas. Esta, marcada pela causa a favor da democracia. Pilagallo (2004) destaca este movimento estudantil como o maior ato público contra o regime militar ⁶⁶.

Contemporaneamente, acontecia o tropicalismo e o manifesto antropofágico (criado pelo escritor Oswald de Andrade). No manifesto literário, o escritor sugeria uma antropofagia cultural que devoraria e digeriria o novo europeu, recriando-o a partir da cultura brasileira. Na música, o tropicalismo fazia o mesmo com Caetano Veloso referindo-se musicalmente a diversas situações políticas, econômicas e também artísticas (Pilagallo, 2004).

O período era de constantes mudanças e os estudantes deixavam uma posição passiva de reivindicações educacionais para ocuparem posições mais ativas de enfrentamento direto ao governo.

Os militares mais radicais estavam cada vez mais presentes no governo. Estes pretendiam isolar o governo, em atitudes mais austeras e truculentas. Ainda em 1968, a Universidade de Brasília é invadida por militares radicais armados violentamente. Estudantes são presos. O deputado Marcio Moreira Alves se opõe à invasão criticando-a. O deputado, em discurso, sugere um boicote às comemorações do Dia da Independência do Brasil⁶⁷ (Fico, 2001). Para os militares radicais, foi uma atitude que deveria ser punida. Como o deputado Moreira tinha imunidade parlamentar, os militares recorrem à Comissão de Justiça da Câmara em pedido de suspensão da imunidade parlamentar de Moreira. O pedido é negado e os militares revoltam-se mais uma vez. Pressionam o presidente Costa e Silva que cede e altera a Comissão de Justiça com o objetivo de cancelar a imunidade do deputado (Pilagallo, 2004). O plenário da Câmara rejeita, por fim, o pedido dos militares e o presidente Costa e Silva, como resposta ao posicionamento dos políticos, anuncia o Ato Institucional Cinco (Idem, 2004).

Assinado pelo Congresso Nacional, com exceção do vice-presidente Pedro Aleixo, o AI-5 “coloca o país em uma ditadura escancarada” (Pilagallo, 2004: 64). Consistente em dar ao presidente o poder de cassar políticos, impor censura prévia à imprensa, fechar o Congresso, prender opositores, suspender o *habeas corpus* ⁶⁸, dentre outras possibilidades minoritárias.

⁶⁶ Chico Buarque, Caetano Veloso, Edu Lobo e Gilberto Gil, eram alguns dos artistas que compunham o movimento.

⁶⁷ Sete de Setembro, Dia da Independência do Brasil.

⁶⁸ “*Habeas Corpus* é a garantia de locomoção concedida em favor de quem estiver ameaçado por abuso de poder” (Pilagallo, 2004: 65).

Para Pilagallo, o “AI-5 foi o golpe dentro do golpe”, onde o Brasil enfrentaria “Anos de Chumbo” (Pilagallo, 2004: 65).

Costa e Silva não permanece por muito mais tempo no poder. Em 1969, o presidente sofre uma trombose cerebral e se afasta do governo. Como o seu vice, Pedro Aleixo, não havia assinado o AI-5 os militares não permitem que ele assuma o poder. O general chefe da Casa Militar, Jayme Portella, propõe que o país seja governado por uma junta militar formada por ministros do Exército (Amaral, 2011).

Charles Burke Elbrick, embaixador americano, é sequestrado. Seu sequestro marca o início do governo da junta militar principalmente por ter sido o primeiro embaixador americano a ser sequestrado em todo o mundo. Os responsáveis pelo ato foram os grupos ALN (Ação Libertadora Nacional) e MR-8 (Movimento Revolucionário 8 de Outubro)⁶⁹. Tinham por objetivo central derrubar o governo e implantar o socialismo. Quinze presos políticos foram soltos em troca do embaixador. Com o fim do sequestro, oficializa-se o afastamento do presidente Costa e Silva e nova corrida presidencial se inicia.

Algumas alterações nas regras eleitorais foram feitas para que o general Emílio Garrastazu Médici pudesse assumir. Em 1969, Médici toma posse (Pilagallo, 2004). Os anos seguintes foram marcados pelo elevado número de sequestros políticos e a embaixadores. O dirigente da ALN, Marighella, foi morto em uma emboscada (Idem, 2004). O Departamento de Ordem Política e Social (DOPS) estava à frente destas ações repressivas e punitivas. A censura estava institucionalizada e a tortura aos presos políticos acontecia sem muitas ressalvas (Habert, 1994).

Toda a repressão e o clima tenso de vigília imposto pelo Estado eram em nome de que os militares defendiam como sendo a “Segurança Nacional” ao combate dos possíveis movimentos comunistas.

A década de 1970 é marcada pela grande movimentação na economia brasileira. Grandes empresas, multinacionais, viam no Brasil um local seguro para investimentos. A economia crescia juntamente com o Produto Interno Bruto. As imprensas nacional e internacional expressavam este momento pelo qual passa o Brasil como sendo um “milagre econômico” (Habert, 1994).

O crescimento da economia brasileira justificava-se pela consolidação da expansão capitalista e não por uma nova estrutura econômica positiva. A intensa exploração da classe trabalhadora em relação aos acordos salariais (arrochos salariais) assim como as

⁶⁹ O MR-8 era uma referência ao líder Che Guevara (Pilagallo, 2004).

constantes condições de trabalho precárias juntamente com a repressão política não naturalizariam o sentido de “milagre” econômico (Idem, 1994). O Estado agia estrategicamente na economia para garantir a expansão capitalista: permitia a entrada de capitais estrangeiros em forma de empréstimos e investimentos. Mas foi a partir de 1964 que o Brasil começou a acumular capital principalmente com a intensificação na exploração do trabalho e os respectivos arrochos salariais (Habert, 1994: 14). Sendo assim, os atores sociais mantinham-se cada vez mais afastados do poder econômico, enquanto o Estado enriquecia promovendo a expansão capitalista. O crescimento econômico não foi igualitário.

O Estado permitiu a entrada de capitais internacionais, deu incentivo e isenções fiscais para ampliar grandes empresas, além de aumentar o capital estatal em setores básicos como na siderurgia, mineração, petróleo e petroquímica (Habert, 1994). Deste modo, pode-se afirmar que a política econômica da ditadura militar favoreceu não apenas as fusões e associações de empresas, mas favoreceu a concentração de capitais em todos os setores da economia (Idem, 1994).

O governo de Médici foi marcado pelas possibilidades econômicas do país. A classe média ganha com os rendimentos de suas aplicações financeiras e a possibilidade de consumir aumenta (Pilagallo, 2004). Devido às facilidades para a obtenção de créditos, a aquisição de bens mais caros torna-se viável. A indústria automobilística aumenta suas vendas. À medida que vendiam mais, as empresas expandiam os seus territórios e, conseqüentemente, novos operários eram contratados. Essa aquisição material, ou prosperidade financeira superficial, agia como um contrapeso à ditadura militar (Serbin, 2001).

“Sinto-me feliz todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta das greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante, após um dia de trabalho (Presidente Médici, 22/03/1973)”⁷⁰.

A partir do domínio do regime militar em 1964, o Serviço Nacional de Informação (SNI) juntamente com outros órgãos do governo⁷¹, operam a chamada “máquina da

⁷⁰ Médici *apud* HABERT, Nadine (1994). *A Década de 70 – apogeu e crise da ditadura militar brasileira*. São Paulo: Editora Ática, pg 27.

⁷¹ O Centro de Informação Social da Aeronáutica (CISA), o Centro de Informação da Marinha (Cenimar), o Centro de Informação do Exército (CIE), bem como a Polícia Federal, Civil, Militar e Estaduais, faziam parte da chamada “Máquina da Repressão” dirigida pelo governo.

repressão” (Habert, 1994). Consistia, desde seu início, em impedir e desarticular qualquer manifestação de oposição ao regime. Os grupos de esquerda, os adeptos ao comunismo eram os principais focos de repreensão.

Médici foi sucedido pelo general Ernesto Geisel, em 1974. Ano em que o governo aprova a realização de propaganda eleitoral, proibida pelo AI-5. Algumas iniciativas em prol da liberdade não coíbiam ações autoritárias do governo. Organizações clandestinas e ações do Partido Comunista Brasileiro (PCB) são constantemente repreendidas ainda sob os moldes do AI-5 ⁷².

Em 1975, o jornalista Vladimir Herzog é enforcado dentro do DOI-CODI ⁷³ de São Paulo. Sua morte provoca manifestações políticas contra o governo. Habert (2004) destaca a este momento evidências de divergências políticas em setores do governo.

Em 1976, a relação entre governo e Igreja estreita-se com o sequestro do bispo dom Adriano Hipólito, envolvido em movimentos populares.

Os anos seguintes são marcados por oposições ao governo e movimentos sociais. Habert (2004) ressalta o movimento dos metalúrgicos em São Paulo como grandes provedores de greves e lutas sociais – seguidos pelos anos de 1978 e 1979. Este movimento destacava-se pelo combate e alta mobilização de massas.

O General João Baptista Figueiredo é o último a assumir a presidência da República durante o regime militar. Governa no período de 1979 a 1985. Promove a Lei da Anistia que acaba por beneficiar muitos cidadãos que haviam tido seus empregos e direitos civis suspensos ⁷⁴.

4.1. A Imagem da candidata a Presidência da República Dilma Rousseff (2010)

Dilma Vana Rousseff assume a Presidência da República do Brasil no vigésimo nono período de Governo Republicano, em 01 de janeiro de 2011. Mineira nascida em Belo Horizonte teve mais de 55 milhões de votos. A sessão solene de sua posse foi presidida pelo Senador José Sarney ⁷⁵.

⁷² Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes.

⁷³ DOI-CODI (Destacamento de Operações de Informações – Centro de Operações de Defesa Interna): órgão de inteligência e repreensão subordinado ao Exército. Funcionou durante a ditadura militar brasileira.

⁷⁴ Acervo Biblioteca da Presidência da República, *online*: www.biblioteca.presidencia.gov.br.

⁷⁵ Biblioteca da Presidência da República Digital *Online*: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/presidente-atual>.

A primeira mulher a se tornar Presidente da República do Brasil tem um percurso político marcado por conflitos sociais. Desde sua iniciação na política em 1966 quando ingressa na organização da ORM-Polop⁷⁶, Dilma passa pelos diferentes períodos políticos do Brasil (Amaral, 2011). Vale ressaltar os períodos do regime militar datados de 1970 a 1972, quando a Presidente, então estudante de economia, é retida pelos militares e levada ao presídio Tiradentes, em São Paulo (Idem, 2011). Dilma é torturada e por quase três anos sofre as violências do regime militar. Amaral aponta para as tensões deste momento e destaca que a primeira vez que Dilma fala sobre o ocorrido foi em 2003 para um jornalista que atualizaria o livro “Mulheres que foram à luta armada”⁷⁷.

A imagem da mulher austera, séria e guerreira, consolida-se com o resgate de seu passado. Porém, sua candidatura à sucessão de Luiz Inácio Lula da Silva para o cargo de presidente da República, é desenhada para a construção de uma referência feminina positiva. A primeira mulher a governar seria a “Mãe do Povo”⁷⁸ (Pires, 2011).

O segundo governo do Presidente Lula inicia-se com o lançamento do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)⁷⁹. O Presidente tinha, neste momento, o grande objetivo de superar os números de seu primeiro mandato e, sobretudo, eleger o seu sucessor.

Depois de dois governos, oito anos no poder, Lula precisaria de um sucessor que marcasse por qualidades inovadoras (Amaral, 2011). A escolha por Dilma traria aspectos de inovação em vários setores: além de ter sido a primeira mulher a assumir a Casa Civil, seria a primeira mulher a assumir o cargo de Presidente da República.

A escolha por Dilma Rousseff seguiu os princípios básicos da comunicação eleitoral cujo componente de determinação do perfil do candidato relaciona-se com o marketing político-eleitoral e partidário. A determinação do perfil do candidato é ponto central de identificação deste com a população (Amaral, 2011).

A determinação do perfil da candidata começou antes da campanha de acordo com os acontecimentos políticos, sociais e econômicos pelos quais passava o Brasil. Em um

⁷⁶ ORM-Polop, era a sigla da Organização Revolucionária Marxista – Política Operária. Organização de esquerda brasileira, a Polop propunha uma formação ideológica e uma organização da vanguarda da classe proletária (Amaral, 2011).

⁷⁷ “Mulheres que foram à luta armada”, de Luiz Maklouf Carvalho, publicado em 1998.

⁷⁸ Pires, M.C.C. Teresinha (2011). “A Construção da Imagem Política de Dilma Rousseff como Mãe do povo brasileiro”. *Revista Debates*. v.5 (nº01) 139-162.

⁷⁹ O PAC tinha por meta inicial aplicar 500 bilhões de reais em novos investimentos públicos e privados durante os quatro anos de governo. Este valor chegava a um quarto de toda a riqueza do Brasil (Amaral, 2011).

período de transição, o Partido dos Trabalhadores tentava driblar notícias negativas sobre o governo de Lula que sempre culminavam no tema corrupção.

Como resgate a elementos estratégicos de sua última campanha eleitoral, Lula reafirma a necessidade de estimular o sentimento de união entre Dilma e o eleitor. Dilma não era grande conhecida por boa parte do eleitorado. Assim, as notícias que eram divulgadas pelos *media* e pelo Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral direcionavam a construção de sua imagem (Queiroz, 2005). Foi na campanha política de 2010 que Dilma concorreu a um cargo público pela primeira vez. Suas atuações políticas anteriores haviam sido feitas em cargos de confiança⁸⁰.

Ainda como Ministra da Casa Civil, em 2009, Dilma Rousseff faz um anúncio com caráter pré-eleitoral no Encontro Nacional com Novos Prefeitos e Prefeitas. O projeto a ser anunciado seria o “Minha Casa Minha Vida” que consistia na construção de um milhão de casas populares pagas parcialmente pelo governo. Na ocasião, a oposição formada pelos partidos PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) e DEM (Democratas), julga o teor do anúncio como um início de campanha eleitoral. Deste encontro e de suas palavras, tanto oposição quanto parte da imprensa, partem para questionamentos sobre a possível candidatura de Dilma à sucessão de Lula.

Durante a campanha eleitoral de Dilma, Lula esteve por todo o tempo em ações políticas promovendo a sua candidatura. A popularidade de Lula foi o seu grande instrumento de articulação política. A reformulação de seu discurso em relação à mulher coloca ao gênero feminino qualidades positivas como grandes profissionais, sérias e competentes. Lula acrescenta ao caráter materno e familiar natural às mulheres, qualidades determinantes como provedoras e fortes dirigentes. Sobretudo a se falar de Dilma.

Utilizando o conceito de intensidade figural proposto por Jorge Rosa (2011), onde se faz presente um reconhecimento inicial do domínio icônico, as associações e identificações dos espectadores com os elementos contidos na imagem vêm posteriormente. Juntamente com a relação de reconhecimento social e cultural, a identificação do indivíduo com os elementos da imagem completam-se pela distinção que a imagem traz. O sentido de distinção pode ser caracterizado por resgates de elementos do

⁸⁰ Cargos de Confiança são aqueles indicados pelos políticos ou partidos políticos em governo. Destaca-se aqui os principais cargos assumidos por Dilma Rousseff: Ministra-Chefe da Casa Civil (2005-2010); Ministra das Minas e Energia (2003-2005) e Secretária da Fazenda de Porto Alegre (1986-1988).

passado em harmonia ou contradição com os elementos que são representados na imagem⁸¹.

