



## A narrativa semiótica de Dilma: Uma presidente entre fotografias e manchetes

Célia Ladeira Mota<sup>1</sup>  
Leylianne Alves Vieira<sup>2</sup>

**Resumo:** O processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff, iniciado em dezembro de 2015 no Congresso Nacional, foi um acontecimento comunicativo e discursivo que envolveu emissoras de televisão, jornais e revistas, cujas narrativas realizaram a mediação entre os episódios políticos e a população. Neste artigo, examinamos capas de revistas e jornais brasileiros onde se adotou uma linguagem agressiva em relação à pessoa de Dilma Rousseff. Nossos referenciais teóricos se baseiam na Análise Crítica da Narrativa (MOTTA, 2005), com foco na narrativa semiótica que produz significados a partir da interação entre textos e imagens. A pesquisa nos levou a verificar os riscos que certa prática de jornalismo político representa para a consolidação do processo democrático em um país como o Brasil, cuja história tem sido marcada por uma alternância de poder que nem sempre respeitou os princípios constitucionais.

**Palavras chave:** narrativa, democracia, jornalismo, revista, significado.

### 1. Introdução

Segundo o pesquisador Manuel Castells, em artigo para o *International Journal of Communication* (2007), nas sociedades contemporâneas a política é primariamente

---

<sup>1</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília. Pesquisadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Pesquisadora do grupo de pesquisa *Jornalismo e Construção Narrativa da História do Presente* (UnB), do CNPq.

<sup>2</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Pesquisadora dos grupos de pesquisa *Jornalismo e Construção Narrativa da História do Presente* (UnB) e *Estudos Fotográficos* (UFCA), ambos do CNPq.

mediatizada. O sistema político utiliza produtos da mídia tradicional, tais como telejornais, revistas e até mesmo jornais como um espaço enunciativo onde se apresenta em busca de apoio e de dar visibilidade ao seu discurso para cidadãos que se tornam consumidores deste mercado político. Castells lembra que este uso extensivo da mídia jornalística pela política não significa que o poder mudou de mãos. E tampouco significa que os cidadãos simplesmente seguem o que os textos de repórteres, fotógrafos e chargistas publicam sobre políticos. Mas o pesquisador espanhol aponta o risco que tal prática representa, citando o recente surto de jornalismo militante e ideológico que ocorre em diversos países, como o canal *Fox* nos Estados Unidos e o canal *El Mundo* na Espanha. Eles são considerados exemplos de um intercâmbio maior entre as corporações midiáticas e grupos políticos, notadamente de posições mais conservadoras.

Castells (2007) afirma ainda que aquilo que não existe na mídia, também não existe na mente do público. E isto torna a mensagem política necessariamente uma mensagem da mídia. Por ser uma mensagem de comunicação de massa, ela costuma utilizar um texto de fácil compreensão, em que imagens e um texto curto produzem significados explícitos para a política. E que linguagem é esta? Uma capa de revista possui traços, desenhos e fotos que o jornalismo compartilha com a publicidade, visando tornar o produto atrativo para o leitor. Falar de analogia ou semelhança significa perceber a imagem como representação, ou seja, ela surge para falar de algo com que se assemelha. “Uma imagem é composta por vários signos, representando gestos, roupas, expressões, cores, e este conjunto tem uma importância comunicacional não pelo que ele é, mas pelo que ele faz” (MOTA, 2012). A capa da revista, com seus destaques, constrói sentido e o transmite. Ela significa. Ao fazê-lo, retoma sua característica de signo, que existe para representar conceitos, ideias ou sentimentos. Como linguagem, ela se torna uma prática significativa, semiótica.

No ensaio “Encoding and Decoding”, Stuart Hall (1980) analisa o texto semiótico como um signo complexo porque, ao lado do signo verbal, simbólico, ele tem características icônicas, apresentando pela imagem algumas propriedades da coisa representada. Este é um ponto chave no estudo da linguagem visual. Como a narrativa da capa de revista traduz um acontecimento tridimensional em planos unidimensionais, ele não é um referente com total semelhança ao objeto representado. É uma mediação, construí-

da em condições de produção tais que resultam num “efeito de real” da narrativa. Ou, em outros termos, é uma prática discursiva que naturaliza o real.

