



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS (FAFICH)**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL (PPGCOM)**  
**DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Acionamentos Biográficos no Jornalismo em Revista: Uma  
Análise das Histórias de Vida de Lula e Obama em *Veja* e *Time***

**MICHELE DA SILVA TAVARES**

Belo Horizonte – MG

Abril de 2016

**MICHELE DA SILVA TAVARES**

**Acionamentos Biográficos no Jornalismo em Revista: Uma  
Análise das Histórias de Vida de Lula e Obama em *Veja* e *Time***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação Social.

**Área de Concentração:**

Comunicação e Sociabilidade Contemporânea

**Linha de Pesquisa:**

Textualidades Mediáticas

**Orientador:** Prof<sup>o</sup>. Dr. Elton Antunes

Belo Horizonte

2016

301.16 Tavares, Michele da Silva  
T231a Acionamentos biográficos no jornalismo em revista:  
2016 [manuscrito] : uma análise das histórias de vida de Lula e  
Obama em Veja e Time / Michele da Silva Tavares. - 2016.  
289 f. : il.  
Orientador: Elton Antunes.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.  
Inclui bibliografia.

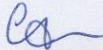
1.Comunicação Teses. 2.Jornalismo - Teses.3.Eleições - Teses. I. Antunes, Elton . II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. III. Título.

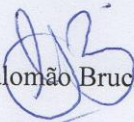


Universidade Federal de Minas Gerais  
Faculdade De Filosofia E Ciências Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

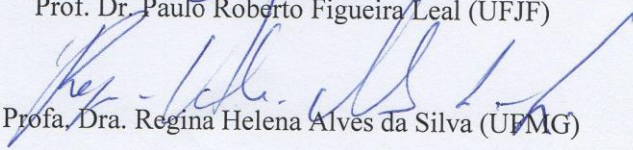
**Ata da Defesa de Tese de Michele da Silva Tavares**  
**Número de Registro na UFMG 2012652349**

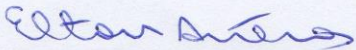
Às quatorze horas do dia 29 de abril de 2016, na Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, reuniu-se a comissão examinadora constituída pelos professores doutores Elton Antunes (orientador – Universidade Federal de Minas Gerais), Carlos Alberto de Carvalho (Universidade Federal de Minas Gerais), Mozahir Salomão Bruck (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais), Paulo Roberto Figueira Leal (Universidade Federal Juiz de Fora), e Regina Helena Alves da Silva (Universidade Federal de Minas Gerais). A comissão reuniu-se para julgar o trabalho final da aluna do doutorado Michele da Silva Tavares, intitulado **“Acionamentos Biográficos no Jornalismo em Revista: Uma Análise das Histórias de Vida de Lula e Obama em Veja e Time”**, requisito final para obtenção do Grau de Doutora em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, área de concentração Comunicação e Sociabilidade Contemporânea, linha de pesquisa Textualidades Midiáticas. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Prof. Dr. Elton Antunes apresentou a banca e, em seguida, passou a palavra à candidata para apresentação de seu trabalho final. Após a apresentação, seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa de Michele da Silva Tavares. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. A Comissão Examinadora julgou a candidata **apta a receber o grau de Doutora em Comunicação Social**. O resultado final foi comunicado publicamente à candidata pelo Presidente da Comissão que encerrou a sessão, lavrando assim, o presente documento que será assinado por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 29 de abril de 2016.

  
Prof. Dr. Carlos Alberto de Carvalho (UFMG)

  
Prof. Dr. Mozahir Salomão Bruck (PUC-MG)

  
Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF)


  
Profa. Dra. Regina Helena Alves da Silva (UFMG)

  
Prof. Dr. Elton Antunes (UFMG)  
orientador

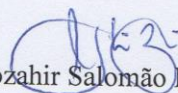
**Acionamentos Biográficos no Jornalismo em Revista: Uma Análise das  
Histórias de Vida de Lula e Obama em Veja e Time**

*Michele da Silva Tavares*

Tese de doutorado aprovada pela banca examinadora constituída por



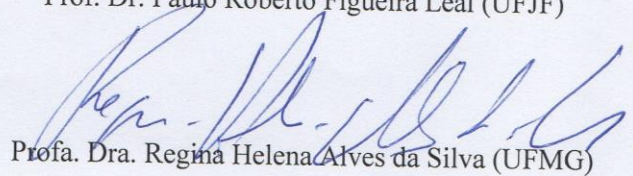
Prof. Dr. Carlos Alberto de Carvalho (UFMG)



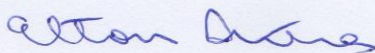
Prof. Dr. Mozahir Salomão Bruck (PUC-MG)



Prof. Dr. Paulo Roberto Figueira Leal (UFJF)



Profa. Dra. Regina Helena Alves da Silva (UFMG)



Prof. Dr. Elton Antunes (UFMG)  
orientador

Programa de Pós-graduação em Comunicação Social  
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas  
Universidade Federal de Minas Gerais  
Belo Horizonte, 29 de abril de 2016.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esta pesquisa a todos os amantes do jornalismo que, na prática profissional ou no exercício da docência, (ainda) acreditam e defendem o fazer jornalístico ético, humano, plural – com vozes e sentidos que falam sobre nós, sobre o mundo, sobre os detalhes emaranhados e gritos sufocados que (quase) ninguém viu, ouviu, nem sentiu. Dedico em especial aos alunos que, ao longo de minha trajetória docente, depositam em mim toda a confiança para compartilhar que o jornalismo é sentimento e reponsabilidade sobre si, sobre o outro e sobre o mundo.

## AGRADECIMENTOS

**À Deus**, pela oportunidade da vida, pela perfeição do meu corpo físico, pelo amparo nos dias difíceis, pela alegria das conquistas, pela proteção espiritual, pela força incessante que conduz ao “dever cumprido” de mais uma etapa, entre tantas que virão, desta incessante caminhada espiritual evolutiva.

**À Minha Família**, minha unidade basilar, formadora dos meus princípios e valores morais - meus pais, meu irmão e meus padrinhos – pela incomensurável dedicação e compreensão ao longo das privações vivenciadas pela vida acadêmica.

**Ao companheiro de luz desta caminhada**, Luiz Gustavo, que em sua imenso amor, paciência e companheirismo é sempre fortaleza nos dias difíceis, compreensão perante as ausências que muitas vezes a jornada acadêmica impõe e confiança no futuro que estamos construindo.

**Aos amigos mineiros**, que me acolheram e fizeram minha família do coração aumentar além dos laços consanguíneos, em especial a Livia Maria e sua família, com quem dividi muita prosa, café quentin e pão de queijo nos finais de tarde que passei em Belo Horizonte e, também, as queridas Paula Ziviani e Natália Cortez, que dividi as dores, as delícias e angústias dessa jornada pessoal e acadêmica. E, também, à Ana Carolina Lima Santos que me apresentou as Minas Gerais.

**Aos queridos professores, colegas e alunos da Universidade Federal de Sergipe**, pela possibilidade de compartilhar o conhecimento adquirido desde os tempos de graduação. A oportunidade da docência foi meu laboratório de vida, no qual fui agraciada pela convivência com profissionais de sangue quente, que também acreditam no Ensino Público Superior e lutam por uma educação profissional de qualidade, em especial Beatriz Collucci, Greice Schneider e Raquel Carriço que sempre incentivaram e torceram por mim. Além dos amigos que me ensinaram o jornalismo que não tive tempo de aprender no mercado - Cristian Góes e Suyene Correia – obrigada pelo exemplo que vocês representam! Aos alunos, meu agradecimento pelo desafio de sair da zona de conforto e por me tornar, a cada dia, um pouco mais humana.

**Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais** pela credibilidade depositada nesta pesquisa, pelas experiências acadêmicas e oportunidades de aquisição de conhecimento que foram ofertadas, em especial aos professores Vera França, Regina Helena e Carlos D’Andrea, que propiciaram inquietações construtivas.

**Ao orientador Elton Antunes**, pelas contribuições e debates que amadureceram esta pesquisa e a minha trajetória acadêmica.

**À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)**, pelo investimento na minha qualificação profissional.

**Cada pequeno gesto possibilitou a realização de um sonho. Muito Obrigada!**

“Os cientistas dizem que os humanos são feitos de átomos, mas a mim um passarinho contou que somos feitos de histórias.” (Eduardo Galeano)

“Deve-se escrever da mesma maneira como as lavadeiras lá de Alagoas fazem seu ofício. Elas começam com uma primeira lavada, molham a roupa suja na beira da lagoa ou do riacho, torcem o pano, molham-no novamente, voltam a torcer. Colocam o anil, ensaboam e torcem uma, duas vezes. Depois enxáguam, dão mais uma molhada, agora jogando a água com a mão. Batem o pano na laje ou na pedra limpa, e dão mais uma torcida e mais outra, torcem até não pingar do pano uma só gota. Somente depois de feito tudo isso é que elas dependuram a roupa lavada na corda ou no varal, para secar. Pois quem se mete a escrever devia fazer a mesma coisa. A palavra não foi feita para enfeitar, brilhar como ouro falso; a palavra foi feita para dizer.” (Graciliano Ramos)

“Jornalista não é aquele que toca na banda, é o que vê a banda passar.”  
(Joel Silveira)



## RESUMO

Esta pesquisa trata da forma como as histórias de vida são contadas pelos textos jornalísticos de revistas semanais de informação. Entende-se que o jornalista que lida com os elementos biográficos na reportagem não é necessariamente um biógrafo, mas intercambia as tensões e os modos de “fazer” do biográfico. Apesar de não ter as pretensões da narrativa materializada no livro, ele possui as intenções da linha editorial como guia e os vetores do cenário sociopolítico e do contexto de produção. A revista, em sua materialidade, propicia a reflexão sobre as articulações dos textos (títulos, legendas, notícias), das imagens (fotografias e ilustrações diversas) cores e texturas que estampam os acontecimentos e reforçam os sentidos e simbologias sobre o mundo ao redor. O objetivo central desta pesquisa é fornecer subsídios para que se compreenda como as reportagens de *Veja* e *Time* se valem de recursos biográficos dos personagens Luís Inácio Lula da Silva e Barack Obama, na cobertura do ano eleitoral, para uma valorização do indivíduo na teia do texto jornalístico, em sua dimensão verbal e visual. O cenário recortado para análise, que motiva o jornalismo a acionar a biografia, é a disputa presidencial no Brasil, em 2002, e nos Estados Unidos, em 2008. De modo geral, buscou-se elucidar os gestos do biográfico no jornalismo, a partir dos efeitos de sentido gerados pelos acionamentos (as relações de temporalidade, as memórias e os imaginários). Do ponto de vista teórico, apontamos uma noção de biografia, considerando seus atravessamentos conceituais e tangenciando com as percepções de autores que tratam das histórias de vida a partir das narrativas jornalísticas, destacando a dimensão de ingenuidade e ilusão imbuída na reconstrução biográfica. Também caracterizamos a “revista”, refletimos sobre a singularidade do tempo eleitoral associada à noção de acontecimento jornalístico e traçamos algumas considerações sobre a visibilidade pública da imagem presidencial. Do ponto de vista metodológico, adotamos a semiótica, como uma chave de leitura e propomos uma forma de ler o texto impresso das revistas, a partir da perspectiva de texto verbo-visual defendida por Gonzalo Abril (2007), que considera três dimensões de análise: o nível visual, o nível do olhar e o nível da imagem. Estruturada nesta tríade, a análise revelou que a existência de uma dimensão biográfica percebida no texto jornalístico fica atrelada ao cenário em questão e aos acontecimentos que suscitam o debate sobre a singularidade da história de vida de determinados personagens. Além disso, os gestos textuais implementados pelas revistas revelaram duas possibilidades de uso dos elementos biográficos no texto jornalístico: a necessidade de conhecer, compreender e mergulhar no “novo” (como se caracterizou com Obama) e o reforço intencional de quadros de leitura previamente conhecidos (como ocorreu no caso de Lula).

**Palavras-chave:** Biografia; Jornalismo; Revista; Texto Verbo-Visual; Eleições; Lula; Obama.

## ABSTRACT

This research deals with how life stories are told by journalistic texts of newsmagazines. It is understood that the journalist who deals with the biographical elements in the report is not necessarily a biographer, but interchanges tensions and ways of "doing" the biographical. Despite not having the pretensions of the materialized narrative in the book, he has the intentions of the editorial line as a guide and the vectors of socio-political scenario and production context. The magazine, in its materiality, provides a reflection on the joints of the texts (titles, subtitles, news), images (photographs and several illustrations) colors and textures that adorn the events and reinforce the senses and symbologies about the world around. The central objective of this research is to provide subsidies to understand how the reports of *Veja* and *Time* rely biographical features of the characters Luis Inacio Lula da Silva and Barack Obama, during the coverage of the election year, for an appreciation of the individual on the journalistic text in its verbal and visual dimension. The cut scene for analysis, which motivates journalism to trigger the biography is the presidential election in Brazil in 2002, and the United States, in 2008. In general, it sought to elucidate the gestures of biographical journalism from the effects of meaning generated by what is actuated (relations of temporality, memories and imaginary). From a theoretical point of view, we discuss a notion of biography considering its conceptual crossings and tangentially with the perceptions of authors who deal with life stories from news stories, highlighting the dimension of ingenuity and imbued with delusion in the biographical reconstruction. Also feature the device "magazine", we reflect on the uniqueness of the electoral time associated with the notion of journalistic event and we draw some considerations on the public visibility of the presidential image. From a methodological point of view, we adopted semiotics, as a reading key and propose a way to read the printed text of magazines, from the verb-visual text perspective advocated by Gonzalo April (2007), which considers three dimensions of analysis : eye level, eye level and the level of the image. Structured in this triad, the analysis revealed that the existence of a biographical dimension seen in the journalistic text is linked to the setting in question and the events giving rise to the debate on the uniqueness of the life story of certain characters. In addition, textual gestures implemented by magazines revealed two uses of the biographic elements in the journalistic text: the need to know, understand and delve into the "new "(as featured with Obama) and intentional reinforcement previously known reading frames (as in the case of Lula).