Para exemplificar o conceito de intensidade figural, trazemos o registro fotográfico publicado em diversos jornais impressos e digitais feito no dia 17 de dezembro de 2013 (figura 14). Na ocasião do registro, notáveis atores políticos encontravam-se em viagem de ida à homenagem que seria prestada a Nelson Mandela. O local seria o avião oficial da presidência da República. Dentre os presentes, estavam quatro ex-presidentes da República e a atual Presidente Dilma Rousseff⁸².

Figura 14⁸³ - Ex-Presidentes e Dilma: Homenagem Nelson Mandela



Quando Lula enfatiza o caráter materno e familiar feminino também como grande provedor e dirigente, ele faz por aproximar responsabilidades gestacionais que se completam pela distinção daquele que administra ao mesmo tempo em que cuida. Essa intensidade figural (Rosa, 2011) foi corriqueiramente utilizada no processo de campanha eleitoral de Dilma Rousseff, como podemos ver no registro fotográfico abaixo (figura 15).

⁸¹ Será mantido neste capítulo o sentido de imagem referindo-se às fotografias de imprensa, ou fotojornalismo.

⁸² Na foto: Fernando Henrique Cardoso de Melo, Renato Mosca, Dilma Rousseff, José Sarney, Lula e Fernando Collor. Data registro: 17.12.2013. Contextualização: ida homenagem Nelson Mandela.

⁸³ Idem anterior.

Figura 15 ⁸⁴ - Dilma em Campanha Eleitoral: Carisma



O firmamento da mulher segura, séria e amável, disponível para ouvir e agir está presente em vários elementos de definição do perfil da candidatura de Dilma. Desde o uso de seu vestuário com cores fortes e marcantes, porém alegres e definidas, propõe uma mulher que sorri para vida mesmo com suas intempéries. Lembranças de um passado austero e truculento reforçam a ideia daquela que passou por momentos conflituosos e que soube transformá-los em força e coragem (Amaral, 2010) ⁸⁵.

Com o lançamento do Programa de Aceleração de Desenvolvimento, ainda sob o governo de Lula, Dilma fica encarregada de acompanhar as obras do PAC, bem como coordená-lo (Amaral, 2011). Um programa que mudaria o mecanismo de manutenção dos projetos sociais. Estes passariam a ser considerados como investimentos e não despesas.

Em 07 de março de 2008, o jornal Folha de São Paulo *Online* publica uma matéria com o título: “Em favelas do Rio, Lula chama Dilma de Mãe do PAC” ⁸⁶. Cita, ainda, parte do discurso do Presidente:

“Dilma é uma espécie de mãe do PAC. Ela é a companheira que coordena o PAC. É ela que cuida, que acompanha, que vai cobrar junto como o [ministro] Márcio Fontes se as obras estão andando. O [Luiz Fernando] Pezão [vice-governador e secretário estadual de obras do Rio, responsável pelas obras do PAC nas favelas fluminenses] é grandão, mas ele vai saber o que é ser cobrado pela Dilma”⁸⁷ (Presidente Lula, 07 de março de 2008).

⁸⁴ Imagem analisada no Capítulo 5.

⁸⁵ Dilma em Campanha Eleitoral abraça o povo como uma mãe que abraça seu filho. Há carinho. Há sintonia.

⁸⁶ Matéria publicada pela Folha de São Paulo *online* (em 07.03.2008), assinada pela jornalista Luisa Belchior. Acesso em 10 de abril de 2014. Link Direto: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2008/03/379664-em-favelas-do-rio-lula-chama-dilma-de-mae-do-pac.shtml>.

⁸⁷ Idem. Parte da citação transcrita do discurso do Presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, feito no dia 07 de março de 2008 em favela do Rio de Janeiro.

A atribuição do qualificativo “mãe” por Lula a Dilma não aparenta, inicialmente, caracterizar o perfil que seria adotado em sua campanha eleitoral. Fato que se verifica em entrevista exclusiva dada pelo Presidente aos Diários Associados⁸⁸, dias depois de pronunciamento citado. Ao dizer que Dilma é repleta de qualidades e que, embora seja uma “figura extraordinária”, como citado abaixo, diz que ela tem qualidades para gerenciar a nação seria dar outro passo:

“A Dilma é de uma capacidade de gerenciamento impecável. E, sobretudo, é aquilo que a gente gosta, “caxias”. É uma pessoa a quem você dá um compromisso, ela cobra 24 horas por dia, ela não dorme. Se você quiser um trabalho, ela vara a noite trabalhando para te entregar o produto. Então, eu acho uma figura extraordinária. Agora, entre ser uma figura extraordinária para gerenciar e ser candidata a presidente é uma outra conversa, porque aí tem um ingrediente chamado política, que exige outras credenciais (...)”⁸⁹ (Presidente Lula, Palácio do Planalto, 24 de abril de 2008).

Assim, a transição da máxima “Mãe do PAC” para a “Mãe do Povo” foi uma estratégia de construção de imagem pública e política da candidata. Verifica-se o uso dessa alegoria feminina como base do argumento de que Dilma Rousseff continuaria com o mesmo modelo de governo do até então atual Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, isto é, humanista e cativante. Tal alegoria descentralizaria a austeridade e rigidez de sua imagem construída no período da Ditadura Militar no Brasil. Ficaria, portanto, a imagem de uma mulher séria, firme, mas com grande apelo emocional e acolhedor (Pires, 2011).

Se por um lado as imagens oficiais⁹⁰ da campanha de Dilma ofereciam identificações da candidata como a Mãe do Povo⁹¹, parte imprensa destacava a ligação direta da candidata ao seu principal mentor, Lula.

⁸⁸ Entrevista acessada em 10 de abril de 2014 pelo portal *online* da Biblioteca da Presidência da República: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/entrevistas/2o-mandato/2008/24-04-entrevista-exclusiva-concedida-pelo-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-aos-diarios-associados/view>.

⁸⁹ Idem.

⁹⁰ Figura 62.

⁹¹ A expressão “Mãe do Povo” vem de uma apropriação do discurso proferido por Lula (2007), ainda enquanto Presidente do Brasil, onde na ocasião diz ser a Dilma a “Mãe do PAC” (Programa de Aceleração do Crescimento). Ela seria a responsável por acompanhar as obras do PAC, bem como comandá-lo (Amaral, 2011).

Figura 16 – Dilma em Campanha Eleitoral: Carisma II



Neste registro oficial de sua campanha, Dilma aparece sorrindo abraçando uma criança. A imagem propõe alegria e destaca a candidata em vermelho entre a criança e um senhor que também sorri. A fotografia cativa pela suposta sinceridade.

A tentativa de humanizar a candidata veio, sobretudo com a construção de seus discursos que passaram a ser mais generalistas e eloquentes do que técnicos e diretos. O visual mais moderno propôs uma mudança também em gestos e trejeitos⁹². Dilma se aproxima mais de seu eleitor. Há uma proposta de cativar o eleitor. Dilma caminha por entre a população, visita locais públicos e cumprimenta o seu possível eleitorado. Como vemos na figura abaixo:

Figura 17 – Dilma em Campanha Eleitoral: Contato População



Universo Online, 08 agosto 2010

⁹² Figura 66.

A Mãe do Povo, agora candidata escolhida pelo Partido dos Trabalhadores para a sucessão de Lula⁹³, dá uma entrevista para o jornal espanhol El País⁹⁴ aonde afirma dar continuidade ao modelo de governo do respectivo presidente, Lula, assim como ressalta as qualidades e pontos da gestão feminina no poder:

“Vou continuar o modelo de Lula, mas com coração e alma de mulher. Não para repetir, mas para progredir. Para mim, a mulher tem uma grande capacidade de cuidar e ao mesmo tempo de estimular. É claro que o homem também pode ser cuidadoso, mas o olhar feminino é diferente. O programa de assistência Bolsa Família [as famílias recebem dinheiro em troca de que as crianças vão à escola e se vacinem], por exemplo, é administrado pela mãe. Em primeiro lugar porque ela tem um papel chave na coesão da família. E em segundo porque [...] Por acaso você conhece uma mãe que, se lhe derem dinheiro, não o destinará ao bem-estar de seus filhos? Difícil, não? No Brasil, uma das maiores tarefas pendentes é a recomposição dos laços. Melhorar a situação econômica não basta, também é preciso reconstruir a família, porque é chave para melhorar a educação, combater a criminalidade [...]. Definitivamente, para crescer como sociedade. Esta recomposição dos laços familiares deve ser colocada no centro da agenda política. E não é tarefa para um mandato, mas de muitos anos de trabalho [...]. No Brasil, privilegiar mulher não é uma política de gênero, é uma política social: 30% das famílias brasileiras o encabeçadas por mulheres; 52% da população somos mulheres e os 48% restantes são nossos filhos. Não se trata de criar um matriarcado, mas de dar à mulher a importância que tem para a estrutura familiar. Lula tem muita sensibilidade para esse tema, ele foi criado por uma mulher forte.” (Dilma Rousseff, em entrevista para o jornal El País, Madrid. 23 de junho de 2010).

Tais palavras reforçam a metáfora da “mãe” ao mesmo tempo em que a candidata afirma seguir o modelo de discurso e governo de Lula. Apresento aqui trecho do discurso proferido pelo então Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na cerimônia de Natal da Vida e Cidadania dos Catadores e da População em Situação de Rua da cidade de

⁹³ Em 13 de junho de 2010, o PT oficializa a candidatura de Dilma Rousseff (ex-Ministra da Casa Civil).

⁹⁴ Em 23 de junho de 2010, Dilma dá entrevista ao jornal espanhol EL País em Madrid. O título da entrevista foi: “O Sucesso de Lula é o meu Sucesso”, <http://portal730.com.br/eleicoes-2010/el-pais-qo-sucesso-de-lula-e-o-meu-sucessoq-afirma-dilma>. Entrevista acessada em 10 de abril de 2014.

São Paulo, em 23 de dezembro de 2006 ⁹⁵. O objetivo é destacar a mudança de discurso do presidente quando este propõe trocar as palavras “governar” por “cuidar”. Deste modo, Lula sensibiliza o ato político e transfere ao significado de “governar” a responsabilidade do cuidado, da assistência.

“Eu vou tentar não utilizar a palavra “governar”, porque “governar” é muito pomposa. Eu vou utilizar a palavra “cuidar”. Eu preciso cuidar do Brasil e cuidar do povo brasileiro. A palavra mais adequada, Júlio [padre Júlio Lancellotti, coordenador do Vicariato do Povo de Rua da Arquidiocese de São Paulo], é cuidar. Nós temos que cuidar dessa gente, temos que cuidar desse povo esperançoso”. (Presidente Lula, em cerimônia de Natal da Vida e Cidadania dos Catadores e da População em Situação de Rua da cidade de São Paulo, 2006)

Seguindo o pensamento de Dick Morris que diz que “as pessoas valorizam mais as ideias que os fatos” (Morris *apud* Querioz, 2005: 29), a estratégia política de se criar uma imagem fortalecedora de uma mulher guerreira e séria ao mesmo tempo em que amável e segura, como é o caso da figura da “mãe”, aproxima o eleitor daquela que cuidará da nação. A intensidade figural (Rosa, 2011) se desdobrará para imagem daquela que governará com a austeridade necessária ao campo político mantendo o cuidado e a atenção ao seu povo.

Dilma concorreu ao cargo de Presidente da República ao lado de nove candidatos. Foram eles José Serra (PSDB), Marina Silva (PV), Levy Fidelix (PRTB), José Maria (PSTU), Eymael (PSDC), Ivan Pinheiro (PCB), Plínio Salgado (PSOL) e Rui Costa Pimenta (PCO). O segundo turno das eleições foi disputado entre Dilma e Serra.

Na corrida presidencial de 2010, José Serra assumia a posição de candidato adversário mais forte de Dilma. O tratamento dado à construção da imagem de José Serra era nitidamente diferente. Embora houvesse tido o cuidado de mantê-lo próximo à população, a imagem de Dilma Rousseff sobressaía à de José Serra principalmente pelas caminhadas e pelos comícios, onde deixava claro querer estar com o povo para “cuidar dele”. José Serra teve seu perfil traça pelo candidato sério, de direita, cujas palavras e

⁹⁵ Discurso proferido pelo Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, na cerimônia de Natal da Vida e Cidadania dos Catadores e da População em Situação de Rua São Paulo-SP em 23 de dezembro de 2006. Leitura disponível no portal *online* da Biblioteca da Presidência da República, acessado em 10 de abril 2014: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/discursos/1o-mandato/2006/2o-semester/23-12-2006-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-na-cerimonia-de-natal-da-vida-e-cidadania-dos-catadores-e-da-populacao-em-situacao-de-rua/view>

trejeitos partilhavam discursos capitalistas e, portanto, distante do imaginário da massa. As fotografias expostas aqui procuram elucidar tais elementos que caracterizaram os perfis dos respectivos candidatos à Presidência da República do ano de 2010⁹⁶. As três fotografias abaixo foram oficialmente divulgadas pelas respectivas assessorias de campanha, além de terem sido divulgadas no mesmo dia 23 de outubro de 2010.

Figura 18 – Alckmin e Serra



Universo Online

Nesta fotografia publicada no Universo Online⁹⁷, José Serra (direita da foto) mostra-se sério a ouvir Geraldo Alckmin. Na mesma eleição, em 03 de outubro, Alckmin venceu a disputa para governador do Estado de São Paulo ainda no primeiro turno. Portanto, neste registro feito em 23 de outubro do mesmo ano, Alckmin já seria o novo governador do Estado. O ângulo em que a imagem foi registrada não favorece a leveza e simpatia. Com braços cruzados e face austera, José Serra não se mostra disponível para conversa ou contato com o público.

⁹⁶ Imagens das campanhas ao cargo de Presidente da República. Candidatos José Serra, Dilma Rousseff e Marina Silva. Figuras 18, 19 e 20.

⁹⁷ Universo Online: www.uol.com.br.

Figura 19 – Dilma e a População



Universo Online

Em contrapartida, Dilma vai até o povo. Mostra-se receptiva e disponível. Na imagem acima, o registro fotográfico oficial para divulgação na imprensa conta com um ângulo que permite ao espectador sentir-se como parte do público que compartilhou esse momento com a candidata. A garota de azul, em primeiro plano, está sorrindo e o seu olhar para a candidata chama a atenção do espectador para Dilma, de vermelho. As cores em direções opostas foram uma linha em perspectiva. A cor azul, marca do partido de José Serra (PSDB), alinha-se à cor vermelha, marca do partido de Dilma (PT), e propõe uma relação harmônica de aceitação. Como se o azul olhasse para o vermelho e cedesse a ele. O vermelho está com o povo, deixa ser abraçado e beijado pelo possível eleitorado. Como criação de mensagens subliminares, as disposições dos elementos que compõem o registro fotográfico (ou o produto em questão) direcionarão a edição da imagem com o objetivo supremo de ressaltar a ideia proposta Queiroz (2005).

Figura 20 – Marina Silva em Comício



Universo Online

Nesta fotografia, Marina Silva candidata à Presidência da República pelo Partido Verde (PV), aparece discursando enfaticamente para um aglomerado de pessoas. Esta pequena multidão está distante. Embora estejam olhando para a candidata, não há elementos que denotem apreensão e simpatia pela candidata. Não há gestuais positivos nem negativos. O discurso da candidata aparenta ser sério e em tom determinado.

Entre as três fotografias apresentadas, notamos diferenças visíveis nas relações entre as respectivas imagens dos candidatos. Enquanto Serra se fecha ao público de braços cruzados e sério, Dilma permite ser abraçada e beijada pelos cidadãos presentes. Marina, por sua vez, aparece distante de seu público, mesmo que discursando para ele. Segundo Queiroz (2005: 31) o marketing político discute a força e o carisma do candidato a partir do momento em que mostra qual deles “tem o algo a mais”. A este a “algo a mais”, Queiroz (2005: 31) chama de “carisma”. Para ele, o carisma é responsável pelo voto daqueles que não têm candidato definido.