Para Hall, este efeito de real é o resultado da interação de dois códigos, especialmente: o linguístico e o visual. Se o linguístico situa o acontecimento, os signos visuais reproduzem melhor as condições de percepção do olhar e, por isso, parecem menos arbitrários ou convencionalizados do que os verbais. São, porém, códigos aprendidos desde cedo e que naturalizam o efeito de articulação entre o referente e a representação. Ou, como esclarece Hall, a análise dos códigos naturalizados revela não a transparência da linguagem, mas a profundidade de uma prática que mascara a própria representação da realidade.

Moscovici propõe que esta prática de naturalização de uma imagem significa que as representações sociais igualam toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem, sendo sempre produto da interação e comunicação. “Uma vez criadas, elas adquirem vida própria, circulam, se encontram, se atraem e se repelem” (MOSCOVICI, 2011, p. 41).

## **2. Capas como charges**

Considerando as capas de revistas sobre a presidente Dilma Rousseff como uma linguagem que utiliza representações comuns como as charges, sua decodificação se vale do conceito de ancoragem, estudado na teoria das representações sociais. Segundo Moscovici, a ancoragem é tudo aquilo que classifica e nomeia, tornando familiar o que é apresentado.

Uma charge só terá efeito de comunicação se o leitor tiver referência da sua linguagem, motivo e intenção (MOSCOVICI, 2011). É o saber dos fatos que ajuda a interpretar os códigos, que dotam os acontecimentos de sentidos. Levando esta reflexão para nosso objeto de estudo, compreendemos as charges como representação ou objetivação de uma realidade, um mundo que se origina no pensamento e na ação de seus autores. Quando interpretamos essas linguagens - seja em jornais, revistas ou até mesmo na internet – somos transportados para um mundo de significados que podem ter ou não rela-

ção com a ordem da vida cotidiana. Interpretar esses significados é, no entanto, decifrar os códigos, informações e ter conhecimento sobre o mundo em sua volta.

Na narrativa jornalística, as charges constituem um gênero que utiliza imagens gráficas para resolver o problema do narrador de apresentar um personagem já caracterizado com determinados significados, muitos deles de viés político. Do francês *charger*, que significa ‘carregar’ ou ‘exagerar’, a charge é definida como “uma forma de representação pictórica de caráter burlesco e caricatural em que se satiriza um fato específico, tal qual uma ideia, situação ou pessoa, em geral de caráter político e do conhecimento público” (FONSECA, 1999, p. 26). Desta forma, ao fazer a representação de algo, a charge tende a destacar o estereótipo, o excessivo, permeando, normalmente, as figuras de linguagem como metáfora, ironia e hipérbole. Ao aliar elocução verbal e não verbal, elas vão além de simples piadas gráficas: “são tipos de textos que podem ser usados para denunciar e criticar as mais diversas situações do cotidiano relacionadas com a política e a sociedade” (PEREZ, 2015).

Ao estudar as charges no jornalismo, Parnaíba e Gobbi (2014) as consideram como “uma espécie de editorial gráfico do jornal”, justamente por terem limitações temporais e contextuais, além de mostrarem uma opinião importante sobre um fato em um determinado período. São, portanto, reproduções gráficas de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista. “Diferentemente dos quadrinhos e cartuns, não têm a função de um passatempo inocente e inconsequente e se constituem numa realidade inquestionável no universo da comunicação, dentro do qual não pretendem apenas distrair, mas, ao contrário, alertar, denunciar, coibir e levar à reflexão” (AGOSTINHO apud PARNAIBA; GOBBI, 2014).

Se compreendermos que as charges são produções midiáticas complexas que incorporam discursos sociais e políticos, suas análises e interpretações devem então ser observadas dentro de uma leitura crítica, capaz de articular relações não só com a economia e política, mas com todo o contexto social em que ela foi produzida, conforme sugere Kellner (2001, p. 82): “São as representações que ajudam a constituir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida, bem como pensamentos e ações sociopolíticas”.