**Keywords:** Biography; Journalism; Magazine; Word-Visual Text; Elections; Lula; Obama.

## RESUMÉN

Esta investigación se ocupa de cómo las historias de vida son contadas por los textos periodísticos de revistas semanales de información. Se entiende que el periodista que se ocupa de los elementos biográficos en el informe no es necesariamente un biógrafo, pero intercambia tensiones y formas de "hacer" lo biográfico. A pesar de no tener las pretensiones de la narrativa materializado en el libro, él tiene las intenciones de la línea editorial como guía y los conductores de escenario socio-político y el contexto de producción. La revista, en su materialidad, ofrece una reflexión sobre las articulaciones de los textos (títulos, subtítulos, noticias), imágenes (fotografías y varias ilustraciones) colores y texturas que adornan los eventos y refuerzan los sentidos y simbologías sobre el mundo alrededor. El objetivo central de esta investigación es proporcionar subsidios para entender cómo los informes de *Veja* y *Time* se basan en rasgos biográficos de los personajes Luis Inacio Lula da Silva y Barack Obama, durante la cobertura del año de la elección, para una apreciación del individuo en el texto periodístico en su dimensión verbal y visual. La escena de corte para el análisis, lo que motiva el periodismo para activar la biografía es la elección presidencial en Brasil en 2002, y los Estados Unidos, en 2008. En general, se trató de dilucidar los efectos de sentido generada por las unidades de (relaciones de la temporalidad, memorias e imaginarios). Desde un punto de vista teórico, señalamos una noción de biografía teniendo en cuenta sus cruces conceptuales y las percepciones de los autores que se ocupan de las historias de vida de las noticias, destacando la dimensión de la ingenuidad e impregnado de ilusión en la reconstrucción biográfica. También cuentan con la "revista", se reflexiona sobre la singularidad de la época electoral asociada a la noción de acontecimiento periodístico y se presentan algunas consideraciones sobre la visibilidad pública de la imagen presidencial. Desde un punto de vista metodológico, hemos adoptado la semiótica, como clave de lectura y proponemos una manera de leer el texto impreso de revistas, desde la perspectiva de texto verbovisual defendido por Gonzalo de abril (2007), que considera tres dimensiones de análisis : altura de los ojos, altura de los ojos y el nivel de la imagen. Estructurado en esta tríada, el análisis reveló que la existencia de una dimensión biográfica visto en el texto periodístico está vinculado al valor en cuestión y los hechos que dieron lugar al debate sobre la singularidad de la historia de vida de ciertos personajes. Además, los gestos de texto implementadas por las revistas revelaron dos posibilidades de usos de los elementos biográficos en el texto periodístico: la necesidad de conocer, comprender y profundizar en la "nueva" (tal como se presenta con Obama) y el refuerzo intencional conoce previamente marcos de lectura (como en el caso de Lula). De todos modos, se encontró que la reconstrucción biográfica del periodismo tiene el efecto de crear, reproducir y fortalecimiento de imaginario social.

**Palabras clave:** Biografía; Periodismo; Revista; Texto Verbovisual; Elecciones; Lula; Obama.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Audiência Média das Revistas Norte-Americanas.....	56
Figura 2: Circulação das Principais Semanais de Informação no Brasil .....	57
Figura 3: Mapa geral das dimensões textuais.....	94
Figura 5: Diagrama do Símbolo Triádico .....	95
Figura 6: Reportagem especial sobre a origem de Obama .....	116
Figura 7: Identidade da mãe de Obama .....	117
Figura 8: Obama e sua origem, segundo <i>Veja</i> .....	118
Figura 9: <i>Time</i> destaca o apoio dos avós maternos durante a infância de Obama .....	119
Figura 10: Ilustração da Genealogia de Obama em <i>Time</i> .....	120
Figura 11: Composição verbo visual da identidade familiar de Obama em <i>Veja</i> .....	121
Figura 12: Obama e sua representação genealógica em <i>Veja</i> .....	121
Figura 13: Traço de personalidade nas capas de <i>Veja</i> .....	123
Figura 14: A campanha eleitoral e o registro da intimidade e dos bastidores .....	124
Figura 15: Autocontrole e confiança em foco em <i>Time</i> .....	125
Figura 16: Experiência e temperamento em foco na revista <i>Time</i> .....	126
Figura 17: Traço de época na composição das capas de <i>Time</i> .....	127
Figura 18: Obama e os Kennedy nas Primárias .....	128
Figura 19: Traço de época na composição ilustrativa de <i>Veja</i> .....	129
Figura 20: A vitória de Obama é registrada como um dos marcos da disputa de 2008 .....	130
Figura 21: Marco histórico nas capas de <i>Time</i> .....	131
Figura 22: Cobertura de <i>Veja</i> pós indicação partidária .....	132
Figura 23: Reportagem Especial de <i>Veja</i> antes da Posse .....	134
Figura 24: 40 anos da morte de Luther King e os avanços das questões raciais .....	136
Figura 25: A realização do sonho com a posse de Obama .....	137
Figura 26: A trajetória dos líderes personificada na composição visual .....	138
Figura 27: A jornada histórica que se cumpre .....	139
Figura 28: Obama e sua metáfora existencial .....	145
Figura 29: Polarização dos eleitores segundo <i>Time</i> .....	146
Figura 30: Estratégia visual para destacar o perfil do eleitorado .....	147
Figura 31: Obama e seu discurso de mudança .....	148

Figura 32: A novidade Obama versus a política tradicional .....	149
Figura 33: “Terremoto Obama” .....	150
Figura 34: As cinco faces de Obama .....	151
Figura 35: Coroação de Obama .....	154
Figura 36: Obama, a “estrela” eleitoral .....	155
Figura 37: Obama e sua constelação .....	156
Figura 38: Obama, a estrela coroada .....	157
Figura 39: Obama em pauta nos jornais pelo mundo .....	160
Figura 40: Lula e a “Escola da Vida” .....	168
Figura 41: Galeria dos presidentes e a formação profissional .....	169
Figura 42: História de Vida de Lula no Cinema .....	171
Figura 43: Acionamento da relação de Lula com o pai .....	172
Figura 44: Lula em palestra para os investidores .....	175
Figura 45: Imagem de “Lula paz e amor” .....	176
Figura 46: Lula e suas emoções .....	177
Figura 47: A história e o próximo presidente em 2002 .....	178
Figura 48: O passado “radical” de Lula .....	179
Figura 49: Galeria de presidentes e os marcos históricos .....	180
Figura 50: O simbolismo textual verbo visual da vitória .....	181
Figura 51: A posse e a coroação .....	183
Figura 52: Trajetória de Lula nas disputas presidenciais .....	185
Figura 53: Rota para o poder .....	185
Figura 54: Trajetória de oposição .....	187
Figura 55: Recurso de linguagem na composição da ilustração .....	191
Figura 56: Perfil do eleitor de Lula, por região, cidade e faixa salarial .....	193
Figura 57: Segmentação e perfil dos eleitores .....	194
Figura 58: Trajetória da mudança de Lula nas disputas presidenciais .....	197
Figura 59: Mudança de discurso de Lula ao longo das disputas .....	198
Figura 60: Mudança nos programas televisivos para as eleições .....	199
Figura 61: Relato sobre o processo de “transmutação” .....	200
Figura 62: Lula e sua relação com o povo .....	202
Figura 63: Manifestações populares no dia da posse .....	202
Figura 64: “Corpos celestes” ao redor de Lula .....	206
Figura 65: O PT em foco .....	207

Figura 66: Equipe de Assessores de Lula .....	209
Figura 67: Repercussão internacional segundo <i>Veja</i> .....	209
Figura 68: Expectativa em relação a vitória de Lula em 2002 .....	211
Figura 69: Time 100 / 2004 – Lula entre os líderes mais influentes .....	212
Figura 70: Time 100 / 2010 – Lula entre os líderes mais influentes .....	213

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Volume de reportagens sobre as eleições presidenciais .....	111
Quadro 2: Volume de reportagens sobre as eleições presidenciais em <i>Veja</i> .....	164

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1: Fluxo de Reportagens - <i>Time</i> 2008 .....	113
Gráfico 2: Fluxo de Reportagens - <i>Veja</i> 2008 .....	113
Gráfico 3: Fluxo de Reportagens - <i>Veja</i> 2002 .....	165