4.2. A Imagem de Dilma Rousseff no Facebook Brasil (FB)

A percepção da imagem na Era da digitalização passa por uma transformação relevante com a criação dos computadores e, posteriormente, da Internet (Andrade, 2011: 77-87). Os novos meios digitais abrem espaço para processos colaborativos de criação e partilhas de conteúdos. As redes sociais surgem e funcionam como plataforma

comunicacional interativa. Permite que o usuário compare assuntos, relacione temas, acesse conteúdos dentro de seu próprio espaço. Possibilita, ainda, conexões com outros usuários desconhecidos de diversos lugares do mundo. São características fundamentais ao desenvolvimento destas novas plataformas de comunicação os atos de analisar, indexar, partilhar, comentar e divulgar conteúdos e dar opinião (Idem, 2011).

O Facebook Brasil tem sido a rede social mais utilizada não só pelos brasileiros, mas por todo o mundo. Os novos *media* em espaços digitais *online* têm adaptado formatações e criado mecanismos facilitadores da interação entre os espectadores. Os atores sociais começam a fazer cada vez mais parte dos espaços públicos digitais, uma vez que se sentem parte do processo comunicativo (Francisco, 2012: 163-182).

Assim, as tecnologias atuais transferem aos espectadores a qualidade de usuários possibilitando suas participações ativas. Os meios de comunicação verificam a necessidade de se adaptarem em espaços interativos para uma melhor recepção e aumento da audiência (Lopes, 2007 *apud* Francisco, 2012). A participação social que antes era feita através de cartas e telefones, com a interatividade virtual promovida pela Internet, o espectador, leitor e, agora usuário, faz através de seu suporte tecnológico (Francisco, 2012). Telefones celulares (*smartphones*), *tablets*, computadores de mesa, portáteis, ou variações destes, como *I'pods*⁹⁸, videogames conectados à rede sem fio *wi-fi*, dentre outros funcionam como suportes tecnológicos para a conexão em rede. O acesso à Internet não é algo distante e o seu uso tem tido características diversas.

Antes de as redes sociais existirem, em especial o Facebook, esta interação acontecia via fóruns de discussões, listas ou grupos de discussões via *e-mail*, grupos de conversas específicos como as salas de *chats* e revistas eletrônicas dispostas em *websites*. Posteriormente, os *Blogs* ganham espaço e o que seria a base de articulações de conversas em uma rede social passa a existir (Gilmor, 2004 *apud* Francisco, 2012).

Com a estruturação do Facebook, os meios de comunicação passam a pensar a informação não apenas como mensagem, mas sim como processo pelo qual se receberá a mensagem. Uma nova linguagem *web* é criada (Caetano, 2009: 247-265).

A linguagem criada para a Internet participa do sincretismo visual com o mesmo peso e medida que os demais elementos de interação. Os níveis de interação são percebidos como articuladores de sentidos e podem ser concebidos em conjunto com o espaço em que se insere e com o usuário que recebe a informação (Gauntlett, 2000).

⁹⁸ Aparelho destinado à apreciação musical de marca Apple.

Recuero (Recuero, 2009 *apud* Francisco, 2012) define rede social como sendo pessoas que interagem por meio de trocas sociais. São grupos de pessoas que através da estrutura da rede transmite informações.

Partilhando a ideia central de Recuero (2009) ponderamos que as redes sociais conectam os indivíduos em ligações constantemente ampliadas e complexificadas. Estas ligações podem ser alteradas a cada nova intervenção, acréscimo ou saída de usuários.

Transpondo tal raciocínio à rede social Facebook, chegamos aos apontamentos levantados no Capítulo Primeiro (Item 3), referentes à criação das hipérboles fotográficas⁹⁹.

Retomando brevemente o conceito, hipérboles fotográficas centralizam-se preliminarmente na ideia de montagens narrativas¹⁰⁰ cuja produção expressiva da imagem condensa-se na alteração de elementos e alegorias da representação (imagem) com o objetivo principal de persuadir o espectador.

Em 2010, o jovem Jefferson Monteiro usuário da rede social Facebook, cria um perfil fictício da primeira mulher a assumir a Presidência da República. A personagem criada “Dilma Bolada” estrutura-se pela sátira e bom humor.

A manutenção da relação de jogo com o espectador propõe trocas de informações através da interação. O sincretismo de linguagem promovido pelas hipérboles fotográficas prolonga e transforma a capacidade de projeção da informação. O usuário corresponde a informação apreendida quando aceita a interação proposta pela hipérbole ou conteúdo produzido¹⁰¹.

⁹⁹ Capítulo Primeiro, Item 3: Hipérboles Fotográficas: uma produção dos atores sociais.

¹⁰⁰ O conceito de hipérbole fotográfica centraliza-se na ideia previamente apresentada por Eisenstein acerca das montagens narrativas

¹⁰¹ Figura 21.

Figura 21 – Dilma Bolada sobre as manifestações



Na imagem acima verificamos que 8.288 pessoas curtiram a postagem, 235 pessoas comentaram e 1037 compartilharam o conteúdo. Aos números visíveis, mais de 9.560 pessoas aceitaram o jogo proposto e aumentaram a audiência.

O pensamento e a projeção das informações partem das realidades dos atores sociais. A compreensão da informação, mensagens, hipérbole fotográfica, sendo positiva ou negativa, fortalecerá a relação com o espectador e promoverá o aumento da audiência (Francisco, 2012).

O perfil fictício da Presidente da República conta com 1 milhão 136 mil 577 seguidores, enquanto que o perfil oficial administrado pelo Partido dos Trabalhadores em Maio de 2014 contava com 539 mil 893 seguidores.

Mostramos a baixo os perfis das páginas Dilma Bolada (fictícia), Dilma Rousseff (oficial) – esta em novembro de 2013 e maio de 2014 (figuras 22, 23 e 24, respectivamente).

Figura 22 – Dilma Bolada Março 2014



Figura 23 – Dilma Rousseff Facebook em Novembro de 2013



Figura 24 – Dilma Rousseff em Maio 2014



As publicações entre estes perfis (páginas) diferem em seus complementos. Embora as fotografias sejam similares em aspectos visuais (alto índice de alegria e felicidade através de sorrisos, cores fortes e ações positivas), o acréscimo de textos e a caracterização de hipérboles fotográficas só se verificam no perfil fictício, Dilma Bolada. Oficialmente, o perfil administrado pelo Partido dos Trabalhadores mantém uma linha estática simpática, porém politicamente correta. Não há ousadias, e a imagem apresentada é a que reforça a Presidente determinada a trabalhar em prol da população. Já no perfil fictício é possível notar um humor particular carregado por sátiras e eufemismos em imagens e textos. Para além das imagens alteradas especificamente para estas publicações, cada produto comunicativo inserido neste perfil vem como frases e comentários relacionados à imagem. Críticas a acontecimentos atuais são recorrente, bem como a criação de máximas específicas.

Figura 25 – Dilma Bolada 07 de Janeiro



7664 curtidas | 1207 comentários | 3156 partilhas

No início do mês de junho de 2013, governos de diferentes Estados brasileiros anunciam o aumento da passagem de ônibus. Eram centavos, mas que em significado real, tendia a mais um abuso de poder. O Brasil caminhava para o início de tensões sociais.

Segundo matéria publicada no jornal Estado de São Paulo, em 29 de junho de 2013¹⁰² um grupo isolado de 150 manifestantes, autodenominado por Movimento do Passe Livre (MPL), se concentrou no centro da Avenida Paulista – a avenida mais importante da Capital do Estado de São Paulo –, para protestar contra o aumento da passagem de ônibus. Era 06 de junho de 2013.

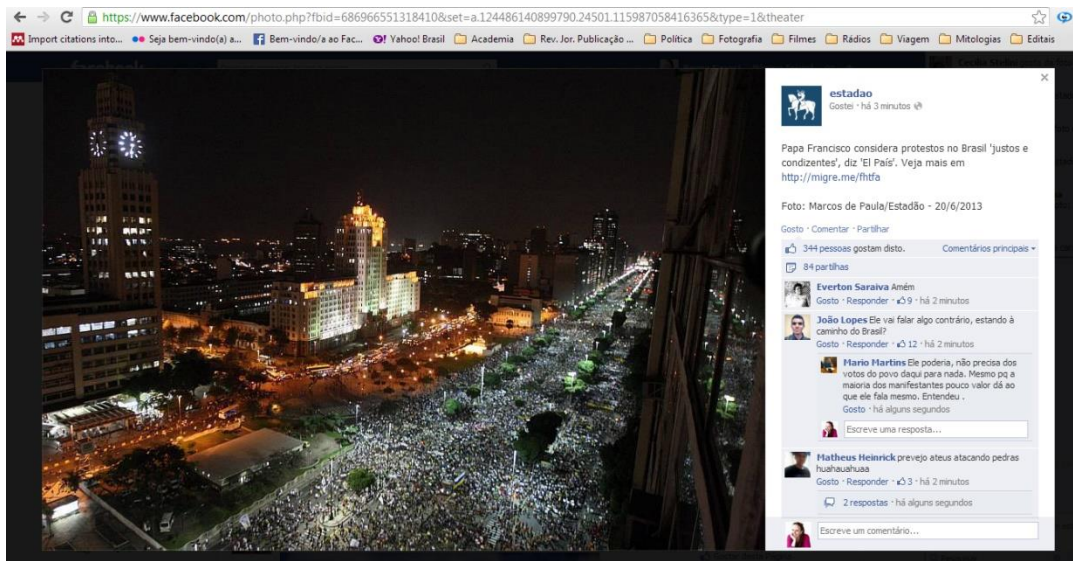
O MPL torna-se o alvo das notícias e com o passar dos dias ganha mais adeptos. As redes sociais, sobretudo o Facebook, se torna o grande centro de mobilização e vários conteúdos relacionados às manifestações são compartilhados. Em pouco tempo, o assunto principal se torna “as manifestações”.

Grupos de oposição ao governo são criados. Páginas com ideologias próprias e verdades particulares ganham milhares de seguidores.

A página oficial do jornal O Estado de São Paulo (Estadão), publica uma imagem da Avenida Paulista (figura abaixo) e em apenas 32 segundos, 29 pessoas curtem a postagem e 3 partilham. Após 3 minutos, 344 curtidas e 84 partilhas.

¹⁰² Matéria publicada em 29 de junho de 2013 e acessada em 09 de setembro de 2013: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,epidemia-de-manifestacoes-tem-quase-1-protesto-por-hora-e-atinge-353-cidades,1048461>

Figura 26 – Facebook Estadão



Nota-se que o Facebook tem sido utilizado com objetivos distintos entre seus usuários. Tem sido vista como uma excelente plataforma de comunicação munida de ferramentas que estimulam a capacidade individual e coletiva de produzir. Segundo Pierre Lévy (2002: 82), a informação representa os “fluxos de acontecimentos” que acabam por ligar as subjetividades pessoais conectando-as à inteligência coletiva.

Quando uma postagem atinge o seu objetivo comunicacional, o espectador cede à interatividade e participa do processo de comunicação. Compartilhar conteúdos, comentar e curtir outras peças comunicacionais são elementos de interatividade e de produção e gestão da informação.

O fato de o espaço público ter atingido o ciberespaço (Lévy, 2002) mostra que o conceito de urbano transcende ao limite do território físico e concreto e ganha a potência da comunidade geográfica virtual, global.

A partir destas potencialidades técnicas de comunicação e do amplo alcance que o ciberespaço promove, todos os usuários da rede tornam-se agentes passíveis de produzir e partilhar conteúdos (Lévy, 2002).

O aumento de seguidores do perfil Dilma Bolada e do perfil oficial da Presidente Dilma Rousseff são exemplos claros desta interatividade promovida pelo ciberespaço.

Uma vez que ao espaço virtual todos são passíveis de produzir conteúdos, o cuidado com a imagem pessoal e pública passa ser algo relevante.

O uso de ferramentas que bloqueiam o acesso de desconhecidos aos perfis pessoais é comum. Contudo, quando se trata de um perfil público, o objetivo passa a ser a visualização dos conteúdos, bem como o estímulo a sua divulgação/partilha.

Estratégias de comunicação são identificadas. Adicionar fotografias ou imagens a mensagens de textos são formas de manter a interação com o público. Convidar a audiência a escrever opiniões, lançar promoções de produtos, também têm sido escolhas para o aumento da audiência.

No mês de junho de 2013, durante as tensões causadas pelo MPL, o perfil Dilma Bolada acompanhou os acontecimentos reais e produziu respectivos conteúdos de humor. Como resultado 17 publicações com 90.568 curtidas, 9.107 comentários e 45.230 compartilhamentos.

O índice de aceitação da imagem alegre, divertida, líder, competente e “diva”¹⁰³ da personagem fictícia Dilma Bolado tem aumentado relevantemente. Assim como ao perfil oficial da Presidente, porém em menor escala. Dilma Rousseff, na figura dos representantes do Partido dos Trabalhadores, tem seguido para a produção de conteúdos visuais semelhantes. No mês de junho do mesmo ano, foram 21 publicações com 2.296 curtidas 1.091 comentários e 1.887 compartilhamentos.

O diálogo entre os usuários, tanto os agentes produtores de conteúdo quanto aos respectivos consumidores, faz prevalecer a estrutura central da comunidade virtual. A ciberdemocracia (Lévy, 2002) permite a produção prática da informação através do uso da inteligência coletiva. Compreender o outro nesta perspectiva é manter o diálogo ético e democrático dentro deste espaço (Idem, 2002).

4.3. O percurso de Dilma Rousseff no fotojornalismo

O percurso de Dilma Rousseff no fotojornalismo brasileiro será apresentado por meio da mostra empírica dos documentos vistos e registrados. Seguindo as diferentes épocas de militância política da Presidente, abordaremos as já citadas anteriormente¹⁰⁴ devido suas

¹⁰³ “Diva”: autodescrição da personagem Dilma Bolada. Dilma Bolada: “Sou a Rainha da Nação, a Diva do Povo, a Soberana das Américas... Sou linda, sou diva, sou Presidenta. SOU DILMA!”. <https://www.facebook.com/DilmaBolada/info>

¹⁰⁴ As respectivas épocas em análise são: Ditadura Militar; Eleição Presidencial de 2010 e o mês de Junho de 2013.

relevâncias temporais. Assim, apresentamos as questões metodológicas que conduziram a parte empírica da presente pesquisa.

4.3.1. Questões metodológicas

Para apresentação metodológica deste trabalho, recorreremos aos métodos não interferentes que compreendem as técnicas de recolha de dados sem intervir ou modificar o social (Coutinho, 2013: 142). Os artefatos que compõem o material coletado foram designados pelos registros do fotojornalismo vistos e pelos documentados referentes ao período do regime militar no Brasil (1964-1985); pelas fotografias oficiais utilizadas na campanha presidencial da candidata Dilma Rousseff (2010) e, por fim, pelos conteúdos fotográficos partilhados nos perfis Dilma Bolada e Dilma Rousseff (oficial) na rede social Facebook, ambos no mês de junho de 2013.

Sobre os registros do fotojornalismo vistos e os documentados referentes ao período do regime militar no Brasil (1964-1985), optou-se pela recolha presencial de dados no Acervo Iconográfico do Arquivo Público do Estado de São Paulo¹⁰⁵, uma vez que muitos registros não se encontram disponíveis para consulta *online*. A escolha por este local se deu devido ao elevado número de registros fotográficos disponíveis para consulta. Um acervo com mais de 400 mil fotografias relacionadas a diversos assuntos, temas e períodos da História do Brasil.