### **3. A mídia como ator político**

No caso do processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff, quem acompanhou as transmissões na íntegra teve a oportunidade de analisar provas e depoimentos e fazer reflexões. Mas a maioria da população teve acesso aos fatos por meio do noticiário jornalístico, que cumpriu o papel de reforçar os sentidos políticos que estavam sendo construídos por deputados e senadores. Nem sempre houve depoimentos a favor da presidente. E as capas de revistas se tornaram uma representação de significados hegemônicos que as reportagens desenvolveram nas páginas internas das revistas.

Ao agir assim, o veículo de comunicação se coloca no cenário da própria narrativa como um protagonista. Torna-se personagem do acontecimento político ocupando um lugar na própria reportagem. O professor Gonzaga Motta (2002) explica este protagonismo afirmando que as sociedades passaram a ser impulsionadas por uma lógica midiática. Segundo ele, a mídia passou a ser a instituição política e ideologicamente mais notável da sociedade, inclusive suplantando outros poderes, como o parlamento no jogo político.

O processo político ficou inexoravelmente dependente e condicionado e passou a ser um prolongamento da mídia em geral e da imprensa em particular. Há muito a imprensa (e o resto da mídia) deixou de apenas intermediar o real e o simbólico para estruturar e constituir o real. “É a imprensa que seleciona, tipifica, descontextualiza e recontextualiza, estrutura e referencia o real. Nesse contexto, a política mistura-se com a performance, as eleições são disputas de marketing, políticos são mais atores que ideólogos, todos desempenhando papéis cujo fim é o espetáculo em si” (MOTTA, 2002, p.17). Assim, a ação política é valorizada não pelo conteúdo das discussões, mas pelas habilidades teatrais e comunicativas dos atores, ou melhor, dos marqueteiros que “interpretam” a política. Nessa atmosfera mercadológica, a notícia é curta, rápida, fragmentada; tende ao entretenimento, esvaziada que é no seu conteúdo político.

#### **4. Uma presidente em representação: análise de capas**

A presidente Dilma Rousseff, em função do cargo que possui, teve sua imagem publicada em capas de jornais e revistas desde antes mesmo de ser eleita. A ação adotada pelos veículos se justificaria a partir dos critérios de noticiabilidade: quer tendo tomado alguma importante decisão para o país, quer tendo sido vítima de algum crime, por exemplo, estes seriam acontecimentos que justificariam a utilização da imagem de uma presidente.

No entanto, a nossa hipótese de trabalho no texto que aqui desenvolvemos é que a imagem da presidente do Brasil vem sendo utilizada nas capas de jornais e revistas atrelada a um valor político de caráter negativo que se quer associar ao mandato daquela personagem. Para tanto, acreditamos que os veículos de comunicação podem estar contribuindo para um processo de deslegitimação da presidente e de seu governo, por meio da conjugação de textos e imagens.

Quer em bancas de jornais, quer em conversas cotidianas, é notável que as imagens e personagens políticas façam parte do aporte de assuntos abordados. Não dizemos, contudo, que as narrativas jornalísticas sejam tomadas pelos leitores por verdade absoluta. Mas fazem parte daquilo que é utilizado como ensejo para o desenvolvimento de abordagens comunicativas entre os sujeitos.

Neste contexto, selecionamos oito capas de jornais e revistas, publicadas entre os meses de março e maio de 2016<sup>3</sup>, nas quais podemos identificar uma construção narrativa na qual a presidente é tomada como a personagem principal de um governo em falência. A partir daqui dedicamo-nos aos significados que emergem de tais construções, visando à reconstrução daquela personagem em um cenário político-narrativo nacional.

A revista *IstoÉ*, cerca de duas semanas antes da realização da votação do processo de impedimento da presidente na Câmara dos Deputados, publica uma capa (Figura 1) na qual associa a imagem da presidente ao descontrole. Consideremos o que nos diz Hall sobre a representação: por uma perspectiva construtivista, ela é uma prática, cujo significado possui uma função simbólica (HALL, 1997, p. 26).