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>Capítulo I. Jornalismo e Biografia: reflexões e aproximações</b> .....	<b>24</b>
1.1 O lugar do biógrafo no jornalismo .....	24
1.2 A biografia e os atravessamentos conceituais .....	29
1.3 O texto jornalístico em revista, as marcas e os efeitos do biográfico .....	36
<b>Capítulo II. Jornalismo e Eleições: Lula e Obama na pauta de <i>Veja</i> e <i>Time</i></b> .....	<b>52</b>
2.1 Em busca do biográfico no jornalismo de <i>Veja</i> e <i>Time</i> .....	52
2.2 O “tempo eleitoral” como acontecimento jornalístico e momento do biográfico: cenários e personagens .....	60
2.3 A visibilidade pública da imagem presidencial .....	71
<b>Capítulo III. Modos de ler e significar o jornalismo em revista</b> .....	<b>79</b>
3.1 Semiótica: uma chave de leitura .....	84
3.2 Gonzalo Abril, o texto verbo-visual e a Semiótica Moderna.....	89
3.3 A revista, seus gestos e significados: delimitando uma forma de ler o texto verbo-visual impresso .....	102
<b>Capítulo IV. Barack Obama e a cobertura de <i>Veja</i> e <i>Time</i> em 2008</b> .....	<b>110</b>
4.1. Aspectos Gerais do corpus .....	110
4.2. Análise no nível da visualidade .....	114
4.3. Análise no nível do olhar .....	139
4.4. Análise no nível da imagem .....	147
<b>Capítulo V. Lula e a cobertura de <i>Veja</i> e <i>Time</i> em 2002</b> .....	<b>162</b>
5.1. Aspectos Gerais do corpus .....	162
5.2. Análise no nível da visualidade .....	166
5.3. Análise no nível do olhar .....	188
5.4. Análise no nível da imagem .....	198
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>214</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>220</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>226</b>

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa trata da forma como as histórias de vida são contadas pelos textos jornalísticos de revistas semanais de informação. Mas, histórias (verídicas ou fictícias) possuem enredo, cenários, personagens e requerem formas linguísticas para que sejam registradas em suas nuances, verdades, tensões e contradições. O jornalismo, em sua prática, cuida das histórias reais, dos objetos tangíveis e dos acontecimentos do mundo. Os textos noticiosos nos apresentam fatos, versões e interpretações por meio de uma linguagem calçada na pluralidade de vozes, nas marcas de verdade, entre outros parâmetros, diferenciando-se dos textos fictícios do universo literário, descompromissados com a autenticidade do real.

Contar histórias de vida no jornalismo não é tarefa fácil. Nem deve ser em qualquer outro campo que se submeta a tal empreitada. A decisão de remontar o quebra cabeça da trama existencial, seja pelo princípio ou pelo fim, depende da história que se pretende contar. Isso porque o jornalista que lida com os elementos biográficos na reportagem não é necessariamente um biógrafo. Ele não tem as pretensões da narrativa materializada no livro, mas tem as intenções da linha editorial do veículo noticioso como guia e os vetores do cenário político e do contexto de produção.

Nesta pesquisa, tratamos de duas histórias de vida publicamente conhecidas, porém, distintas e peculiares quando o assunto é a disputa pela função presidencial: Luís Inácio Lula da Silva e Barack Obama. O cenário em destaque requer do leitor um recuo temporal para compreender nossa escolha: eleições presidenciais no Brasil, em 2002, e, nos Estados Unidos, em 2008. Alertamos, todavia, que a reflexão não está situada em âmbito da comunicação e política, embora tangencie as discussões inerentes a esse universo. Interessa-nos o universo político e o contexto eleitoral apenas como cenário que motivou o jornalismo a acionar a biografia desses dois personagens políticos cuja peculiaridade pautou o fervor midiático à época das disputas.

O estudo também trata do texto jornalístico em sua dimensão verbo-visual e da revista em sua materialidade. Refletimos sobre as articulações dos textos (títulos, legendas, notícias), das imagens (fotografias e ilustrações diversas) cores e texturas que estampam os acontecimentos e reforçam os sentidos e simbologias sobre o mundo ao redor. As revistas, portanto, possibilitam experiências visuais e sensoriais, individuais e coletivas que, por sua vez, podem estar condicionadas à nossa memória e à nossa bagagem cultural, em termos de



conhecimento social, histórico, político, entre outras experiências que modulam nosso olhar sobre os acontecimentos.

Um dos objetivos centrais desta pesquisa é compreender como as reportagens de *Veja* e *Time* se valem de recursos biográficos, na cobertura do ano eleitoral, para uma valorização do indivíduo na narrativa jornalística. Mas, que fragmentos de vida constituem o escopo da unidade biográfica? E, como identifica-los na teia textual (verbo-visual) das revistas? Que relações de temporalidades se estabelecem nesse tecer narrativo? E, que memórias são acionadas no universo do imaginário coletivo? Ao identificar as marcas do biográfico, presentes no texto jornalístico em revista, buscamos compreender quem são os personagens Lula e Obama que as revistas reconstroem e os sentidos possíveis gerados a partir desses gestos textuais.

No entanto, a proposta inicial do projeto de pesquisa submetido à seleção para ingresso no PPGCOM, previa outras buscas e questionamentos. Partíamos de inquietações sobre as variações percebidas (que se revelaram durante a pesquisa de Mestrado<sup>1</sup>) na forma como as revistas semanais de informação abordavam as sucessivas tentativas de Luís Inácio Lula da Silva à Presidência da República. Nas disputas de 1989, 1994 e 1998, Lula aparecia como o rude e rústico representante sindical, oriundo da classe pobre e operária brasileira, semi-analfabeto, representante da esquerda partidária, que lutava por melhorias salariais e condições justas de trabalho.

Mas, em 2002, ao final do segundo mandato de Fernando Henrique Cardoso, diante de um panorama de descrença da sociedade em relação aos rumos do Brasil, associado ao clima de perda de popularidade dos candidatos de direita, entre outros fatores, Lula sela sua primeira vitória nas eleições presidenciais. À época, a vitória do petista foi pontuada pela imprensa como parte de um processo de transformação em sua imagem, apoiada pela equipe de marqueteiros, que primou pela suavização de alguns aspectos que pudessem conotar algo negativo e a valorização das virtudes do candidato. Como “Lulinha, paz e amor”, ele conquistou o apoio empresarial em diversos segmentos e articulou aliados políticos, defendendo a erradicação da fome e do analfabetismo no país com investimentos, principalmente, na economia e na educação.

Paralelamente, outro acontecimento que reverberou mundialmente fazia-nos refletir sobre sua simbologia: a vitória do jovem senador Barack Obama, em 2008, eleito primeiro

---

<sup>1</sup> Dissertação de mestrado “FHC e os Escândalos Políticos: os ‘Modos de Dizer’ de *Veja* e *IstoÉ* sobre as crises personalizadas” (2012), defendida em âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PósCom), da Universidade Federal da Bahia (UFBA), disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/7030/1/Michele%20Tavares.pdf>.

presidente negro dos Estados Unidos, num país marcado pelas lembranças do segregacionismo e com o comparecimento recorde de eleitores às urnas. Sua vitória foi um alento para os norte-americanos que vivenciavam um cenário de profunda crise financeira no final do Governo Bush, além das exigências do contexto geopolítico em relação ao papel da guerra contra o Iraque na luta contra o terrorismo. Em seus discursos ao longo da campanha, Obama convocava os americanos de diferentes posicionamentos ideológicos, sociais e raciais a se unir para o bem comum. Tal postura acionou a simbologia do sonho de liberdade norte-americano, tendo em vista a identidade racial de Obama e o que ela representava para o País.