Após a escolha do local, fez-se uma pesquisa prévia sobre os temas disponíveis para análise, já que o acervo iconográfico mantém constantemente imagens em restauração e, portanto, fora do alcance do contato público. Como o objetivo era observar e registrar os documentos iconográficos pertinentes a corrente pesquisa, deu-se entrada a um pedido formal de consulta e possíveis registros. No Brasil, a Lei nº 9.610¹⁰⁶, ou a Lei de “Direitos Autorais” protege “todas as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia”¹⁰⁷ e ainda no Capítulo IV da mesma Lei (em “Da Utilização da Obra Fotográfica”), Parágrafo Primeiro, determina que “a fotografia, quando utilizadas por terceiros, indicará de forma legível o nome de seu autor”.

¹⁰⁵ O Acervo Iconográfico do Arquivo Público do Estado de São Paulo localiza-se na capital do Estado. Link direto http://www.arquivoestado.sp.gov.br/ins_arquivo.php

¹⁰⁶ Lei Nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, a Lei de Direito Autoral http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm

¹⁰⁷ Idem. Decreto, Item VII.

O pedido de registro do material observado foi negado em uma primeira instância o que levou a maiores esclarecimentos sobre o projeto de pesquisa. Com a compreensão dos fatos, foi cedido o acesso e dada autorização para registrar os documentos iconográficos que não contivessem indicação de autoria, fosse a identificação visível/legível. Após assinatura de declaração de concordância e respeito ao uso das imagens, bem como à Lei de Direitos Autorais, pude ter acesso à lista de documentos iconográficos relacionados ao fotojornalismo corrente no período do regime militar brasileiro. Foram mais de 50 mil fotografias relacionadas aos anos de 1964-1985. Destas, selecionou-se 12.320 para uma primeira fase de análise e possíveis registros.

Os 12.320 registros vistos foram selecionados mediante a seguinte grelha de temas relacionados à ditadura militar brasileira:

1. Política Nacional: (total de 11.781 fotografias)

- Eleições: 1.125
- Greves: 170
- Movimentos Sociais: 1.347
- Movimentos Estudantis: 1.678
- Personalidades: 2.007
- Partidos Políticos: 130
- Militares: 2.098
- Rapto Embaixadores: 148
- Censura: 39
- Terrorismo: 183
- Comportamento: 15
- Direitos Humanos: 66
- Julgamentos: 155
- Justiça Eleitoral: 7
- Aspectos Humanos: 122
- Comemorações: 46
- Rebeliões: 314
- Assistência Social: 191
- Imprensa: 342
- Comunismo: 15
- Campanha da mulher pela democracia: 3
- Política Brasil Geral: 1.483
- Governo: 97

2. Política Internacional: (total de 539 fotografias)

- Política Internacional Geral: 311
- Exilados Cubanos: 228

Deste montante apenas 324 fotografias puderam ser registradas para possível referência visual no exposto presente. Um total de 285 fotojornalistas assinaram as 11.996 fotografias que não puderam ser documentadas visualmente. Contudo, todos os documentos observados e analisados em primeira instância configuraram a formação das referências visuais elementares utilizadas para análise posterior do material aqui apresentado. A visão global e dialética sobre a realidade nos períodos de análise foi lapidada neste processo. Foi selecionada uma amostra do total registrado para elucidar o processo de análise.

Em uma perspectiva orientada à observação dos artefatos, buscou-se compreender a realidade social juntamente com o contexto ideológico e histórico, político e econômico. A observação dos documentos foi comprometida e dirigida a tentar desvendar as representações existentes como elementos de composição das fotografias. Para além da grelha de análise proposta no Capítulo Primeiro (“Elementos da Imagem Fotográfica – Análises e Representações”, item 1.3.1) procurou-se observar a existência ou não de valores, ideologias, crenças, posicionamentos políticos dentro do cenário retratado. Assim, através da observação orientada salienta-se o uso de metodologia quantitativa cujo enfoque está em ressaltar os elementos contidos nos artefatos de análise.

O processo de registro das fotografias documentais permitidas foi realizado utilizando equipamentos especiais que tinham como objetivo principal manter a integridade do material a ser documentado, além de certificar uma qualidade fiel à fotografia original. A este processo foram utilizados os seguintes equipamentos: uma máquina fotográfica Nikon modelo D7000, uma objetiva 18-105mm abertura f/3.5-5.6, um cavalete de madeira porte para mesa de 30cmX45cm, luvas de silicone e um papel cartão grosso cor cinza. Conforme foto abaixo:

Figura 27 ¹⁰⁸ - Registro documentos AAPSP



Em nenhum dos registros foi utilizado luz auxiliar ou *flash* (incorporado ou externo). A formatação escolhida para os registros foi equilibrada de acordo com a luz ambiente, e configurou-se da seguinte maneira: registro cru em RAW, resolução de 300dpi, abertura em f/3.5, tempo de exposição em 1/60s, ISO-500 e distância focal, em média, de 18mm. O *software* escolhido para transformar os dados crus (RAW) em imagem comprimida foi o Photoshop versão CC.

Partindo para o seguinte grupo de análise correspondente ao período de campanha eleitoral da candidata à Presidência da República, Dilma Rousseff, os materiais levantados oriundos de diversos *websites*, mas, sobretudo, de sítios referentes à imprensa *online*, configuraram um total de 181 fotografias. A escolha pelos *websites* pesquisados deu-se pela credibilidade histórica em relação às competências comunicativas, bem como a disponibilidade de acesso ao acervo iconográfico digital referente ao ano de 2010. Os *websites* pesquisados ¹⁰⁹ com coleta de imagens digitais fotográficas foram:

1. Palácio do Planalto da Presidência da República do Brasil:
<http://www2.planalto.gov.br>;
2. Acervo Veja Online: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>;
3. Acervo Folha: <http://acervo.folha.com.br>;
4. Acervo O Globo: <http://acervo.oglobo.globo.com>;
5. Comunicação e Política: www.comunicacaoepolitica.com.br/blog;

¹⁰⁸ Sala destinada à consulta do acervo do Arquivo Público do Estado de São Paulo. A fotografia retrata-se a estrutura montada para o registro dos documentos iconográficos.

¹⁰⁹ Outros espaços digitais foram pesquisados, porém sem sucesso em acessar o acervo ou biblioteca. Entre eles estão o site oficial do PT (<http://www.pt.org.br/>), PSDB (<http://www.psdb.org.br/>) e o site da Hemeroteca Brasileira (<http://hemerotecadigital.bn.br/>).

6. Universo Online: <http://www.uol.com.br>;
7. Terra: <http://www.terra.com.br>;
8. G1: <http://g1.globo.com>;

E, por fim, integra o corpus de artefatos vistos e analisados 38 publicações feitas na rede social Facebook oriundas dos perfis Dilma Bolada (17 publicações) e Dilma Rousseff (21 publicações), ambos no mês de junho de 2013. A escolha por estes *posts* se deu devido ao momento de conflitos sociais pelo qual passava o Brasil. O objetivo foi tentar traçar a imagem da Presidente Dilma Rousseff durante o movimento social.

A este grupo de análise interativa, o foco foi dirigido à percepção interpessoal da relação comportamental entre os indivíduos que aderiram à interação do conteúdo publicado e os respectivos gestores dos perfis.

CAPÍTULO QUINTO – Dos Elementos Iconográficos: análise e interpretação do material coletado

Para uma análise e interpretação do material coletado, seguimos o modelo de observação orientada aos artefatos, onde se tentou compreender o contexto ideológico, político e econômico como fragmentos da História do Brasil. Os elementos fotográficos, bem como as qualidades técnicas de formação (enquadramento, ângulo, distância focal, aspectos de velocidade, humano e material), formaram as orientações para a percepção sistêmica do documento iconográfico analisado. As fotografias pertencentes ao Acervo do Arquivo Público do Estado de São Paulo serão identificadas com a sigla AAPESP, respectivamente. Quando o verso do registro contiver informação relevante à identificação ou a qualquer outro tópico da grelha de análise que possa modificar a sua compreensão, este será adicionado como acréscimo informativo.

As imagens que se seguirão foram analisadas dentro da grelha de análise¹¹⁰ sugerida para um melhor enquadramento e compreensão dos elementos levantados nos artefatos.

Grelha de Análise:

1. Descrição/Identificação;
2. Tema/Contextualização;
3. Técnica/Estilo ou Referência;
4. Repercussão/Impacto social;
5. Associações Possíveis.

5.1. Ditadura Militar 1964-1986

Do total de fotografias observadas no acervo do Arquivo Público de São Paulo, 324 puderam ser fotografadas por não conterem autores discriminados/descritos. Deste montante, foi feita a Categorização dos registros. Devido ao espaço restrito disponível para apresentação das imagens, seguiremos com amostras de imagens que denunciaram a

¹¹⁰ A descrição desta grelha de análise faz parte do Capítulo Primeiro, item 1.4 “Elementos da Imagem Fotográfica – Análises e Representações”.

ditadura militar e outras que a protegeu. No geral, as imagens que puderam ser registradas não continham aspectos de ações violentas, bem como mantinham característica ordem. Segundo Amaral (2011) e Fico (2001), a censura era tão presente e austera que os jornalistas e, principalmente os fotojornalistas acabavam por interioriza-la, limitando-se assim, a restrições e escolhas sobre o que comunicar.

Assim, todos os materiais vistos e os registrados partilharam da contextualização Histórica político-social desta análise. A imagem de um País em ascensão política e econômica não dialoga como a imagem de seu povo cujas repressões, arrochos salariais, inflação e Atos Institucionais afastavam possibilidades de crescimento (Fico, 2001), como veremos nos documentos fotográficos a seguir.

Total de 324 registros iconográficos, divididos nas seguintes categorias:

- Greve: 60
- Movimentos Sociais: 70
- Movimentos Estudantis: 52
- Personalidades: 4
- Partidos Políticos: 22
- Militares: 40
- Censura: 9
- Rebeliões: 20
- Comunismo: 10
- Campanha da mulher pela democracia: 3
- Política Brasil Geral: 4
- Governo: 30

Figura 28 ¹¹¹ - AAPESP

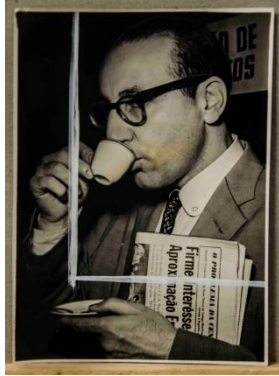
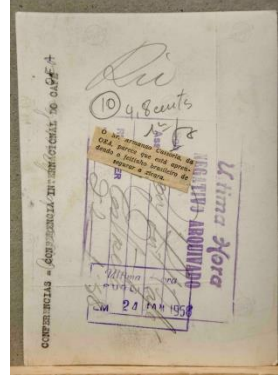


Figura 29 ¹¹² - AAPESP verso



Apresenta-se, inicialmente, apenas como referência visual o processo de direção de edição já realizado na década de 1950. No registro acima, o editor de imagens seleciona e marca visualmente o que deve ser enquadrado. A publicação da imagem ficaria da seguinte forma:

Figura 30 – Imagem Editada



Como já dissemos anteriormente¹¹³, a fotografia é composta por elementos que, organizados em uma determinada maneira, criam sentidos. Esta linguagem textual icônica é compreendida a partir dos seus elementos apresentados.

¹¹¹ Na Foto Armando Cassorla, Conferência Internacional do Café, 1958.

¹¹² Na Foto Armando Cassorla, Conferência Internacional do Café, 1958, verso. Anotações e carimbos do jornal Última Hora, detentor primeiro dos direitos autorais.

¹¹³ Item 1.4 do Capítulo Primeiro: Elementos da Imagem Fotográfica – Análises e Representações.

Figura 31 – Militares/AAPESP

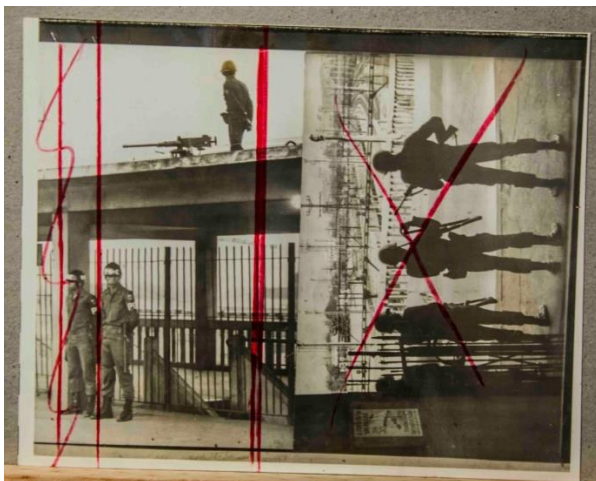


Figura 32 - sugestão de edição



1. Figura 31: Imagem dupla com marcas de edição evidentes. Aparentemente uma reprodução de outras duas fotografias. Há indícios de publicação pelos *media*, uma vez que houve seleção entre as duas imagens. Exército Brasileiro: pela caracterização dos indivíduos, além de armas e posturas oficiais visíveis. A postura oficial propõe estado de vigília e prontidão.
2. Remetem ao período do regime militar brasileiro, 1964.
3. Fotojornalismo. A imagem dupla propõe duas composições, ambas do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Pelo registro duplo e ampliado em um único papel fotográfico, verifica-se a atenção em captar ângulos distintos para uma melhor representação do evento/acontecimento registrado.
4. Como esta figura é parte do AAPESP e sugere edição (traços em vermelho, pós edição figura 32) há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais da época, onde os militares faziam-se presentes para impor o poder e a força de seu governo.

Figura 33 – Movimento Social Ditadura / AAPESP



Figura 34 – Movimento Social Ditadura II



1. Figura 33: Aglomerado de pessoas que configura um movimento social. Placas, cartazes e bandeiras exprimem vontades do povo. Entre as frases “O Povo Exige!”, “Sindicatos(...)”. Leitura limitada pela disposição espacial dos cartazes e bandeiras. Figura 34: Aglomerado de pessoas que configura um movimento social. Placas, cartazes e bandeiras exprimem vontades do povo. Entre as frases: “Está na hora do monopólio integral. Tudo de petróleo para a Petrobrás”, “Pelo reforma econômica”, “Sindicato dos Condutores”, dentre outras ilegíveis.
2. Ambas as figuras remetem ao período do regime militar brasileiro, 1964.
3. Fotojornalismo. Ambas as imagens constituem elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter um campo de visão ideal ao registro amplo do evento/acontecimento.
4. Como estas figuras são parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais da época, onde os militares faziam-se presentes para impor o poder e a força de seu governo.

Figura 35 – Militares e População / AAPESP



Figura 36 – Militares / AAPESP



1. Figura 35: Registro sobre o cotidiano sob o ponto de vista civil. A senhora em primeiro plano e em destaque, chama a atenção por seu gesto e caminhar: passa certa tranquilidade ao andar de cabeça erguida com seu embrulho/sacola. Militares fazem seu trabalho de vigília e parecem descontraídos. Não há indícios de insegurança por parte da senhora que não se intimida nem com os militares nem com o fotógrafo. Embora a presença de militares armados possa figurar violência, este registro não mostra conflito. Figura 36: Registro sobre o cotidiano dos militares. Há um estado de “semi” prontidão, uma vez que um dos oficiais mantém sua mão no bolso enquanto que o outro mostra-se rígido. O ambiente aparenta estar tranquilo.
2. Ambas as figuras remetem ao período do regime militar brasileiro, 1964.
3. Fotojornalismo. Ambas as imagens constituem elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um retrato ameno, já que buscou um ângulo lateral sem grandes enfrentamentos.
4. Como estas figuras são parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, as imagens com os registros cotidianos gerais.