---

<sup>3</sup> O recorte se justifica em função da significativa cobertura dada à votação do processo de impedimento na Câmara dos Deputados, realizada em 17 de abril de 2016.

Figura 1 - Revista *IstoÉ* (30 de março de 2016)



Fonte: Reprodução / Acervo dos autores

Tomemos a construção narrativa, realizada gradativamente no plano do cotidiano, como uma prática dotada de função simbólica. Qual a imagem que associamos à presidente ali representada? No plano da expressão deparamo-nos com a desqualificação daquela mulher para um cargo de tamanha responsabilidade em função de condições emocionais. A chamada de capa traz as seguintes informações: “Em surtos de descontrole com a iminência de seu afastamento e completamente fora de si, Dilma quebra móveis dentro do Palácio, grita com subordinados, xinga autoridades, ataca poderes constituídos e perde (também) as condições emocionais para conduzir o País”.

A última parte da manchete nos apresenta uma informação de relevo: o uso do termo ‘também’ entre parênteses nos leva a formular hipóteses sobre as demais funções já perdidas pela presidente. Ela é retratada como uma mulher que perdeu o controle sobre si mesma. Mesmo possuindo uma imagem pública de personagem dura, forte, não empática, a narrativa faz uso de características que são facilmente associadas às mulheres no campo do senso comum: mulheres são representadas, em caráter de desqualifica-

ção, enquanto sujeitos emocionalmente controlados por hormônios. Uma cultura machista atribui a supostas predeterminações biológicas a incapacidade de controle, o que, por associação, não aconteceria com personagens do sexo masculino.

A imagem, observada no plano de fundo, está desfocada, o que corrobora a imagem de descontrole pretendida, em diálogo com o texto escrito. A revista se utilizou de uma imagem que remete à agressividade, ao grito. A presidente pode ser tida, a partir da leitura da capa, como uma mulher em estado de loucura. O sexismo e a misoginia são o tempero da narrativa. No plano da metanarrativa, de onde emergem os significados carregados pela narrativa (MOTTA, 2013), observamos os reflexos de uma sociedade que vê no homem aquele que possui a capacidade, supostamente instituída de forma natural, biológica, de governar. O nervosismo que estaria patente em uma mulher a desautoriza enquanto integrante da narrativa política e a faz perder aquilo que havia conseguido até então.

Com a aproximação do dia de votação na Câmara dos Deputados, algumas capas dos veículos nacionais vão dar destaque à situação na qual se encontra a presidente. Entre elas, destacamos as duas que se encontram abaixo (Figura 2). *Época* e *Veja* abordam a situação de duas maneiras opostas. Enquanto que no dia 8 de abril *Época* traz o título ‘É guerra!’, no dia 13 do mesmo mês *Veja* se utiliza de um jargão utilizado em peças publicitárias: ‘Dilma em Liquidação’.

Aproximemo-nos da primeira construção narrativa. Lembremos que uma das opções que um narrador toma é quanto ao quadro de termos que irá utilizar para construir sua narrativa. Na capa de *Época*, deparamo-nos com imagens e termos que, unidos, trazem ao leitor um clima bélico. A inclinação da cabeça dos dois personagens faz referência à atitude assumida por sujeitos que se encontram em guerra, especialmente soldados em guarda. Os dois personagens fazem parte de equipes diferentes, o que pode ser percebido por um detalhe da tomada da fotografia: o primeiro plano, onde se encontra Dilma, está focado, ao passo que o segundo, no qual vemos Michel Temer, está desfocado. Ainda podemos perceber no semblante da presidente linhas que apontam para o descontentamento, ela não transmite brandura. O texto diz: “Os aliados de Dilma avançam sobre políticos do PP, do PR e dissidentes do PMDB – e os aliados de Temer avan-



çam sobre os mesmos políticos. – A Lava Jato dispara contra a campanha da presidente e a investigará por obstrução da Justiça”.