Além do fervor discurso da imprensa em relação ao ineditismo que representava as duas vitórias, havia, portanto, algo intrínseco aos personagens que tangenciava e motivava nossas inquietações. Apesar de trajetórias biográficas, políticas e contextos sociais divergentes, acreditávamos que o ponto de intersecção entre os dois seria a dimensão mítica criada em torno da imagem que representavam, naquele momento, para suas nações de origem e para o mundo.

Além disso, consideramos também o papel fundamental de difusão de informação que a mídia exerce para (des)consagrar líderes políticos populares como Lula e Obama, através do enquadramento<sup>2</sup> de determinados aspectos de sua imagem e discurso. Neste sentido, buscávamos, no projeto inicial, compreender o papel da imprensa na criação do rótulo de “mito político” atribuído aos personagens políticos, uma vez que, o jornalismo é instrumento não somente formador de opinião, mas ferramenta que agrega valor e atribui sentidos, reforçando e/ou desmistificando simbologias em âmbito mundial.

Com o intuito de analisar a cobertura da imprensa nacional e internacional em relação aos dois líderes, em situação de campanha eleitoral, havíamos indicado para a composição do corpus empírico a revista norte-americana – *Time*, a britânica - *The Economist*, e as brasileiras – *Veja* e *Carta Capital*, evidenciando os diferentes posicionamentos ideológicos, públicos-alvo e representatividades editoriais dessas publicações. A escolha desses títulos tinha, portanto, como meta a verificação comparativa da forma, como Lula e Obama foram enquadrados pela imprensa em seu país de origem e na imprensa internacional. A investida metodológica, deste projeto inicial, previa verificar a

---

<sup>2</sup> Utilizamos no projeto de pesquisa, a noção de enquadramento como um caminho para analisar o comportamento da imprensa na cobertura de diversas temáticas, como cobertura de eleições, discursos políticos, corrupção política, entre outros. Segundo Sádaba (2007), os “quadros” geram significados para as pessoas e para a forma como elas se conduzem no mundo. Assim, os significados da realidade difundidos pelos meios de comunicação e sua repercussão para as audiências, se configuram como principal objeto de estudo da teoria do enquadramento (*framing*).

dimensão mítica em torno dos personagens políticos, sob o ponto de vista dos estudos do enquadramento (*framing*) associada a vertente de Análise Crítica do Discurso.

Com o ingresso no PPGCOM, as experiências adquiridas a partir das disciplinas cursadas, discussões no grupo de pesquisa, atividades docentes, participação em congressos, reformulação do projeto de pesquisa, qualificação de tese, entre outras, possibilitaram o amadurecimento do projeto inicial. A vivência dessas etapas culminou em uma série de modificações em relação à dimensão do corpus, reelaboração do problema de pesquisa, direcionamento dos objetivos e adequação do referencial teórico e analítico. No entanto, duas ações operacionais específicas foram determinantes: a articulação dos conceitos discutidos ao longo das leituras (transformando-os em operadores analíticos) e a realização de exercícios analíticos, nos quais foram testados métodos diferentes (detalharemos no capítulo metodológico), privilegiando o olhar em relação ao objeto empírico, deixando-o “falar” e mostrar sua essência.

Com a reformulação do plano de pesquisa, no final do segundo semestre do curso (2012.2), ampliamos o estado da arte, reestruturamos a proposta metodológica e optamos por reduzir o corpus inicial, que abrangia quatro revistas, o que acarretaria em um volume maior de reportagens e, conseqüentemente, ampliaria a estruturação dos capítulos de análise, correndo o risco de tornar-se humanamente inexequível. Assim, considerando a proeminência e representatividade em relação aos títulos *Veja* e *Time* no mercado editorial de revistas, optou-se por utilizar apenas essas duas revistas, o que já garantiria um corpus considerável para a execução da pesquisa. A reformulação do projeto alertou-nos também para a necessidade de observar a textualidade das revistas e de seu jornalismo. Esse refinamento do olhar analítico conduziu-nos às leituras acerca da dimensão das relações de temporalidade e da memória coletiva presentes no jornalismo informativo das revistas, sobretudo em tempos eleitorais.

Percebemos, então, que havia algo que transcendia a hipótese inicial da dimensão mítica atrela aos personagens: a peculiaridade da trajetória biográfica do líder político. Eis que surgiam novos questionamentos: Que elementos da história de vida de determinados personagens políticos podem ser “interessantes” para a cobertura jornalística do ano eleitoral? De que forma os resultados das pesquisas de intenção de votos, por exemplo, se relacionam com as histórias de vida dos candidatos? Que passagens da infância de um personagem político, ao serem citadas nos textos jornalísticos, podem determinar inferências sobre sua conduta caso seja eleito presidente? Em que medida o jornalismo atua como articulador de temporalidades e agente de memória nesse tipo de cobertura?

Ao examinar o conteúdo das revistas semanais *Time* e *Veja*, ao longo do ano eleitoral, com enfoque em personagens como Lula e Obama, percebe-se a abordagem de novos ângulos através da priorização de certos elementos até então desconectados da pauta do *hardnews*. Em muitas reportagens, o procedimento é utilizar (ou explorar) determinados episódios biográficos que caracterizam a história de vida dos personagens políticos – e o que tangencia a singularidade do ser – para explicar algo maior, que justifica um passado, influencia o presente e sugere inclusive projeções futuras.

O funcionamento do texto jornalístico em tempos eleitorais é resultante da articulação de uma série de temas pautados ao longo dos momentos específicos que caracterizam o ano eleitoral (desde a especulação inicial, passando pela formação das chapas, seguindo pela fase oficial de campanha, até o resultado do pleito, culminando na “coroação” da posse), fomentando maior ou menor fluxo de notícias. O texto do jornalismo de revista, por sua vez, possui atributos peculiares – como a possibilidade de ilustração e criação de um texto verbo-visual “mais livre” - se comparado ao jornal impresso – porém, consistente no que concerne à profundidade dos textos.

Desse modo, considerando as especificidades em âmbito teórico e metodológico, bem como os resultados obtidos com a análise, estruturamos a tese em cinco capítulos: Capítulo I. Jornalismo e Biografia: reflexões e aproximações; Capítulo II. Jornalismo e Eleições: Lula e Obama na pauta de *Veja* e *Time*; Capítulo III. Modos de ler e significar o jornalismo em revista; Capítulo IV. Barack Obama e a cobertura de *Veja* e *Time* em 2008; Capítulo V. Lula e a cobertura de *Veja* e *Time* em 2002.

A proposta do primeiro capítulo perpassa uma discussão teórica que caracteriza questões norteadoras ao longo de toda a análise e que situam nosso objeto de pesquisa em âmbito epistemológico. A existência de uma dimensão biográfica percebida no texto jornalístico, sobretudo das reportagens dos impressos, no tocante à cobertura das eleições, e a articulação de acontecimentos que suscitam o debate sobre a singularidade da história de vida de determinados personagens, fica atrelada ao seu desempenho no cenário em questão. Neste sentido, iniciamos o capítulo com uma reflexão sobre o lugar do biográfico no jornalismo, destacando o “espaço do biográfico” em suas formas tradicionais de manifestação e, principalmente, no gênero reportagem, detentor de peculiaridades narrativas que o diferencia de outras expressões do biográfico.