Figura 37 – Movimento Social Admiração Trabalhadores/AAPESP



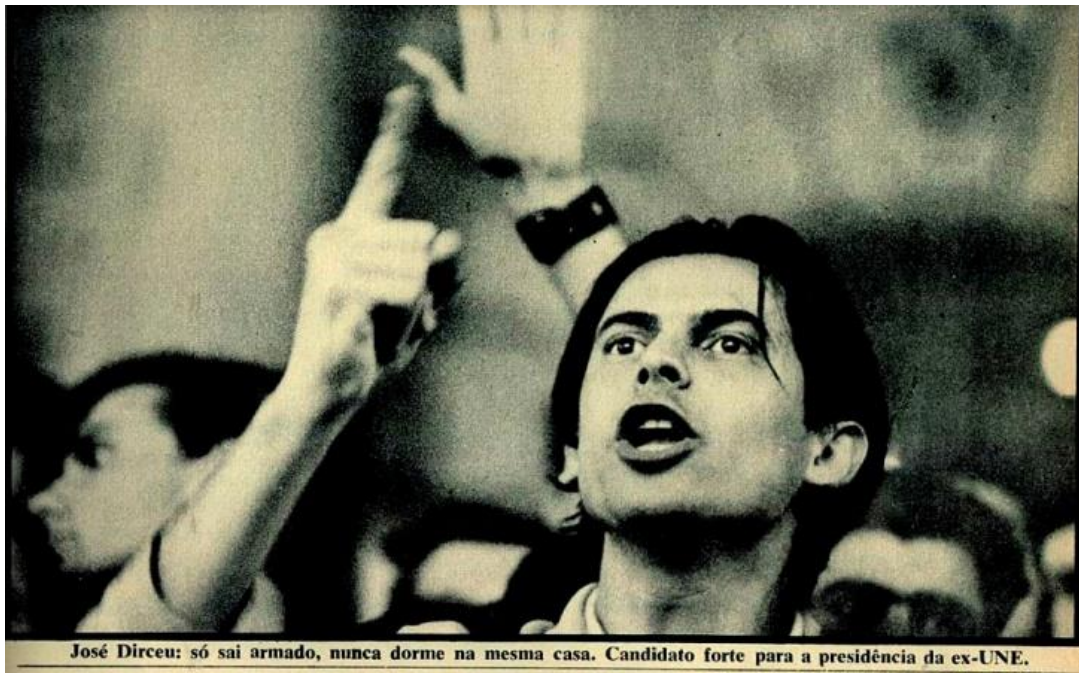
1. Figura 37: Aglomerado de pessoas que configura movimento social. Pelo teor do conteúdo exposto na faixa em posição central, percebe-se que se trata de um comício de campanha eleitoral do candidato a Presidência da República João Goulart, o Jango.
2. A figura remete ao período do regime militar brasileiro, 1965.
3. Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter um campo de visão ideal ao registro amplo do evento/acontecimento.
4. Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem às campanhas eleitorais no período do regime militar brasileiro.

Figura 38 – Líder Estudantil Vladimir Palmeira/Acervo Folha SP



1. Figura 38: Aglomerado de pessoas que configura movimento social. Pelo retrato em primeiro plano do líder estudantil Vladimir Palmeira pressupõe-se que seja um retrato de seu discurso nas escadas da Igreja da Candelária durante a Passeata dos Cem Mil, durante o regime militar.
2. A figura sugere o ano de 1968.
3. Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter um campo de visão ideal ao registro amplo do evento/acontecimento.
4. Como esta figura é parte do Acervo Folha SP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais do período em questão contra o regime da ditadura militar.

Figura 39 – José Dirceu, 1968/Acervo Folha de SP

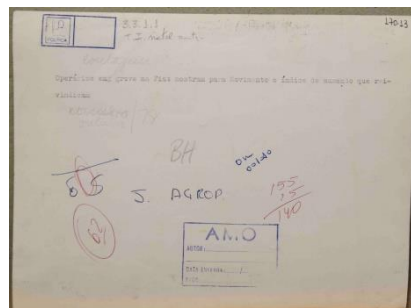


- 1 Figura 39: Jovem militante em ação. O dedo “em riste” propõe discurso austero e direto. Pela descrição certifica-se que se trata de José Dirceu.
- 2 A figura contém descrição datada do ano de 1968.
- 3 Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real.
- 4 Como esta figura é parte do acervo da Folha de São Paulo e, como demonstra a legenda, esta foto foi publicada em jornal impresso.
- 5 Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais em contra a ditadura militar.

Figura 40 – Greve Operários Fiat/AAPESP



Figura 41– Greve Operários Fiat verso

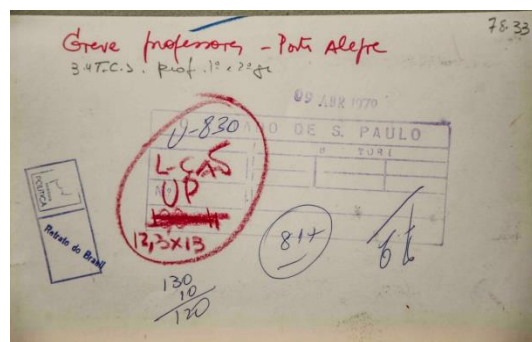


1. Figura 40: Pequeno aglomerado de pessoas que configura movimento social. Pelos dados descritos no verso da figura (figura 41) trata-se de uma greve de operários da empresa automobilística FIAT.
2. A figura contém descrição datada do ano de 1978.
3. Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter um campo de visão ideal ao registro amplo do evento/acontecimento.
4. Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais em prol de melhorias nas condições de trabalho.

Figura 42 – Movimento Social 1979/AAPESP



Figura 43 – Movimento Social 1979 verso

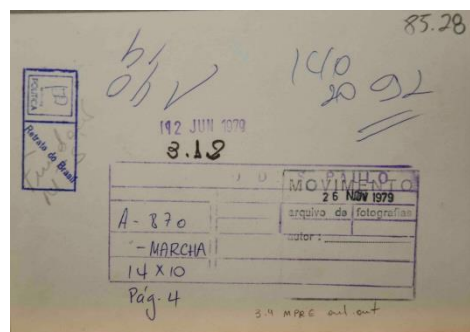


1. Figura 42: Aglomerado de pessoas que configura movimento social. Pelos dados descritos no verso da figura (figura 43) trata-se de uma greve de professores localizada em Porto Alegre.
2. A figura contém descrição datada do ano de 1979.
3. Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter um campo de visão ideal ao registro amplo do evento/acontecimento.
4. Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais em prol de melhorias nas condições de trabalho.

Figura 44 – Movimento Social Trânsito/AAPESP



Figura 45 – Movimento Social Trânsito verso

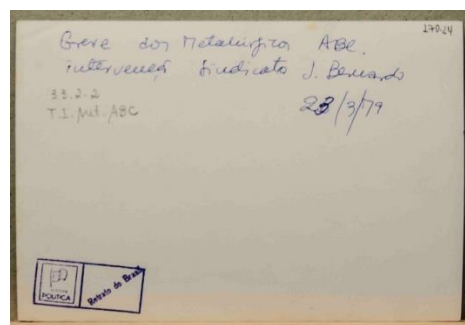


- 1 Figura 44: Pequeno aglomerado de pessoas entre o trânsito parado. Configura-se movimento social. Há indícios de violência devido à fumaça que se constata no canto superior direito, além de se notar um possível manifestante bem no centro da imagem. Este, por sua vez, encontra-se em movimento. O cartaz colocado no carro (“Obrigado Figueiredo”) é seguido por outro quase imperceptível. Este se refere à liberdade, pelo que se pôde observar. Propõe-se uma referência à vontade do povo pelas “Diretas Já”.
- 2 A figura contém descrição datada em seu verso: junho de 1979.
- 3 Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter um campo de visão ideal ao registro em movimento.
- 4 Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
- 5 Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais contra o regime militar.

Figura 46 – Militares e População, 1979/AAPESP



Figura 47 – Militares e População, 1979 verso

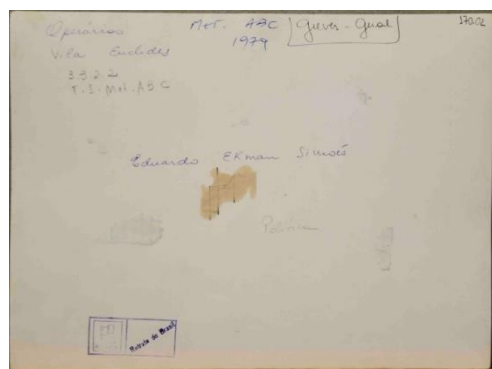


- 1 Figura 46: Dois grupos de pessoas. Ao fundo, indivíduos em trânsito apreensivo. À frente, grupo de militares armados em ação. Aparentam estar procurando algo. Não há indícios de violência. Segundo consta a descrição no verso da fotografia (figura 47), trata-se da documentação visual da greve dos metalúrgicos de São Paulo.
- 2 A figura contém descrição datada em seu verso: 1979.
- 3 Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter a visão dos militares em relação ao fundo, no caso representado pelo segundo grupo de indivíduos.
- 4 Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
- 5 Associa-se, contudo, a imagem aos registros cotidianos relacionados a pequenos movimentos sociais contra o regime militar, uma vez que verifica-se a presença da Força Armada.

Figura 48 – Greve dos Metalúrgicos/AAPESP



Figura 49 – Greve dos Metalúrgicos, verso



- 1 Figura 48: Aglomerado de pessoas em estrutura falante versus ouvinte. Pela descrição no verso da imagem (Figura 49 verso), verifica-se que se trata de um discurso proferido pelo então sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva em prol da Greve dos Metalúrgicos. Contudo, o foco da imagem está no fotógrafo (em ação) de camisa escura, localizado no lado direito.
- 2 A figura contém descrição datada em seu verso: 1979.
- 3 Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo buscou um ângulo específico para obter o melhor enquadramento do fotógrafo retratado em plena atividade profissional.
- 4 Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
- 5 Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais contra o regime militar.

Figura 50 – Lula após Greve Metalúrgicos / AAPESP Figura 51 – Lula após Greve Metalúrgicos verso



- 1 Figura 50: Grupo de pessoas caminhando descontraidamente. Pela descrição no verso da imagem (figura 51) verifica-se que se trata de então sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva após ter feito seu discurso para os integrantes da Greve dos Metalúrgicos/SP.
- 2 A figura contém descrição datada em seu verso: 1979.
- 3 Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. Nota-se que o fotógrafo interferiu diretamente no enquadramento quando entra na frente dos indivíduos que caminhavam para retratá-los.
- 4 Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
- 5 Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais contra o regime militar.

Figura 52 – Rebelião Popular / AAPESP



Figura 53 – Aglomerado Civil e Polícia Militar



- 1 Figura 52: Pequeno grupo em movimentos austeros. Há presença militar. Nota-se movimento ágil de membro da Força Armada para conter ação violentas dos indivíduos. Configura-se rebelião ou movimentos de ação violenta sem cunho ideológico. No superior da fotografia, figura 53: Pequeno aglomerado de civis entre a polícia militar e a cavalaria do Estado de São Paulo (identificada através da farda). Não há indícios de violência presente, o que não impossibilita ter ocorrido. Segundo descrição da imagem em formato de legenda, trata-se da Greve dos Metalúrgicos/SP.
- 2 A Figura 52 remete-se ao período da ditadura militar, mas não tem data confirmada. Já a figura 53 contém descrição datada: 1979.
- 3 Fotojornalismo. Ambas as imagens constituem elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real.
- 4 Como estas figuras são parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
- 5 Associa-se, contudo, as imagens com os registros cotidianos feitos no período da ditadura militar brasileira.

Figura 54 – Movimento Social / AAPESP



Figura 55 – Movimento Estudantil / AAPESP

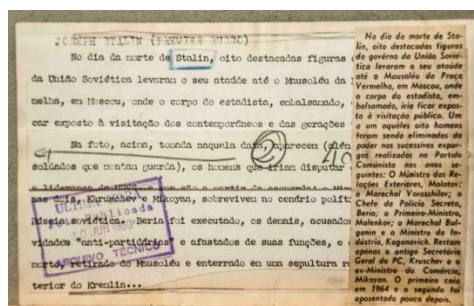


1. Figura 54: Aglomerado de pessoas que configura um movimento social. Placas, cartazes e bandeiras exprimem vontades do povo. Presença maior de mulheres. Figura 55: Aglomerado de pessoas que configura um movimento social. Placas, cartazes e bandeiras ilegíveis. Pelo local interno e pelas características físicas, sugere movimento estudantil.
2. Ambas as figuras remetem ao período do regime militar brasileiro, 1964.
3. Fotojornalismo. Ambas as imagens constituem elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real.
4. Como estas figuras são parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Fato verificado, porém não confirmado.
5. Associa-se, contudo, a imagem aos movimentos sociais da época.

Figura 56 - funeral de Josef Stalin / AAPESP



Figura 57 funeral de Josef Stalin, verso



- 1 Figura 56: Duas fotografias em uma. Organizadas propositalmente para comparação, as imagens remetem a dois momentos de impressão. A inferior, com marcas visíveis indica quais indivíduos deveriam ser destacados. Assim, a edição proposital promove a indução do olhar do espectador. São mais atentamente observados os destaques promovidos pelo olhar natural e ingênuo do espectador comum. Nota-se, contudo, que esta imagem tem elevado caráter político. Segundo consta a descrição no verso da fotografia (figura 57), trata-se do funeral do estadista Josef Stalin.
- 2 A figura contém descrição datada em seu verso: 1953.
- 3 Fotojornalismo. A imagem principal (Superior, sem edição) constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real.
- 4 Como esta figura é parte do AAPESP há grande possibilidade de ter sido publicada. Por ter em seu verso recorte de matéria de algum jornal, pressupõe-se que a fotografia foi publicada. Fato confirmado, sem destino da publicação.
- 5 Associa-se a imagem aos acontecimentos políticos internacionais.

Figura 58 - Tancredo Neves/AAPESP



- 1 Figura 58: Duas fotografias configurando apenas uma. Na disposição geral das imagens, verifica-se a tentativa do editor de mostrar o ambiente descontraído e festivo. A imagem superior conta com os políticos José Sarney e Tancredo Neves. Logo em baixo, tem-se faixa em prol do político Tancredo Neves.
- 2 A figura propõe período em que Tancredo Neves vence as eleições ao cargo de Presidente da República em 1985.
- 3 Fotojornalismo. As imagens individuais constituem elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real.
- 4 Como estas figuras são parte do AAPESP há grande possibilidade de terem sido publicadas. Fato conferido, porém não confirmado.
- 5 Associam-se estas imagens aos acontecimentos políticos que se seguiram com o fim da ditadura militar no Brasil.

Figura 59 – Dilma Rousseff ficha cadastral / AAPESP



- 1 Figura 59: Retrato direto 3x4 da então estudante militante, Dilma Rousseff. Com identificação e parte do carimbo em evidência, sugere ser fotografia utilizada para sua identificação em arquivos Militares. Desse modo, deve se tratar de fotografia de ficha criminal.
- 2 A figura contém indícios de ter sido registrada em 1970, ano em que a estudante Dilma Rousseff foi presa pelo DOPS/regime militar.
- 3 Retrato Geral. A imagem constitui elementos de retrato geral. O objetivo principal é retratar o indivíduo em seu aspecto normal para fins cadastrais.
- 4 Figura do arquivo AAPESP não constitui publicação. Há marca visível de grampo fixador.
- 5 Associa-se a imagem com retratos para fichas cadastrais.