Figura 2 – Revistas *Época* (08 abr. 2016) e *Veja* (13 abr. 2016)



Fonte: Reprodução / Acervo dos autores

O título de capa também é claro quanto ao seu objetivo. A construção aponta para uma disputa realizada entre aqueles que, em tese, deveriam ser aliados, lutarem pela manutenção de um mesmo mandato. Estamos tratando de um caso no qual houve um desentendimento. Um dos opositores teve de mudar de estratégia. Ambos abordam políticos indecisos. Ambos tentam avançar em uma parte do território em disputa que não tem suas linhas bem definidas.

Alguns dos termos utilizados na construção do texto, lembremos, são os seguintes: aliados, avançar, dissidentes e disparar. Todos estão entre os termos utilizados com a finalidade de criar um clima de oposição, de disputa. O sentido criado pelos elementos se corroboram. No plano da estória, de onde emergem os componentes da narrativa (MOTTA, 2013), observamos personagens com objetivos específicos, que se articulam

antes do momento de embate. O que está em disputa não parece ser a veracidade dos fatos, a adequação da denúncia ao que está posto na Constituição, mas sim as articulações que podem ser feitas pelos personagens em destaque. Passemos agora ao que está estampado em *Veja*.

Ainda na Figura 2 temos uma capa publicada por *Veja* em 13 de abril. Da mesma forma que a estratégia abordada por *Época*, *Veja* opta por uma linguagem que não propriamente a do jornalismo. A capa estampa uma suposta liquidação. O cenário, o Palácio do Planalto. A cor vermelha predominante remete ao fogo, ao poder que envolve as relações em Brasília, à agressividade necessária para se tornar um dos novos ministros. Reparemos que não são os cargos que estão em liquidação, mas sim a própria presidente. Ela precisa se vender para não perder o cargo que possui. Associada à imagem do fogo, Brasília assume ares de inferno. A presidente não ‘vende’ apenas seu caráter, mas sim sua alma, os votos dos brasileiros, aquilo que a fez presidente do Brasil.

Ao mesmo tempo, a mensagem está direcionada para um determinado narratário: aqueles que vão votar no domingo seguinte, os deputados federais. Os ‘últimos ministérios’ só serão entregues àqueles que se disponham a votar contra o processo. A sátira usa como moeda o valor do voto de cada um dos deputados. Nas letras maiores, afirma que o narratário pode optar por um acordo, pode usar como benefício em si um ato corrupto, ao passo que um faixa no canto inferior direito afirma: “Atenção, Deputados! Só os senhores com seu voto e sua consciência, podem acabar com essa farra”.

A revista parece direcionar-se àqueles que votarão. No entanto, no plano dos significados, utilizando-se da metanarrativa que envolve os leitores, o narrador lembra que a corrupção ocorre em todos os lugares. Constrói, contudo, uma imagem na qual apenas os políticos ligados ao Partido dos Trabalhadores são corrompíveis. Dizer ‘sim’ ao processo é lutar contra a corrupção, ao passo que dizer ‘não’ é corroborar com uma prática que atinge o leitor. A revista, portanto, dá uma pequena contribuição para a deslegitimação do voto daqueles contrários ao processo de impedimento. Em um plano maior, deslegitima o próprio governo do PT, que seria aquele no qual a corrupção, antes mesmo de Dilma, comanda o país.

As próximas duas capas que selecionamos (Figura 3) tratam da solidão da presidente. Possuidora do cargo de maior relevância do país, reeleita com 51,64% dos votos,

a presidente está sozinha. Ambas exploram o uso do branco como referência ao vazio que se abre frente àquela mulher.

**Figura 3 – *Época* (Especial Impeachment, 16 abr. 2016) e *Gazeta do Povo* (17 abr. 2016)**



Fonte: Reprodução / Acervo dos autores

Na primeira, publicada por *Época* um dia antes da votação na Câmara dos Deputados, a personagem de Dilma direciona seu olhar para uma janela de vidro, provavelmente pertencente ao Palácio do Planalto. Traja o vermelho, cor do partido, mesma cor utilizada para dar o título do número especial. Com os braços presos às costas, a presidente parece saudosista e preocupada. O tom de preocupação é salientado, também, pela expressão da personagem. O pescoço marcado, os olhos entreabertos, a boca apertada. Em reação à forte luminosidade que invade o recinto, a personagem é impedida de ver com clareza o que está além, mas esforça-se para conseguir. Vemos uma mulher que não olha apenas através da janela, mas parece ver também o passado e o futuro, as incertezas que a cercam.