Em seguida, tratamos dos atravessamentos conceituais que demarcam a noção de biografia, considerando as fragilidades da noção clássica e o seu refinamento em abordagens da historiografia contemporânea, mas também tangenciando com as percepções de autores

que tratam especificamente do biografismo e do tecer das histórias de vida a partir das narrativas jornalísticas.

Com o intuito de compreendermos como as reportagens se alimentam, em determinadas coberturas, de recursos biográficos, também refletimos sobre as articulações narrativas do texto jornalístico que vislumbram uma valorização do indivíduo, destacando a dimensão de ingenuidade e ilusão imbuída na reconstrução biográfica. E, por fim, tratamos das marcas que constituem o escopo da unidade biográfica e os articuladores que produzem o sentido do biográfico (as relações de temporalidade, as memórias e os imaginários), de forma a permitir sua análise em relatos jornalísticos para além de gêneros textuais específicos.

No segundo capítulo, partimos em busca do biográfico no jornalismo de *Veja* e *Time*, apresentando e caracterizando o “lugar” de observação da pesquisa: as revistas e as eleições. Iniciamos pela caracterização da revista, pontuando as justificativas para a escolha dos títulos *Veja* e *Time*, nessa busca pelo biográfico no texto jornalístico. Em seguida, refletimos sobre a singularidade do tempo eleitoral, tangenciando com o entendimento sobre a noção de acontecimento jornalístico. O intuito é pensar como os acionamentos biográficos “viram notícia”, sobrepondo-se, às vezes, aos resultados de pesquisas de opinião ou até dialogando ou justificando-os.

Em seguida, apresentamos o “tempo eleitoral” como acontecimento jornalístico e momento do biográfico, registrando os aspectos que caracterizam o momento eleitoral e o que o diferencia de qualquer outro episódio no cenário político. Ao tratar das eleições, também destacamos os cenários das disputas em 2002, no Brasil e, em 2008, nos Estados Unidos, apresentando os personagens, Lula e Obama, que ilustram essa busca pelo biográfico no jornalismo. Pontuamos os principais elementos que constituem as histórias de vida dos dois personagens, assim como destacamos algumas características do contexto no qual estão inseridos politicamente até a vitória nas eleições.

E, por fim, traçamos algumas considerações sobre a visibilidade pública da imagem presidencial, destacando a importância que a imagem do personagem político agrega em tempos de midiaticização exacerbada, tensionando o público e o privado, sobretudo durante o período eleitoral. Essa discussão será preparatória para pensarmos as dimensões dos acionamentos das histórias de vida dos dois personagens políticos, que marcam tempos históricos e espaços de realização igualmente simbólicos em termos políticos, porém divergentes em termos biográficos.

O terceiro capítulo apresenta o percurso metodológico empregado para análise do objeto empírico. Com o intuito de compreender os modos de ler e significar o jornalismo em

revista diferenciamos a leitura do leitor comum e a leitura do pesquisador em relação aos textos jornalísticos de revistas impressas. Em qualquer uma dessas experiências (seja como leitor comum ou como pesquisador) é possível identificar os elementos visíveis que compõem a sua estrutura morfológica, como também, perceber as ausências. Destaca-se, no entanto, que esses processos de leitura guardam relações, mas são distintos.

Uma abordagem jornalística impõe acionamentos e realçam escolhas enunciativas que são capazes de dizer algo ou silenciar sobre o acontecimento em pauta. A disposição dos elementos na composição da capa e a ordem de apresentação da manchete, das imagens e do texto noticioso convidam-nos a refletir sobre os significados possíveis que o jornalismo constrói ao abordar os acontecimentos. Considerando a materialidade da revista e a forma como se apresenta ao público, destacamos que há diversas maneiras de “ler” as notícias e apreender seus significados. Os modos de articulação dos elementos (verbais e visuais) que compõem as páginas das revistas possibilitam experiências visuais e sensoriais individuais que, por sua vez, podem estar condicionadas à nossa memória e à nossa bagagem cultural, em termos de conhecimento social, histórico, político, entre outras experiências que modulam nosso olhar sobre o mundo.

Neste sentido, reforçamos a importância da escolha metodológica que auxilie na busca por respostas aos questionamentos da pesquisa, sem a imposição de caminhos pré-estabelecidos, ou seja, o objeto “pede” o método. Assim, a empreitada analítica que forneceu respostas mais concretas aos questionamentos de pesquisa, sem aprisionar o objeto, foi a semiótica na perspectiva de texto verbo-visual defendida por Gonzalo Abril (no início do capítulo metodológico contextualizamos os exercícios analíticos empregados antes dessa definição).

Antes de apresentar essa concepção teórico-metodológica, tratamos da Semiótica como uma chave de leitura, revisando suas vertentes (sínica/textual), distinções teóricas (semiótica/semiologia) e modos de uso, que podem determinar formas de análise diferenciadas, ainda que todas confluem para uma reflexão sobre o universo das significações. Em seguida, apresentamos a vertente semiótica de compreensão do texto em sua dimensão verbo-visual, a partir das contribuições teóricas de Gonzalo Abril, no âmbito da Semiótica Moderna. Sob essa perspectiva, propomos uma forma de ler o texto verbo-visual impresso das revistas, de modo que possamos compreender seus gestos e significados, considerando as três dimensões de análise proposta pelo autor: o nível visual, o nível do olhar e o nível da imagem.

As revistas semanais de informação, além de reportarem os acontecimentos em âmbito factual, também cumprem a tarefa de debate e registro de memória, contando e

remontando histórias que transpassam a linearidade cronológica do olhar temporal ao qual estamos condicionados, utilizando imagens, cores, entre tantos outros recursos verbais e visuais. Assim, o entendimento do “texto jornalístico” e suas significações nos desafiaram a buscar um caminho metodológico que apresentasse subsídios para a compreensão dos enunciados icônicos, da significação dos objetos, em suma, do gesto textual e das relações que se estabelecem entre os elementos que compõem o texto jornalístico impresso.

A investida metodológica desta pesquisa consiste justamente em desenvolver uma proposta metodológica para a leitura de textos impressos, de forma que possamos contribuir com as ferramentas de compreensão dos sentidos nos estudos em jornalismo. O trabalho também sugere uma reflexão sobre a articulação da memória coletiva por meio do texto jornalístico, considerando o peso simbólico dos acionamentos e das relações de temporalidade estabelecidas pelos gestos textuais das revistas com os acionamentos.

Estrutturamos, então, a análise em três níveis: a) nível visual: identificamos na composição verbo-visual dos textos, a presença de elementos biográficos associados aos personagens políticos Lula e Obama, tomando como base categorial os itens temáticos história de vida, identidade familiar, traço de personalidade, traço de época, marco histórico e jornada; b) nível do olhar: identificamos os atos de intencionalidade presumidos do ponto de vista editorial e verificamos as marcas textuais presentes nos enunciados, que configuram o comportamento editorializado das revistas; c) nível da imagem: observamos o conjunto de significados que o texto verbo-visual permite acessar em relação aos imaginários coletivos do universo biográfico de Obama e do contexto eleitoral.

E, por fim, os dois últimos capítulos apresentam os resultados da análise. Sendo que primeiro tratamos de Barack Obama e a cobertura de *Veja* e *Time*, na disputa presidencial norte-americana, em 2008 e, em seguida, Lula e a cobertura das duas revistas, nas eleições presidenciais no Brasil, em 2002. Cada capítulo de análise está estruturado da seguinte maneira: primeiro apresentamos os aspectos gerais do corpus empírico, dimensionando seu volume e fluxo de notícias, assim como justificando os recortes empregados para esta análise; em seguida, procedemos à análise das reportagens propriamente dita, de acordo com os três níveis da dimensão textual (visualidade, olhar e imagem). Os subitens desses níveis foram nomeados de acordo com a leitura possibilitada pelas reportagens.