Figura 60 – Dilma durante interrogatório/Acervo Folha SP



Figura 61 – Título Eleitoral/ Acervo Folha SP

SECRETARIA DA SEGURANÇA PÚBLICA

DEPENDENCIA

TÍTULO ELEITORAL

Uruaçu
CIRCUNSCRIÇÃO

103341
inscrição

Quinta
ZONA

MUNICÍPIO DISTRITO

NOME **Marina Esmarães Garcia de Castro**

14/7/1945 São João da Vista - D.P. - SP
DATA DO NASCIMENTO

Pedro Otaviano Guimarães e Sara Quintino Guimarães de Castro
PROFUSÃO

comerciária Av. N.S. do Pacabana, 285/402
RESIDÊNCIA

DATA NA 245ª duzentos e quarenta e cinco seccão

2ª VIA *Marina Guimarães Garcia de Castro*
ASSINATURA DO ELEITOR

- 1 Figura 60: Foto de julgamento. Pelos indivíduos trajando fardas e encobrendo suas respectivas faces, pressupõe-se o enquadramento de interrogatórios oficiais realizados pela Auditoria Militar durante a ditadura militar. Por se tratar da estudante militante, Dilma Rousseff, sugere-se a data de 1970. Figura 61: Demonstra ser referência visual ao título eleitoral da estudante militante Dilma Rousseff, cujo tempo de militância rendeu-lhe pseudônimos.
- 2 A figura contém indícios de ter sido registrada em 1970, ano em que a estudante Dilma Rousseff foi interrogada e posteriormente presa pelo DOPS/regime militar. A figura 61 não possui data específica.

- 3 Fotojornalismo. A imagem constitui elementos do fotojornalismo. Objetivo principal: retratar o momento de forma precisa e real. A figura 61 configura-se como referência visual documental.
- 4 Associa-se a imagem com interrogatórios oficiais realizados pela Auditoria Militar durante a ditadura militar. Associa-se a figura 61 com documentos pessoais.

Ao analisar estas imagens do período da Ditadura Militar no Brasil (1964-1985), assumimos tal como Charaudeau (2011) que o passado permanece presente como forma de experiência. O imaginário social permanece como uma imagem da própria realidade que poderá ser interpretada e direcionada a um universo complexo de significações. Gestos e trejeitos dos atores políticos também permanecem como elementos inerentes aos respectivos discursos, podendo ser resgatados pelo imaginário social. Ao descrever uma imagem ou representação social (situações, momentos, acontecimentos, etc.) hipóteses podem aparecer como questionadoras desta realidade descrita. Os atores políticos serão compreendidos pelos atores sociais de acordo com a realidade social, cultural e política que estiverem inseridos. O passado será sempre elemento presente no imaginário social, podendo ser resgatado pela presença de momentos semelhantes, fatos, discursos, gestos marcantes, dentre outros.

5.2. Campanha Presidencial de 2010

Constituem o corpus de análise do perfil da candidata à Presidência da República 181 registros fotográficos coletados em *websites* referentes à imprensa *online*. O período de visita nestes espaços virtuais foi de setembro de 2013 a dezembro de 2013. A escolha por estes sítios deu-se pela credibilidade histórica em relação às competências comunicativas, bem como a disponibilidade de acesso ao acervo iconográfico digital referente ao ano de 2010. Retomamos aqui a lista suas referências:

1. Palácio do Planalto da Presidência da República do Brasil: <http://www2.planalto.gov.br>;
2. Acervo Veja Online: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>;
3. Acervo Folha: <http://acervo.folha.com.br>;
4. Acervo O Globo: <http://acervo.oglobo.globo.com>;

5. Comunicação e Política: www.comunicacaoepolitica.com.br/blog;
6. Universo Online: <http://www.uol.com.br>;
7. Terra: <http://www.terra.com.br>;
8. G1: <http://g1.globo.com>;

Com um percurso marcado por conflitos políticos e sociais, Dilma passa por uma desconstrução de imagens. De “guerrilheira”, passa a ser vista como uma mulher firme, forte, competente, guerreira. Seu passado de tortura (DOPS/1970-1973) e militância é trocado pela possibilidade de um futuro administrativo implacável. Dilma Rousseff assume a Presidência da República do Brasil como “Mãe do Povo” em 01 de janeiro de 2011. Com mais de 55 milhões de votos, passa a ser a primeira mulher a se tornar Presidente do Brasil.

Esta transição de imagens ou desconstrução e reconstrução de imagem pública só foi possível pelo apoio e assessoria de Lula juntamente com uma equipe de Marketing Político. A estruturação da campanha de Dilma passou a ser também a de sua comunicação e de seu novo perfil político e social.

Um dos principais conceitos do Marketing Político está em compreender o sentido da boa comunicação como parte do processo de sedução para o melhor entendimento (Queiroz, 2005). Assim, o candidato deve ser tido como produto passível de conquista e entendimentos (Guanaes *apud* Queiroz, 2005: 33).

O tratamento direto e o cuidado em estabelecer o perfil ideal do candidato devem estar relacionados com a comunicação interpessoal (Mendonça *apud* Queiroz, 2005). A sua caracterização física e o seu aspecto podem aproximar ou afastar (Queiroz, 2005).

A determinação do perfil da candidata Dilma Rousseff ganha características feministas quando propõe assumi-la como “Mãe do Povo”¹¹⁴. O argumento chave é de que além de ser uma extraordinária profissional¹¹⁵ (Lula, 2008) Dilma manterá o pulso firme no governo mais com o “coração e a alma de mulher”¹¹⁶ (Dilma, 2010).

¹¹⁴ A expressão “Mãe do Povo” vem de uma apropriação do discurso proferido por Lula (2007), ainda enquanto Presidente do Brasil, onde na ocasião diz ser a Dilma a “Mãe do PAC” (Programa de Aceleração do Crescimento). Ela seria a responsável por acompanhar as obras do PAC, bem como comandá-lo (Amaral: 2011).

¹¹⁵ Entrevista Presidente Lula aos Diários Associados. Entrevista acessada em 10 de abril de 2014 pelo portal *online* da Biblioteca da Presidência da República: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/entrevistas/2o-mandato/2008/24-04-entrevista-exclusiva-concedida-pelo-presidente-da-republica-luiz-inacio-lula-da-silva-aos-diarios-associados/view>

¹¹⁶ Em 23 de junho de 2010, Dilma dá entrevista ao jornal espanhol EL País em Madrid. O título da entrevista foi: “O Sucesso de Lula é o meu Sucesso”, <http://portal730.com.br/eleicoes-2010/el-pais-qo-sucesso-de-lula-e-o-meu-sucessoq-afirma-dilma>. Entrevista acessada em 10 de abril de 2014.

As imagens aqui apresentadas foram escolhidas por melhor representarem sua respectiva categorização. Propõe-se a estrutura da mesma grelha de análise.

Total de 181 fotografias coletadas e analisadas, divididos nas seguintes categorias:

Comportamento/Gestual: 17

Aspectos Humanos: 32

Direitos Humanos: 12

Comemorações: 7

Questão de Gênero: 29

Assistência Social: 6

Governo: 43

Imprensa: 35

Figura 62 foto Oficial Campanha/ G1



- 1 Figura 62 Foto oficial de lançamento de campanha, Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff. Lula com cor neutra coloca-se atrás de Dilma passando segurança. Com os braços soltos, a neutralidade de sua roupa chama a atenção da audiência para o seu rosto, que sorri em aprovação. Dilma, vestida de vermelho forte, braços cruzados e colar de pérolas também passa segurança. O detalhe da gola branca em formato de “V” direciona o olhar para cima: Dilma está sorrindo. Como aprovação ao “V” de “Vitória”.
- 2 A figura contém indícios de ter sido produzida especificamente para a campanha eleitoral de 2010.

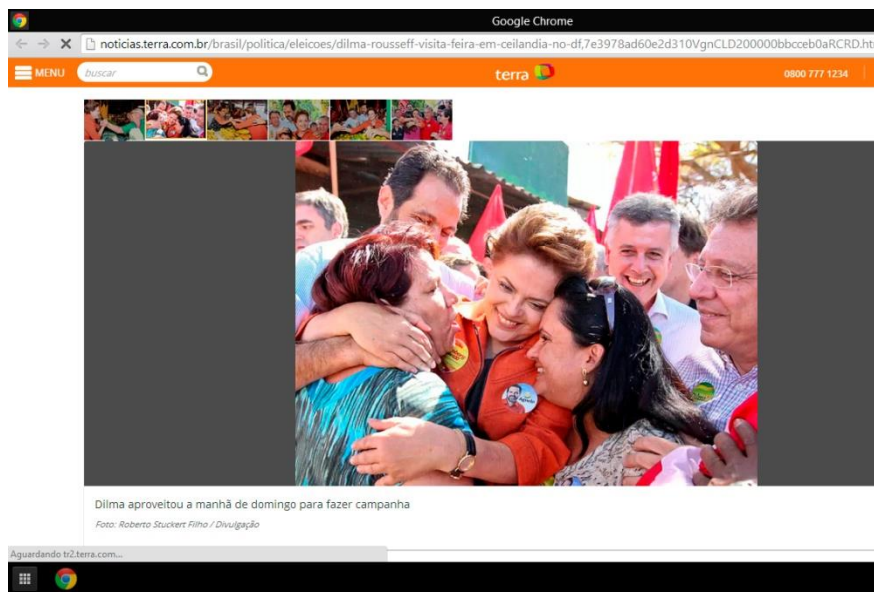
- 3 Retrato Oficial da campanha de Dilma Rousseff à Presidência da República.
- 4 Figura com alto índice de circulação digital, por ter sido a fotografia oficial da campanha eleitoral em questão.
- 5 Sem associações.

Figura 63 – Juventude PT/Acervo O Globo



- 1 Figura 63: Foto de campanha. A candidata segura a Bandeira do Brasil nas mãos em ato mimético de aproximação com os jovens. Na lateral direita uma frase é encoberta: “(...) massas”.
- 2 A candidata Dilma em evento denominado “Juventude PT”.
- 3 Fotojornalismo. Cobertura fotográfica da campanha eleitoral de 2010.
- 4 Sem impacto social. Foto utilizada para divulgação e registro de campanha.
- 5 Sem associações.

Figura 64 –Dilma abraça eleitores/Terra



- 1 Figura 64: Foto de campanha. A candidata abraça a população. Sorri. Há carisma e acolhimento. A mulher da direita coloca-se “em abraço”. A candidata aceita o carinho e retribui.
- 2 Caminhada eleitoral.
- 3 Fotojornalismo. Cobertura fotográfica da campanha eleitoral de 08 de agosto de 2010.
- 4 Sem impacto social. Foto utilizada para divulgação e registro de campanha.
- 5 Associa-se esta figura com a imagem da mãe acolhedora ou “Mãe do Povo”: “Nós, mulheres, nascemos com o sentimento de cuidar, amparar e proteger. Somos imbatíveis na defesa de nossos filhos e de nossa família” (Rousseff *apud* Amaral, 2011).

Figura 65 – Mãe do Povo/Universo Online



- 1 Figura 65: Foto de campanha. Dilma se aproxima da população. O tom da camisa contrasta com as demais cores da composição. A inclinação do corpo da candidata faz com que a audiência acompanhe seu movimento. A aceitação da audiência ocorre quando outra mulher, outra “Mãe”, beija a candidata curvando-se. Um enquadramento forte que propõe liderança e a “coração”¹¹⁷.
- 2 Caminhada eleitoral.
- 3 Fotojornalismo. Cobertura fotográfica da campanha eleitoral de 08 de agosto de 2010.
- 4 Sem impacto social. Foto utilizada para divulgação e registro de campanha.
- 5 Associa-se esta figura com a imagem da mãe acolhedora ou “É mais do que simbólico que o PT e os partidos aliados estejam dizendo: chegou a hora de uma mulher comandar o país” (Rousseff *apud* Amaral, 2011)

¹¹⁷ Entrevista dada ao jornal espanhol EL País em Madrid em 23 de junho de 2010, Dilma dá entrevista. <http://portal730.com.br/eleicoes-2010/el-pais-que-sucesso-de-lula-e-o-meu-sucesso-q-afirma-dilma>. Entrevista acessada em 10 de abril de 2014.

Figura 66 – Campanha PT, Lula e Dilma/Universo Online



- 1 Figura 66: Foto de campanha. Dilma, em carro aberto, cumprimenta a população. Lula segura braço de Dilma para cima em simbologia à vitória.
- 2 Caminhada eleitoral, carro aberto.
- 3 Fotojornalismo. Cobertura fotográfica da campanha eleitoral de 23 de outubro de 2010.
- 4 Sem impacto social. Foto utilizada para divulgação e registro de campanha.
- 5 Sem associações.

Figura 67 – Campanha Eleitoral Dilma Café/ Universo Online



- 1 Figura 67: Foto de campanha. A candidata toma um café lado de políticos e civis. Diferentemente das outras imagens que representam a aproximação de Dilma com a população, verifica-se aqui uma produção visual em elementos e objetos. Café e comida simbolizando fartura e família. Neste registro nota-se, ainda, que foi feito entre outro registro.
- 2 Caminhada Eleitoral até a rodoviária de Brasília.
- 3 Fotojornalismo. Cobertura fotográfica da campanha eleitoral de 28 de setembro de 2010.
- 4 Sem impacto social. Foto utilizada para divulgação e registro de campanha.
- 5 Sem associações.

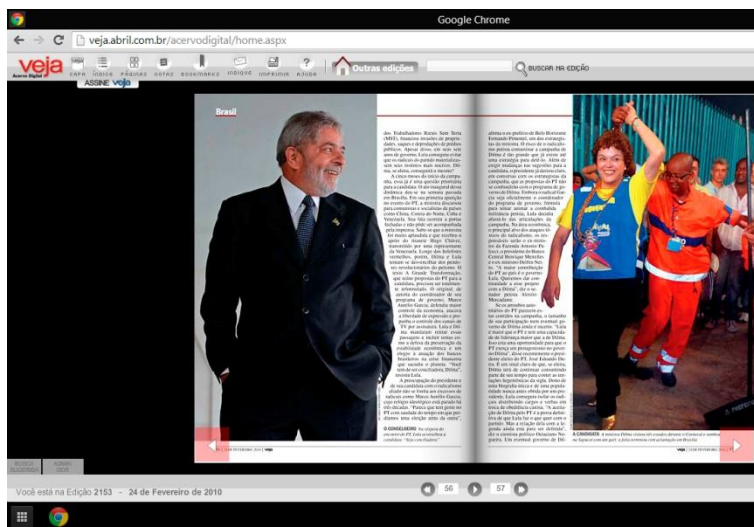
Figura 68 – Capa Folha de São Paulo/Acervo Folha de SP



- 1 Figura 68: Capa do jornal Folha de São Paulo de 19 de outubro de 2010. Duas fotografias centrais aos textos que as seguem. Do lado esquerdo está o candidato José Serra abraçando Fernando Gabeira e sendo aplaudido pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. Verifica-se certa descontração. Os comportamentos são contidos e as cores mais brandas. Na fotografia da direita, tem-se a candidata Dilma Rousseff sorrindo e abraçando o cantor e compositor Chico Buarque¹¹⁸. O contraste entre as cores das roupas de Dilma e Chico recebe o foco da audiência que os percebe sorrindo. A imagem da direita passa simpatia do que a da esquerda: Segundo Querioz (2005), o carisma dos candidatos aparece com o “algo a mais” que não tem nenhuma relação com a beleza ou com o preparo intelectual, “as pessoas simplesmente o sentem” (Queiroz, 2005: 31).
- 2 Caminhada Eleitoral até a rodoviária de Brasília.
- 3 Fotojornalismo. Cobertura fotográfica das respectivas campanhas eleitorais. Publicação em 19 de outubro de 2010.
- 4 Capa compartilhada em redes sociais.
- 5 Sem associações.