As chamadas de capa, do ponto de vista do plano da estória, abordam três temas específicos dentro da narrativa maior que se forma em torno do processo de votação: o desespero que assola a equipe do governo; as estratégias colocadas em prática por aqueles que já não acreditam na vitória da presidente e que se articulam em torno daquele que assumiriam em caso de impedimento, Michel Temer; e o papel das lideranças políticas no cenário que se forma, numa afirmação proveniente do Supremo Tribunal Federal.

A segunda capa, publicada pela *Gazeta do Povo* na manhã da votação, fazendo uso de uma inspiração minimalista, apresenta-nos uma presidente absolutamente solitária. Não há nem ao menos uma palavra que a acompanhe. Ela caminha, mas não possui absolutamente nada ao seu redor. Nem ao menos o chão pode ser discernido. Durante toda a semana falou-se acerca de improbabilidade de a Câmara não dar prosseguimento ao processo. Foram realizados gráficos apontando a parcela da Casa que apoiava a presidente, que defendiam a inexistência do crime de responsabilidade. No entanto, os números eram insuficientes.

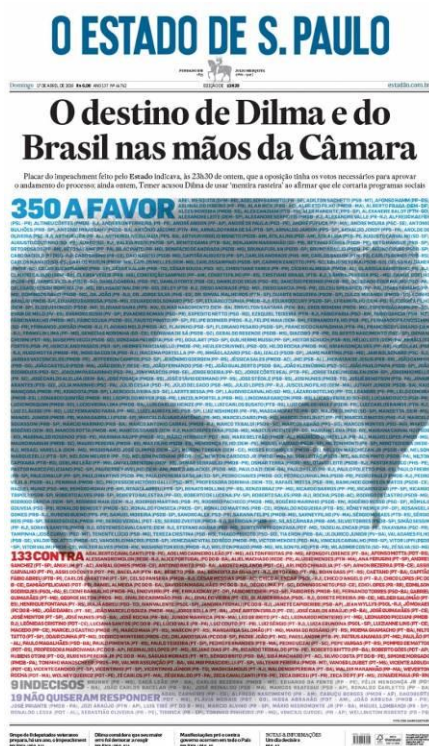
Neste sentido, a *Gazeta do Povo* mergulha uma personagem apequenada pela situação em um mundo sem referentes. Os únicos elementos que compõem a cena são a personagem e sua sombra. Ela é um reflexo disforme dela mesma, portanto. As cores das roupas são sóbrias, entre o cinza e o preto, não havendo referência às cores do partido. Dilma não carrega consigo nem ao menos o peso e o valor do Partido dos Trabalhadores. Está absolutamente sozinha. Mas não desiste, assim como não desistiu em outros momentos de sua caminhada política: segue caminhando.

Ainda no dia da votação na Câmara dos Deputados, 17 de abril, outra capa chama a atenção (Figura 4): *O Estado de S.Paulo* mescla os nomes e as legendas dos 511 deputados federais com a fotografia da presidente. As pequenas letras, quando vistas de um ponto de vista macro, compõem a imagem da presidente. As duas cores escolhidas para representar aqueles deputados, cujos votos já haviam sido manifestados para a mídia, são o azul e o vermelho. Podemos associar o azul ao PMDB e o vermelho ao PT.

A contagem dos votos assume um caráter de nova eleição, onde o Partido dos Trabalhadores estaria em desvantagem. Não se trata unicamente de um processo no qual vai se observar a adequação do caso ao que está posto na Constituição. Aproximando-

nos da imagem, a parcela azul dá um tom de morbidez ao olhar da personagem, ao passo que o vermelho dá à parte inferior da imagem um tom de envelhecimento. A mensagem principal não está associada aos nomes impressos sobre a fotografia de Dilma, mas na contradição visível entre a quantidade de deputados dispostos nos dois lados. A parcela azul tem quase três vezes do tamanho da parcela vermelha.