As impressões obtidas a partir das reportagens analisadas foram possibilitadas pela identificação das marcas biográficas visíveis no texto jornalístico e pela leitura interpretativa à luz da perspectiva semiótica textual. Barack Obama foi pauta constante nas duas revistas, nos principais momentos do ano eleitoral. Mas, é justamente a partir do acionamento de elementos

biográficos que as revistas qualificam o diferencial do candidato democrata e estruturam a teia argumentativa da cobertura sobre a disputa presidencial. Sua identidade racial (filho de pai negro e mãe branca), assim como os movimentos que percorreu ao longo da vida em virtude da sua estrutura de “família” (os pais separados na infância, a adolescência com os avós, as vivências em localidades distintas, os estudos em Harvard, a experiência política no Senado, entre outras), configuram um quadro de leitura amparado em suas origens.

A análise também revelou que (quase) tudo que se referia a Obama foi comparado com a simbologia de fatos históricos partilhados pela memória coletiva da sociedade norte americana. Ou seja, o que era partilhado do ponto de vista do registro histórico foi explicado através da comparação com outros acontecimentos históricos, outros presidentes ou com outros ícones da luta pelos direitos civis e questões raciais. Mas, também em algumas ocasiões, seus atributos biográficos foram associados ao perfil dos eleitores. Do ponto de vista da articulação dos imaginários, as revistas possibilitaram a leitura de um Obama que era a novidade eleitoral (a estrela), mas que personifica a face do mensageiro, o ser “predestinado” (*the messiah*) a mudar a América, trazendo em si a identidade racial (o negro) num contexto globalizado, ávido por mudanças.

No caso de Lula, embora a cobertura tenha sido mais pontual em *Time* e extensa em *Veja*, ambas trataram dos elementos biográficos nas reportagens sobre as eleições presidenciais em 2002. A leitura do corpus ampliado favoreceu a percepção de que o caracterizador de sua trajetória de vida frequente é o baixo grau de escolaridade, a profissão (torneiro mecânico) e a vida política sindical. No entanto, percebemos um processo de “desnaturalização” da imagem de Lula, que é enfatizado pelas reportagens, como estratégia da equipe de marketing do candidato para adaptar-se ao cenário eleitoral da época: ele precisava modificar-se, plastificar-se, abandonando suas qualidades naturais apontadas pela revista (discurso radical, vestimenta informal, barba grande, entre outros elementos que compõe a sua imagem “rude”). O resultado desse processo de transmutação foi fixado pelas revistas como “Lulinha, paz e amor”, modificado, de terno e gravata, com discurso conciliador e mais “liberal”.

Além disso, uma das estratégias argumentativas para tornar clara a simbologia da vitória de Lula para o leitor é abordá-lo em comparação com outros personagens políticos, principalmente ex-presidentes brasileiros. Essa estratégia revela um ato de intencionalidade que põe em comparação conjunturas e contextos sociais, políticos e econômicos divergentes, assim como biografias e personalidades distintas, utilizando marcas de semelhança como



estratégia crítica para julgar a conduta e as propostas de Lula. Entre os personagens políticos mais acionados estão Getúlio Vargas, João Goulart e Juscelino Kubitschek.

Em linhas gerais, *Veja* e *Time* tomam como fio narrativo a história de vida de Lula e Obama e costuram temporalidades. Mas, as revistas também acionam memórias individuais e articulam imaginários coletivos por meio de imagens e textos construindo, desconstruindo ou até reforçando simbologias relacionadas aos dois personagens e ao universo político dos dois países. No entanto, esse gesto textual que configura a convocação dos elementos biográficos dos personagens apresenta características peculiares em cada revista (considerando a diferença de linha editorial, contexto social e político de cada uma, entre outros demarcadores).

Neste sentido, esta pesquisa se destina aos inquietos com o jornalismo (principalmente os amantes e críticos do texto em revista), aos que buscam compreender as formas de contar as histórias de vida em textos jornalísticos informativos (como as reportagens), àqueles que pensam em estratégias de campanha eleitoral, ou simplesmente, àqueles interessados em conhecer por meio do texto das revistas, a trama das disputas eleitorais que elegeram o primeiro negro como presidente nos Estados Unidos e o primeiro representante das classes populares no Brasil.

## **CAPÍTULO I. JORNALISMO E BIOGRAFIA: REFLEXÕES E APROXIMAÇÕES**

O prelúdio desta pesquisa perpassa uma discussão teórica fundamental para demarcar algumas questões que serão norteadoras ao longo de toda a análise e que situam nosso objeto de pesquisa em âmbito epistemológico. Iniciamos nossa jornada conceitual com a definição do lugar do biográfico no jornalismo, destacando o “espaço do biográfico” em suas formas tradicionais de manifestação e, principalmente, no gênero reportagem, detentor de peculiaridades narrativas que o diferencia de outras expressões do biográfico.

Em seguida, tratamos dos atravessamentos conceituais que demarcam a noção de biografia, considerando as fragilidades da noção clássica e o seu refinamento em abordagens da historiografia contemporânea, mas também tangenciando com as percepções de autores que tratam especificamente do biografismo e do tecer das histórias de vida a partir das narrativas jornalísticas. Também refletimos sobre as articulações narrativas do texto jornalístico que vislumbram uma valorização do indivíduo, destacando a dimensão de ingenuidade e ilusão imbuída na reconstrução biográfica. E, por fim, tratamos das marcas que constituem o escopo da unidade biográfica e os articuladores que produzem o sentido do biográfico (as relações de temporalidade, as memórias e os imaginários), de forma a permitir sua análise em relatos jornalísticos para além de gêneros textuais específicos.

### **1.1. O lugar do biográfico no jornalismo**

A curiosidade sobre as histórias de vida em diferentes formas, suportes e estilos, seja em âmbito literário, midiático e científico, constitui a maneira como o biográfico desponta na atualidade. A simples menção ao termo remete ao universo dos gêneros consagrados: biografias, autobiografias, memórias, diários e correspondências fazem parte de algumas das expressões tradicionais que buscam deixar impressões materiais das experiências individuais e das singularidades do ser humano.

Segundo Leonor Arfuch (2010), o que se percebe é que a notável expansão do biográfico e o crescente interesse pela intimidade fazem pensar nos usos funcionais e nas estratégias de mercado para expressar os relatos de vida, além de uma tonalidade particular da

subjetividade contemporânea. A autora observa como coexistem e o que une as formas canonizadas e hierarquizadas a produtos estereotípicos de cultura de massas e refuta os exemplos ilustres, a singularidade, a pureza genérica e as fronteiras estritas. Em outra perspectiva, privilegia a trama da intertextualidade, a recorrência, a heterogeneidade e defende a existência de um “espaço biográfico” como horizonte de inteligibilidade (ao invés de uma somatória de gêneros), que permite uma leitura transversal, simbólica, cultural e política das narrativas do eu. Para ela, as diferentes manifestações que integram esse espaço, contam de diferentes modos uma história ou experiência de vida.