¹¹⁸ Chico Buarque foi um dos artistas integrantes do movimento Tropicalista de 1968. O movimento artístico integrou inúmeros movimentos sociais contra o regime militar brasileiro (Fico, 2001).

Figura 69 – Matéria Veja/Acervo Veja



- 1 Figura 69: Matéria publicada na revista Veja. Montagem que induz o olhar da audiência para o Lula. Este, que está em primeiro plano, dispõe de posição firme, porém simpática. Com o corpo levemente inclinado para traz, leva seu o seu olhar junto com o olhar da audiência à perceber Dilma, ao fundo. Ela dança descontraída com um funcionário público responsável pela limpeza da cidade.
- 2 A primeira imagem não recebe contextualização por parecer uma fotografia produzida para campanha. A segunda configura-se como fotografia de evento.
- 3 Foto de publicação e Fotojornalismo. Publicação matéria em 24 fevereiro de 2010.
- 4 A imagem não teve impacto social.
- 5 Sem associações.

Figura 70 – Capa Veja, Dilma Câncer/Acervo Veja



Figura 71 – Capa Veja, Dilma fevereiro 2010



- 1 Em ambas as capas, Dilma aparece séria. Figura 70: traz a notícia do câncer e acrescenta questionamentos sobre possíveis consequências caso a então Ministra da Casa Civil fosse a escolhida para a sucessão de Lula. A figura 71 traz a questão da realidade como novos desafios. As duas imagens são fortes e coerentes com a qualidade de capa. A primeira, cujo olhar encara o espectador, ameniza o impacto do olhar direto com um leve sorriso. A audiência vê-se envolvida pela imagem (Barthes, 1984).
- 2 Ambas as fotografias de capa não contêm contextualização direta. O sincretismo de linguagens, que acontece entre as imagens visuais textuais icônicas e as imagens textuais verbais, caracteriza uma terceira imagem cujo sentido revela-se com a compreensão do todo (Uexküll, 2010). Pode-se dizer que o contexto criado completa-se com o sentido que o espectador promoverá (Tacca, 1995): se o sentido da imagem fotográfica ou se os sentidos das palavras em destaque se sobressairão.
- 3 Fotojornalismo. Publicações: Figura 70: em 6 maio 2009. Figura 71: em 24 de fevereiro de 2010.
- 4 As publicações geraram novos conteúdos de partilha nos *media*.
- 5 Sem associações.

Figura 72 – Capa Veja, Edição Extra/Acervo Veja



- 1 Veja Capa. Dilma em retrato oficial com a faixa presidencial. Retrato forte que passa segurança e satisfação. O fundo desfocado com o Palácio do Planalto destaca a vitória. A frase em branco destacado em contraste com a vestimenta vermelha (marca oficial de seu partido) harmoniza o cenário. Dilma sorri. Os tons de vermelho, a transparência da marca da revista e o colar de pérolas estão organizados. A mensagem é de confiança.
- 2 Retrato oficial da Presidente do Brasil.
- 3 Retrato oficial da Presidente do Brasil, Dilma Rousseff. Brasília, novembro de 2010.
- 4 As publicações geraram novos conteúdos de partilha nos *media*.
- 5 Sem associações.

Figura 73 – #SOSVENEZUELA/Acervo Veja



Em nota única, montagem visual (figura 73) do movimento social #SOSVENEZUELA é publicada por Felipe Moura Brasil no *blog*¹¹⁹ da revista VEJA, em 14 de março de 2014. Este movimento social utiliza redes sociais para denunciar a repressão e violência do governo da Venezuela. O cartaz em questão propõe crítica sobre o conceito de democracia assumido pelo governo de Dilma Rousseff quando iguala imagens do período da ditadura militar às imagens do período democrático. Em simetria, o cartaz traz o diálogo entre registros fotográficos semelhantes, embora de épocas distintas. A intensidade figural (Rosa, 2011) determinada, aqui, pela violência, faz com que o espectador identifique a repressão como tema principal. Posteriormente, a leitura dos textos verbais contidos no cartaz facilita associações e identificações com os períodos históricos e políticos. O passado representado pela escala de cinza (preto e branco)

¹¹⁹ Blog VEJA, por Felipe Moura Brasil: <http://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/2014/03/14/ditadura-no-dos-outros-e-democracia-a-imagem-e-o-video-do-cinismo-de-dilma-mujica-kirchner-e-bachelet/>. Acessado em 02 de maio de 2014.

determina o Brasil de 1964 e diz “Para Dilma, isto era Ditadura” (frase escrita em espanhol e em inglês). Apresenta metade da face de Dilma em retrato sério (sugerimos ser a fotografia analisada na figura 59). A contradição proposta pelo movimento aparece com a metade da face que representa o ano de 2014, na Venezuela: com a democracia associada à liberdade de expressão, haveria lugar para discursos oficiais de outros líderes de governo em prol dos Direitos Humanos. Deste modo, a campanha civil #SOSVENEZUELA critica a postura silenciosa de Dilma Rousseff em relação a atitudes de repressão violenta e arbitrária do governo da Venezuela.

Ao analisarmos as fotografias da campanha de Dilma Rousseff à Presidência da República em 2010, percebemos que juntamente com a relação de reconhecimento social e político da candidata, a identificação do espectador com a sua imagem acontece pelo sentido de distinção. Este conceito é proposto por Rosa (2011) como sendo o resgate de elementos do passado em harmonia ou contradição com os elementos que são representados na imagem. Quando o espectador identifica um elemento do passado, como por exemplo, o registro de Dilma sentada com uma arma atrás (anos 1970, figura 08), com elementos da realidade (Dilma candidata à Presidência, figura 62) o sentido de distinção surge. Este processo de significação acontece entre o espectador agente da experiência e a sua realidade social (Idem, 2011). Concordamos com Rosa (2011: 203) quando diz que é nesta interação que a percepção de significados age e produz o imaginário.

5.3. Imagem de Dilma Rousseff no Facebook Brasil (FB)

Integra parte dos artefatos vistos e analisados 38 publicações feitas na rede social Facebook oriundas dos perfis Dilma Bolada (17 publicações) e Dilma Rousseff (21 publicações), ambos no mês de junho de 2013. A escolha por estes *posts* se deu devido ao momento de conflitos sociais pelo qual passava o Brasil. O objetivo foi tentar traçar a imagem da Presidente Dilma Rousseff durante o movimento social.

Perfil Fictício Dilma Bolada

Apresenta-se aqui a grelha de resultados de análises das postagens coletadas durante o mês de junho de 2013/Perfil Fictício Dilma Bolada:

Total de Publicações: 17

Total de Curtidas: 90.568

Total de Comentários: 9.107

Total de Compartilhamentos: 45.230

Dos Conteúdos das Publicações

Texto:

Humor: 2

Cultura/Arte: 2 (música)

Movimento Social MPL: 2

Sobre o povo: 1

Fotografias:

Humor relacionado à música: 1

Humor relacionado ao dia dos namorados: 1

Esporte/Copa do Mundo: 1

Humor relacionado à política: 2

Política/democracia: 1

Política/congresso: 1

Imprensa: 1

Vídeos:

MPL: 1

Pronunciamento Oficial: 1

Seguem amostras do material coletado. As imagens mostram a Presidente do Brasil em momentos marcados por eventos distintos. Em cada um deles, a personagem Dilma Bolada tem suas características reforçadas: “Sou a Rainha da Nação, a Diva do Povo, a

Soberana das Américas... Sou linda, sou diva, sou Presidenta. SOU DILMA!” (descrição do perfil na página do Facebook) ¹²⁰.

Figura 74 –Dilma Caminhada Oficial



Figura 75 – Dilma Bolada Discurso



¹²⁰ Link direto para descrição da Personagem Dilma Bolada: <https://www.facebook.com/DilmaBolada/info>.

Figura 76 – Dilma Bolada, “Divando”



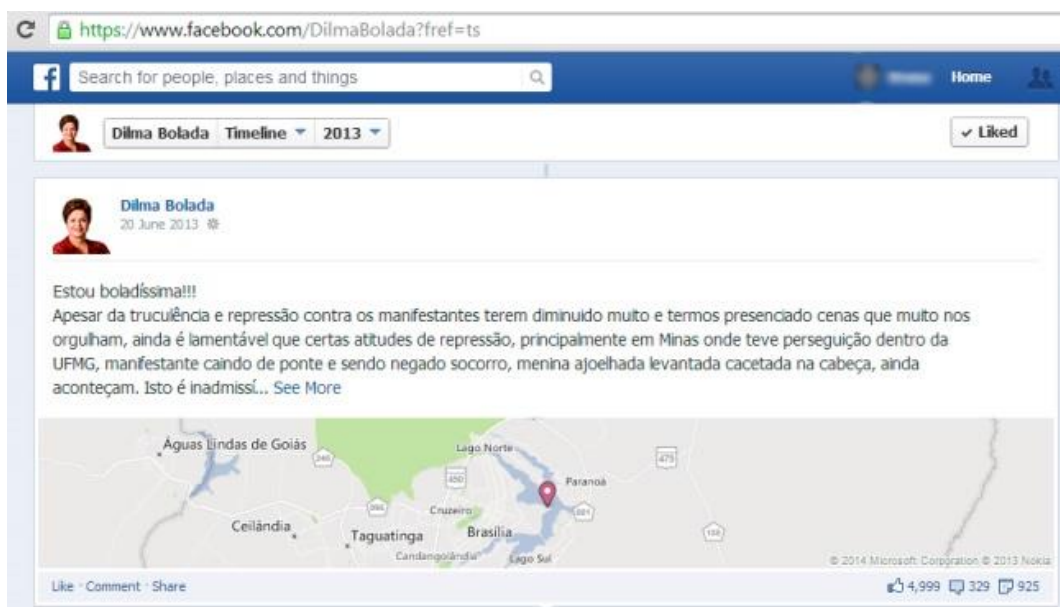
Figura 77 – Dilma Bolada Audiovisual



Figura 78 – Dilma Bolada sobre Manifestações



Figura 79 – Dilma Bolada, “Boladíssima”



Do material coletado, parte em exposição acima (figuras 74 a 79), notou-se o elevado cuidado em tratar dos assuntos atuais ao período referente. Esse cuidado pôde ser percebido pelo intervalo entre uma postagem e outra. Para os *media*, o mês de junho foi fielmente voltado às manifestações sociais. Contudo, a este perfil, apenas duas publicações textuais se referiram às manifestações. A incerteza do momento social pelo qual passava o Brasil ao lado da rapidez e velocidade tecnológica garantida pela web 2.0, aumentou relevantemente o número de postagens pessoais e imediatas. Isto é, muitos usuários da rede social Facebook postaram conteúdos diretamente das manifestações. Tal agitação propôs uma pausa estratégica na produção de conteúdo de perfis relacionados ao governo. O perfil

Dilma Bolada não foi diferente. Como pudemos notar o baixo número de publicações (17) durante o mês de junho sugere uma cautela, sobretudo, para compreender o momento social. Entretanto, o diálogo entre os usuários não cessou, mantendo assim um grande fluxo participativo e interativo com o perfil.

A imagem construída foi a de uma mulher bem humorada e ponderada em relação a acontecimentos que mereciam atenção fora do ciberespaço.

Perfil Oficial da Presidente Dilma Rousseff

No mês de junho do mesmo ano, foram 21 publicações com 2.296 curtidas 1.091 comentários e 1.887 compartilhamentos.

Total de Publicações: 21

Total de Curtidas: 2.296

Total de Comentários: 1.091

Total de Compartilhamentos: 1.887

Dos Conteúdos das Publicações

Texto:

Declaração Oficial: 1

Nota à Imprensa: 1

Vídeos:

MPL: 2

Pronunciamento Oficial: 2

Discursos: 1 mudanças climáticas, 1 educação

Entrevistas/Falas Públicas: 2

Educação: 1

Política Geral: 1

Agricultura: 4

PAC: 1

Política Internacional: 2

Programa Minha Casa Melhor: 2

Figura 80 – Dilma Rousseff, comunidade



Figura 81 – Dilma Rousseff, “Minha Casa, Minha Vida”



Figura 82 – Dilma Rousseff, PAC 2



Seguindo as características da comunicação adotada pelo Dilma Bolada, durante o mês de junho, o perfil oficial da Presidente da República, Dilma Rousseff, manteve-se relativamente semelhante.

Através dos resultados da grelha de análise, pudemos perceber que durante o mês de junho o perfil oficial manteve-se na linha “politicamente correto”. Foram publicados apenas dois vídeos referentes ao movimento, sendo discursos oficiais da Presidente. Não houve publicação de fotografias e os dois conteúdos textuais publicados estavam relacionados a notas para a imprensa e declarações. Fato que sugere, novamente, cautela. As publicações audiovisuais mantinham os cuidados e atenção com o formato da linguagem. O assunto que teve mais postagens foi “agricultura”, com quatro vídeos.

Considerações Finais

Nesta dissertação debruçamo-nos sobre a construção da imagem de Dilma Rousseff na política, desde o período da Ditadura Militar (1964-1985) até à campanha para a Presidência da República (2010). Analisamos, também, a sua imagem no Facebook, durante o conflito social que eclodiu no mês de junho de 2013.

Mais de doze mil produtos visuais foram autorizados para a amostra, num total de 50 mil identificados no Arquivo Estadual de São Paulo. Estes materiais foram observados e registrados e fazem parte do percurso da pesquisa. Com base nessa análise avançamos com algumas considerações finais.

Ao analisar as imagens da Presidente Dilma Rousseff assumimos, tal como Charaudeau (2011), que o passado bem como os elementos discursivos e inerentes aos gestos e trejeitos, permanecem presentes na forma como se olha a imagem. O imaginário social, naturalizado, permanece como uma imagem da própria realidade que poderá ser interpretada e direcionada a um universo complexo de significações (Charaudeau, 2011). Ao descrever uma imagem, ou representação social (situações, momentos, acontecimentos, etc.) poderão surgir outras leituras, como hipóteses, questionadoras destas significações naturalizadas. O processo de significação acontece quando o indivíduo, agente da experiência, entra em contacto com a realidade social e a partir dessa interação constrói a sua percepção, fabricando novas significações, possíveis de se transformarem em um “novo imaginário” (Idem, 2011: 203). Pudemos perceber esta interação e produção de imaginário nas produções de conteúdos feitas pelos atores sociais durante o movimento social do mês de junho de 2013, tal como demonstramos nas figuras 12 e 13. Nestas produções, atores sociais resgataram momentos históricos e políticos distintos como forma de reforçar o descontentamento com o governo vigente.

Assim, aproximar experiências passadas à realidade presente, é um processo interativo, que exige a confrontação de percepções e significados adquiridos com os que estão em curso. Portanto, quando elementos do passado de Dilma são retomados em um processo de interação (entre dois indivíduos ou, por exemplo, entre um indivíduo e uma fotografia) dá-se um confronto entre percepções e significações adquiridas e outros em formação, gerando uma nova percepção e significação. Podemos citar como exemplo as criações das hipérboles fotográficas que apresentamos nas figuras 07 e 08.

Concordamos com Joly (2002) quando coloca que ver, perceber, compreender e interpretar uma fotografia faz parte do processo de análise e identificação e interação com

a mesma. A abertura subjetiva que permite perceber, imaginar e apreender a fotografia facilita a percepção e a recepção das mensagens ou das informações. Nas imagens oficiais da campanha da Presidente Dilma verificamos que tal abertura promoveu o processo de sua identificação como a “Mãe do Povo”. Como exemplos destas percepções, citamos as figuras 19, 65 e 67.