Figura 4 – O Estado de S.Paulo (17 abr. 2016)



Fonte: Reprodução / Acervo dos autores

Na manchete, o título afirma que o que está em votação é o destino da personagem e do próprio Brasil. Sendo possuidora de ‘mãos’, podemos tomar a Câmara como um personagem da narrativa, possuidora de atitudes próprias, de poder para decidir. A votação ainda é vista como um jogo: “Placar do impeachment feito pelo **Estado** indica, às 23h30 de ontem, que a oposição tinha os votos necessários para aprovar o andamento do processo [...]”. Há um placar. Não se fala na justificativa, não se demonstram os motivos para a votação. O que está em vista é a quantidade, em números, daqueles que votam.

Após a realização da votação, com aquela que foi tratada como a derrota da presidente, observamos a publicação de mais duas capas, ambas podendo ser tratadas como reverberações do resultado do acontecimento de 17 de abril. *Veja*, em 20 do mesmo mês, e *O Estado de S.Paulo*, em 4 de maio, trazem a imagem de uma presidente desfigurada. Percebamos que ambas as fotografias não nos deixam ver as marcações faciais da personagem.

Figura 5 – *Veja* (20 abr. 2016) e *O Estado de S.Paulo* (4 maio 2016)



Fonte: Reprodução / Acervo dos autores

Na primeira delas, capa da revista *Veja*, observamos um anúncio colado em uma parede. Dilma, empunhando a faixa presidencial, é uma promessa, um anúncio. No entanto, o anúncio foi rasgado, arrancado pela ação humana. Há a intenção de demonstrar que foram mãos que rasgaram a parcela superior da imagem. Da mesma forma, foram os votos dos deputados, eleitos eles também pelo povo brasileiro, que deram o primeiro passo para o impedimento da presidente.

Ao ser anunciada pela capa como uma carta fora do baralho, há uma associação, mais uma vez, entre a política e os jogos. Quer estejamos falando de jogos nos quais se

necessita da sorte para vencer, quer tratemos de jogos que exigem um pensamento estratégico, os pilares da política não são associados à justiça, à democracia ou às leis. Assim como na capa de *Época* (Figura 2), mais uma vez o processo administrativo é tratado como uma batalha, uma guerra. A manchete diz: “Com ou sem vitória na batalha do Impeachment, Dilma já perdeu a batalha do poder. Seu governo esfacelou-se e a presidente, abandonada pelos aliados, não comanda mais o Brasil”.

No plano da expressão, o que lemos é a representação de uma personagem em solidão política. Governar, portanto, na democracia brasileira, não passa apenas pelo reflexo do voto popular, mas pelas articulações políticas. Um governante sem aliados está incapacitado de governar. No entanto, devemos notar um detalhe: o caso do impeachment é tratado como uma batalha. Numa luta, vence aquele que é mais forte. Não estamos falando, portanto, de um processo que está embasado em pressupostos jurídicos, falamos de uma situação na qual o vencedor é aquele que possui aliados, pessoas, com poder de voto. O poder, de forma semelhante, é tomado como uma batalha. No plano da estória, deparamo-nos com uma situação na qual as articulações entre os personagens definem a intriga.

Por fim, chegamos a uma capa publicada em 4 de maio, por ocasião do início do revezamento da tocha olímpica. Um evento, aparentemente, desprovido de cunho político. No entanto, a edição do jornal optou por utilizar uma fotografia na qual há a conjugação entre a chama olímpica e a imagem da presidente Dilma Rousseff. A fotografia está ligada, primeiramente, à notícia sobre as olimpíadas. Contudo, na coluna localizada ao lado direito da fotografia podemos ver um gráfico no qual é apresentado o ‘Placar do Impeachment’, agora no Senado Federal. A presidente, mais uma vez, está perdendo este ‘jogo’. Mais uma vez, observemos, a cor azul é utilizada para representar aqueles que votam pelo prosseguimento do processo, ao passo que o vermelho remete aos aliados da presidente.

Na imagem construída, a personagem de Dilma é consumida pelo fogo. Em uma primeira leitura podemos tratar da situação como uma imagem que se interliga com o inferno. A presidente, portanto, sorridente em meio ao fogo, pode ser associada à imagem do diabo, à imagem daquilo que é negativo para o país. Aquilo que deve ser perseguido e retirado da imagem pública do país. Em uma segunda leitura, é possível ler o

fogo como aquilo que purifica a situação: mesmo que a presidente se mostre alheia aos acontecimentos, sua imagem e seu mandato estão em decomposição.

## Considerações Finais

Em nome de que ética jornalistas e fotógrafos podem se apossar da montagem da fotografia de uma Dilma envolvida nas chamas de uma pira olímpica, para produzir uma manchete na qual “queima” a presidente? Por que uma revista cria a ilusão de um rasgo na imagem da presidente? E outra a coloca num caminho vazio e sem volta? Estas e outras perguntas estão diretamente ligadas às condutas dos profissionais envolvidos na extensa cobertura do processo de impeachment.

O comportamento do jornalismo brasileiro nos permite questionar os limites morais da cobertura, que ostentou um enorme poder, sem a necessária responsabilidade ética. Uma responsabilidade tanto maior quanto o que estava em jogo, ou seja, a democracia e seus valores. Podemos afirmar com Zigmunt Bauman que a democracia está em risco. Em seu novo livro, *Estado de crise*, ele afirma que o que está acontecendo agora, o que podemos chamar de crise da democracia, é o colapso da confiança. Em entrevista para o lançamento do livro na Espanha, Bauman explicou que existe a crença de que os líderes não só são corruptos ou estúpidos, mas também incapazes. “Para atuar, é necessário usar o poder: ser capaz de fazer coisas; e fazer política: usar a habilidade de decidir quais são as coisas que têm de ser feitas. A questão é que esse casamento entre poder e política nas mãos do Estado-nação acabou” (BAUMAN, 2016).

Para o filósofo polonês, que está com 90 anos, o poder se globalizou, mas a política tem as mãos cortadas. As pessoas já não acreditam no sistema democrático porque ele não cumpre suas promessas. A crise contemporânea da democracia é “uma crise das instituições democráticas”. Qual é o papel e as responsabilidades das empresas de Comunicação e dos próprios jornalistas nesta crise é o que devemos aprofundar.

## Referências bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt; BORDONI, Carlo. *Estado de Crise*. São Paulo: Editora Zahar, 2016.



CASTELLS, Manuel. 'Communication, Power and Counter-power in the Network Society'. In **International Journal of Communication**, 2007, 238-266.

FONSECA, Joaquim. **Caricatura**: a imagem gráfica do humor. Porto Alegre: Artes e ofícios, 1999.

HALL, Stuart. **Representation**: Cultural Representations and Signifying Practices. Londres: Sage, 1997.

\_\_\_\_\_. 'Encoding and Decoding'. In WILLIS, P. (org) **Culture, Media, Language**. Londres: Routledge, 1980.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUCS, 2001.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2011.

MOTA, Celia Ladeira. 'A narrativa semiótica da imagem'. In: MOTA, Célia; CAVALCANTE, Jandira; MOTTA, Gonzaga (orgs). **Narrativas midiáticas**. Florianópolis: Insular, 2012.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

\_\_\_\_\_. **Narratologia**: Teoria e Análise da Narrativa Jornalística. Brasília: Casa das Musas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Imprensa e poder**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

PARNAIBA, Cristiane dos Santos; GOBBI, Maria Cristina. **Charge jornalística: definição, histórico e funções**. 2014. Disponível em: <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/09/vGT17-Cristiane-Parnaiba-Maria-Cristina-Gobbi.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

PEREZ, Luana Castro Alves. **Charge. Mundo Educação**. 2015. Disponível em: <<http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/redacao/charge.htm>>. Acesso em 29.01.16.