Quando analisamos as imagens do período da Ditadura Militar no Brasil, chegamos à conclusão que os elementos de percepção e significação das fotografias, decorriam de leituras orientadas que os indivíduos possuíam, onde estavam presentes os imaginários desse período, bem como a distância entre a realidade do espectador e a época da fotografia.

Concordamos com Santaella (1983) que diz que quando uma fotografia é associada a uma linguagem textual verbal, sua recepção ocorrerá em função do sincretismo das linguagens. Ao analisarmos as criações de conteúdos circulados na rede social Facebook, através das páginas dos perfis Dilma Bolada e Dilma Rousseff, notamos que publicações de diversos formatos (textuais verbais, icônicas, audiovisual) facilitaram a leitura e identificação da imagem de uma mulher bem-humorada e ponderada. Ressaltamos que o sincretismo de linguagens pode reforçar a mensagem pretendida e, ao mesmo tempo, induzir a leitura e a compreensão daquilo que, quem utiliza a fotografia, pretende com a recepção da mensagem.

Sendo a sequência, proposta pela semiologia (Santaella, 1983), sentido primeiro e sentido induzido como significante e significado, acreditamos que o espectador ao se deparar com uma fotografia traçará um percurso de análise quase que inconsciente, com o objetivo inerente de a tentar entender. Um jovem que não vivenciou o período da Ditadura Militar brasileira ao se deparar com uma fotografia da época, não datada, cujo destaque seria uma senhora que caminha tranquilamente em sentido oposto aos militares e tanques de guerra — tal como vemos na figura 35 — questionaria a imagem, no sentido de tentar localizá-la no tempo e espaço. Assim, a interpretação tornar-se-á credível, ou condizente à realidade, a partir do levantamento do que parece ser a ideia relevante ou mais forte do ícone apresentado.

Percebemos que as hipérboles fotográficas, elaboradas pela audiência ativa, ressaltam criações através de apropriações icônicas com o objetivo de intensificar críticas sociais e políticas. As hipérboles criadas principalmente para criticar o governo tiveram em sua maioria referências ao passado militante de Dilma Rousseff, como se vê nas figuras 07 e 08.

Quando uma fotografia é retomada sob qualquer aspecto em um tempo distante da origem de seu registro, o seu impacto atual estará diretamente relacionado à memória social coletiva, mantida pela associação a acontecimentos Históricos (Aumont, 2009). As figuras 04, 35 e 60 exemplificam esta relação com clareza.

A memória social coletiva interage com o imaginário social e os elementos do passado são resgatados para fins de articulação e renovação de sentidos. Estes elementos serão utilizados de forma produtiva pelo Marketing Político Eleitoral Partidário que os fará dialogar com os acontecimentos presentes a fim de valorizar o Ator Político e a aceitação social da sua imagem. Dilma Rousseff sempre será lembrada pelos anos de 1970 e sua militância política. Contudo, estratégias políticas continuarão sendo adotadas a fim de construir ou simplesmente contornar possíveis interpretações desfavoráveis. Assim, percebe-se que a memória social coletiva está reduzida aos acontecimentos do presente, contemporâneos e podem ser resgatadas para enfatizar ou reforçar críticas sociais, políticas, etc.. A “Mãe do Povo” não deixará de ser aquela que iniciou sua militância política em meio aos conflitos armados do regime militar brasileiro, mas as suas leituras serão feitas com base nos acontecimentos presentes.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor (2009). *Dialética Negativa*. Rio de Janeiro: Zahar.

Andrade, Pedro (2011). “Imagem e Web 2.0: Algumas redes sócio-conceituais mediadoras da Wikipédia”. *Imagem e Pensamento*. Coleção Comunicação e Sociedade, nº 23 pg 77-87.

AMARAL, Ricardo Batista (2011). *A vida quer é coragem*. Rio de Janeiro: Sextanne.

ARENDT, Hannah (2007). *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária.

ARENDT, Hannah (2002). *O que é Política?* Rio de Janeiro: Bertrand

ARENDT, Hannah (1990). *On Revolution*. London: Penguin Books.

ARENDT, Hannah (1961). *Between Past and Future – six Exercises in Political Thought*. New York: The Viking Press.

AUMONT, Jacques (2009). *A imagem*. Lisboa: Edições Texto & Grafia.

BARREIROS, José Jorge (2002). *Democracia, Comunicação e Media*. Lisboa: Mundos Sociais.

Barthes, Roland. (1978). “A mensagem fotográfica”. *Teoria da comunicação de massa*, Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra.

BARTHES, Roland (1984). *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

BARTHES, Roland (1967). *Elements of Semiology*. Paris: Editions du Seuil.

BAURET, Gabriel (2010). *A Fotografia – Histórias – Estilos – Aplicações*. Lisboa: Edições 70.

BENJAMIN, Walter (1987). *Magia e técnica, arte e política – ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.

BENNETT, W. Lance (2003). *New Media Power: The Internet and Global Activism*. Capítulo do livro *Contesting Media Power*, editado por Nick Couldry e James Curran, 2003.

BOURDIEU, Pierre (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Bertrand.

- BOURDIEU, Pierre (2009). *La eficacia simbólica: religión y política*. Buenos Aires: Biblos.
- BUNGE, Mario (2010). *Matter and Mind – A Philosophical Inquiry*. London: Springer.
- CABO, Ana Isabel (2008). *Os Novos Movimentos Sociais e os Media: os Movimentos Antiglobalização nas Páginas do Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Caetano, Kati (2009). “A Propósito de um Sincretismo Intermediático”. *Linguagens na Comunicação*. São Paulo: Estação das Letras, pg 247-265.
- CHARAUDEAU, Patrick (2011). *Discurso Político*. São Paulo: Editora Contexto.
- CHOMSKY, Noam, HERMAN, Edward (2003). *A Manipulação do Público*. São Paulo: Futura.
- CHOMSKY, Noam (1998). *Linguagem e mente: pensamentos atuais sobre antigos problemas*. Brasília: Editora UnB.
- COSTA, Caio Túlio (2009). *Ética, jornalismo e nova mídia. Uma moral provisória*. Rio de Janeiro: Zahar.
- CORREIA, J. Carlos (2005). *Sociedade e Comunicação: estudos sobre jornalismo e identidades*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- CORREIA, J. Carlos (1998). *Jornalismo e Espaço Público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- COSTA, Cristina (2004). *Educação, Imagem e Mídias*. São Paulo: Editora Cortez.
- COUTINHO, Clara Pereira (2013). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- DELEUZE, Gilles (2005). *A Imagem-Tempo*. São Paulo: Brasiliense.
- DEBORD, Guy (1967). *A Sociedade do Espetáculo e outros textos*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- DUARTE, Rodrigo, FIGUEIREDO, Virginia (2001). *Mímesis e Expressão*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- ECO, Umberto (1992). *Obra Abierta*. Buenos Aires: Editorial Planeta Argentina.
- ECO, Umberto (1984). *Semiotica e filosofia del linguaggio*. Turim: Einaudi.

EDGLEY, Alison (2000). *The Social and Political thought of Noam Chomsky*. London: Routledge.

ELIAS, Nobert (1994). *Teoria Simbólica*. Oeiras: Celta Editora.

ELIAS, Nobert (1985). *Condição Humana – considerações sobre a evolução da humanidade, por ocasião do quadragésimo aniversário do fim de uma guerra*. Rio de Janeiro: Bertrand.

FERREIRA, Gil Barbosa. (1971). *Comunicação, media e identidade: intersubjectividade e dinâmicas de reconhecimento nas sociedades modernas*. Lisboa: Edições Colibri.

FICO, Carlos (2001). *Como eles agiam*. Rio de Janeiro: Record.

FLUSSER, Vilém (1985). *Filosofia da Caixa Preta*. São Paulo: Hucitec.

Francisco, Kátia (2012). “O Jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?”. *Ciberjornalismo. Modelos de negócio e redes sociais*. Coleção Comunicação, Arte e Informação, nº 12 pg 163-182.

FREUND, Gisèle (2010). *Fotografia e Sociedade*. Lisboa: Nova Vega.

GAUNTLETT, David (2000). *Web Studies: Rewiring media studies for the digital age*. London: Arnold.

GERE, Charlie (2008). *Digital Culture*. London: Reaktion Books.

GERVEREAU, Laurent (2007). *Ver, compreender, analisar as imagens*. Lisboa: Edições 70.

GIL, Isabel Capeola (2011). *Literacia Visual – estudos sobre a inquietude das imagens*. Lisboa: Edições 70.

GODINHO, Jacinto, MARTINS, M. Lemos, (orgs.) (2011). *Imagem e Pensamento*. Coimbra: Grácio Editor.

GOLIOT-LETÉ, Anne, JOLY, Martine, LANCIEN, Thierry (2011). *Dicionário de Imagem*. Lisboa: Edições.

HABERMAS, Jürgen (1990). *Pensamento Pós-Metafísico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

HABERT, Nadine (1994). *A Década de 70 – o apogeu e crise da ditadura militar brasileira*. São Paulo: Ática.

- HALL, Stuart (1980). "Cultural Studies: Two Paradigms", *Media Culture Society*, 2, pp. 57- 72.
- HALL, Stuart (2006). *Encoding/Decoding*, in M. Durham e D. Kellner (eds.), *Media and Cultural Studies: Keywords*, Oxford: Blackwell Publishing, pp. 163-173.
- HESMONDHALGH, David, TOYNBEE, Jason (2008). *The Media and Social Theory*. Nova Iorque: Routledge.
- HUYGHE, René (2009). *O Poder da Imagem*. Lisboa: Edições 70.
- JENKINS, H. (2008). *Cultura e Convergência*. São Paulo: Aleph.
- JOLY, Martine (2005). *A Imagem e os Signos*. Lisboa: Edições 70.
- JOLY, Martine (2002). *A Imagem e a sua Interpretação*. Lisboa: Edições 70.
- JUNIOR, Norval Baitello (1999). *O Animal que parou os Relógios*. São Paulo: Annablume.
- KAMEL, Ali (2009). *Dicionário Lula: um presidente exposto por suas próprias palavras*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- LANCIEN, Thierry, LÉTÉ, Anne Goliot, JOLY, Martine (2011). *Dicionário de Imagem*. Lisboa: Edições 70.
- LAVRADOR, F. Gonçalves (1985). *Estudos de Semiótica Fílmica – fascinação e distanciação*. Porto: Edições Afrontamento.
- LEITE, Enio. (2011). *Fotografia Digital – aprendendo a fotografar com qualidade*. Santa Cruz do Rio Pardo/Brasil: Viena.
- LÉVY, Pierre (1997). *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget.
- LÉVY, Pierre (2002). *Ciberdemocracia*. Lisboa: Instituto Piaget.
- LOPES, Ana Crsitina M., REIS, Carlos (2011). *Dicionário de Narratologia*. Coimbra: Almedina.
- MACHADO, Arlindo (1984). *A ilusão especular*. São Paulo: Brasiliense.
- Manuel Castells, "Communication, Power and Counter-power in the Network Society". *International Journal of Communication 1* (2007). For Annenberg School for Communication – University of Southern California.

MENDES, Ricardo (2013). *Antologia Brasil, 1890-1930. Pensamento crítico em fotografia*. São Paulo: Mattavelli.

MESQUITA, Mário (2004). *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coimbra: Nova Coimbra.

MERLEAU-PONTY, Maurice. (1999). *Fenomenologia da Percepção*. São Paulo: Martins Fontes.

MERLEAU-PONTY, Maurice. (1968). *The Visible and the Invisible*. Evanston: Northwestern University Press.

MIBRLBRCK, Reinhold (1998). *Fotografia do século XX – Museum Ludwig de Colónia*. China: Taschen.

MORENO, Arley R. (2000). *Wittgenstein, os labirintos da linguagem – ensaio introdutório*. Campinas: Editora Unicamp e Editora Moderna.

MOREIRA, A. (1979). *Ciência Política*. Lisboa: Bertrand.

MUÑOZ-ALONSO, Alejandro. ROSPIR, Juan Ignacio. (1995). *Comunicación Política*. Madrid: Editorial Universitas, pp. 3-67.

OLIVEIRA, Ana Claudia, TEIXEIRA, Lucia (orgs) (2009). *Linguagens na Comunicação – desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Edição das Letras e Cortes.

PEREZ, Henri (2000). *Métodos em Sociologia*. Paris: La Découverte & Syros, 1998. Tradução Temas & Debates, Joaquim Cândido Machado da Silva.

Pires, M.C.C. Teresinha (2011). “A Construção da Imagem Política de Dilma Rousseff como Mãe do povo brasileiro”. *Revista Debates*. v.5 (n.1) 139-162.

POLITO, André Guilherme (2004). *Michaelis: Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Melhoramentos.

QUEIROZ, Adolpho, (2005). *Marketing Político Brasileiro*. São Paulo: Intercom/Cátedra Unesco - Umesp de Comunicação para o desenvolvimento regional.

RUBIM, A.A. Canelas (org.) (2004). *Comunicação e Política – conceitos e abordagens*. São Paulo: Editora Unesp.

Rosa, Jorge (2011). “O problema da aparição nas imagens: da imagem idolátricas à imagem técnica”. *Imagem e Pensamento*. Coleção Comunicação e Sociedade, nº 23 pg89-106.

- SANTAELLA, Lúcia (1983). *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense.
- SCHEPS, Marc (1998). *20th Century Photography*. Cologne: Taschen.
- SERBIN, Kenneth P. (2001). *Diálogos na Sombra – bispos e militares, tortura e justiça social na ditadura*. São Paulo: Companhia das Letras.
- SODRÉ, Muniz (2006). *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Rio de Janeiro: Vozes.
- SONTAG, Susan (2003). *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia da Letras.
- SONTAG, Susan (1981). *Ensaio sobre fotografia*, Rio de Janeiro: Arbor.
- TACCA, Fernando de (1995). “Fotografia e olhar totalitário”, *Revista Imagens* nº.05, Campinas: Editora da Unicamp.
- UEXKÜLL, Jakob von (2010). *A Foray into the worlds of animals and humans – with a theory of meaning*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- VAN LEEUWEN, Theo (2008). *Discourse and Practice. New Tools for Critical Discourse Analysis*. New York: Oxford University Press.
- VICHES, L. (2002). *La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión*. Barcelona: Paidós.
- WHITE, Aidan (2010). *Journalism – Unions in Touch with the Future*. International Federation of Journalists.
- WOLF, Mauro (2009). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Ed. Presença.

WebSites:

Acessados no período de Setembro de 2013 a Dezembro de 2013

Acervo Digitalizado: http://www.arquivoestado.sp.gov.br/acervo_digitalizado.php

Acervo Veja Online: <http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>;

Acervo Folha: <http://acervo.folha.com.br>;

Acervo O Globo: <http://acervo.oglobo.globo.com>;

Arquivo Público do Estado de São Paulo: <http://www.arquivoestado.sp.gov.br/index.php>

Australian War Museum: <http://awm.gov.au>

Canadian War Museum: <http://warmuseum.ca>. Acessado nos meses de março, abril e junho de 2013

Comunicação e Política: www.comunicacaoepolitica.com.br/blog;

G1: <http://g1.globo.com>;

Jornal Última Hora: <http://www.arquivoestado.sp.gov.br/uhdigital/pesquisa.php>

Palácio do Planalto da Presidência da República do Brasil: <http://www2.planalto.gov.br>;

Terra: <http://www.terra.com.br>;

Universo Online: <http://www.uol.com.br>;

Estado de São Paulo: Matéria publicada em 29 de junho de 2013 e acessada em 09 de setembro de 2013

<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,epidemia-de-manifestacoes-tem-quase-1-protesto-por-hora-e-atinge-353-cidades,1048461>