Mas, na trama da cultura contemporânea, outras formas de manifestação do biográfico aparecem disputando o mesmo espaço – entrevistas, perfis, testemunhos, relatos de vida, entre outras – fazem da vida e da experiência o tema central do horizonte midiático. Mas, qual o lugar do biográfico no jornalismo contemporâneo? Na imprensa, muitas vezes, a discussão biográfica é reduzida aos lugares tradicionais dessa abordagem temática, como críticas, resenhas e perfis que costumam ater-se ao personagem biografado, às informações reveladoras ou sensacionalistas sobre os sujeitos, suas obras, familiares e amigos.

Nesta pesquisa, defende-se a existência de uma dimensão biográfica percebida no texto jornalístico informativo das revistas semanais de informação *Veja* e *Time*, em contextos eleitorais. Tal constatação nos assegura um lugar instigante no campo das pesquisas em jornalismo, uma vez que pouco se discute acerca do lugar do biográfico no jornalismo informativo, sobretudo no gênero “reportagem”. Há discussões mais frequentes acerca das histórias de vida como pauta de perfis jornalísticos, temas de livros-reportagem. Ou ainda, a publicação de biografias (em formato de livros) elaboradas por jornalistas. Porém, não identificamos leituras que dessem conta da presença de elementos biográficos nas reportagens publicadas em revistas semanais de informação.

No entanto, a ênfase nas histórias de vida em textos noticiosos é frequente, sobretudo, em coberturas de grandes acontecimentos programados como eleições e competições esportivas, onde a exposição do personagem fica atrelada ao seu desempenho no cenário em questão. Mas, as biografias também podem ser acionadas em situações inesperadas, como em casos de morte de personagens proeminentes, catástrofes, entre outros acontecimentos que suscitem além do enfoque factual, uma discussão sobre a dimensão do indivíduo para a produção de significados.

Casadei (2010) reforça essa percepção ao analisar a forma como os jornalistas trabalham com essas histórias de vida na construção dos personagens em narrativas jornalísticas de modo geral. Segundo ela, é possível encontrar construções de perfis que

utilizam dados biográficos como forma de julgar as ações ou falas dos personagens retratados. “O posicionamento do personagem nas reportagens comporta sempre um estatuto duplo: ao mesmo tempo em que se configura como uma de suas matrizes de verdade presumida, ele está também sempre sujeito ao elemento ficcional imposto pela urdidura de enredo.” (CASA DEI, 2010, p. 79).

A dimensão realista desse tipo de narrativa jornalística diz respeito ao papel do testemunho como matriz de verdade presumida, elemento chave para a prática jornalística. “O testemunho e o verdadeiro se ligam a partir da concepção de que o ato de testemunhar [...] guarda a especificidade de ser uma ação que não pode ser dada a partir da separação entre a asserção da realidade e a autonegação do sujeito que testemunha” (CASA DEI, 2010, p. 79). Além disso, a questão do testemunho também está relacionada à presença do narrador no ambiente de ocorrência do fato e no comprometimento moral deste que fala.

A dimensão ficcional da construção dos personagens na narrativa jornalística refere-se ao fato de que, para dar sentido aos dados que coleta, o jornalista pode ser levado a explorar similaridades metafóricas entre os acontecimentos reais e as estruturas de ficção (imagináveis). A “urdidura de enredo” consiste justamente na transformação dos acontecimentos em ordem cronológica temporal, caracterizando uma estória ou narrativa e conferindo outros sentidos para as interpretações (CASA DEI, 2010).

Arfuch (2010), interessada na densidade da entrevista midiática, destaca a importância de um gênero que condensa a compulsão de realidade, a autenticidade, o “ao vivo” e a presença, caracterizada pela proximidade da voz, do corpo, da pessoa. Além disso, a entrevista é pontuada pela autora como a mais antiga forma de dialogar, raciocinar e revelar uma verdade, ao mesmo tempo em que configura uma encenação da subjetividade, incursão na interioridade emocional e nos detalhes da vida cotidiana.

Ela aparecia, na dimensão sincrônica do nosso espaço biográfico, como a forma de maior ubiquidade, capaz de apresentar sob os olhos o leque completo das posições de sujeito da sociedade – “encarnado” em sujeitos reais - capaz de recorrer, em seu vaivém dialógico, todas as modulações do vivencial, da autobiografia às memórias, do diário íntimo à confissão (ARFUCH, 2010, p. 23-24).

A entrevista midiática, portanto, oferece um manancial de informações sobre vidas públicas e, ocasionalmente, sobre vidas comuns. Ao definir os tipos de entrevistas no jornalismo, Lage (2012) destaca a existência da entrevista em profundidade, centrada na figura do entrevistado, em suas impressões e representações de mundo, entre outras minúcias e aspectos de sua vida, como a atividade que desenvolve ou sua maneira de ser. Medina

(2002), por sua vez, pontua que a entrevista jornalística é uma técnica de obtenção de informações que recorre ao particular e, portanto, vale-se muitas vezes da fonte individualizada. Ao tipificar a entrevista em relação ao nível de aprofundamento, ela delimita a dimensão do biográfico no “perfil humanizado”, que tem como objetivo “mergulhar no outro para compreender seus conceitos, valores, comportamentos, histórico de vida” (Id. p. 18), sem glamourizar ou condenar a pessoa.

O perfil enquanto gênero jornalístico retrata o presente e alguns episódios marcantes da vida da pessoa. Segundo Casadei (2010, p. 83), esses eventos pontuais adquirem uma “força metonímica” na construção narrativa: “elas explicam toda uma vida e todos os atos expostos são subordinados a ela na construção dos sentidos”. Com narrativas curtas, tanto no tamanho do texto quanto na validade de algumas informações, demarcam-se cortes narrativos nos momentos em que ocorrem mudanças de cenários, tempos, contextos ou no tema das entrevistas. Os aspectos noticiosos exteriores aos personagens são suavizados ou quase eliminados, pois “o que vem à tona é o evento da entrevista, a vida do personagem, sua trajetória, seus altos e baixos, suas realizações” (VILAS BOAS, 2003, p. 11). Na reportagem, por sua vez, a vida do personagem é acionada em excertos, passagens ou fragmentos, como uma das estratégias editoriais para realçar o aspecto noticioso “pano de fundo”.

A jornalista Eliane Brum<sup>3</sup>, por exemplo, defende a reportagem que capta palavras, silêncios, hesitações, texturas e gestos, sem reduzir o mundo. Ela busca revelar o cotidiano das pessoas que não tem voz na grande mídia, explorando o lado humano de uma reportagem, por meio do rigor da pesquisa e do ofício da entrevista (o que ela chama de arte de ouvir). No texto, emprega o detalhamento de forma que o leitor imagine a cena, desloque-se no tempo e no espaço e se emocione. Em “*O olho da rua*” (2008), defende um modelo de reportagem que resiste às redações que dependem exclusivamente das novas tecnologias e nos convida a “lambuzar-nos da lama da rua”:

Eu acredito na reportagem como documento da história contemporânea, como vida contada, como testemunho. Exerço o jornalismo sentindo em cada vértebra o peso da reponsabilidade de registrar a história do presente, a história acontecendo. Por isso, exerço com rigor, em busca da precisão e com respeito à palavra exata. Mas também com a certeza de que a realidade é complexa e composta não apenas de palavras. É feita de texturas, cheiros, nuances e silêncios. Na apuração de minhas matérias, **busco dar ao leitor o máximo dessa riqueza do real, para que ele possa estar onde eu estive e fazer suas próprias escolhas.** (BRUM, 2008, p. 12, grifos nossos).

---

<sup>3</sup> Eliane Brum é jornalista, escritora e documentarista. Atualmente, escreve artigos para os jornais *El País* (português e espanhol) e *The Guardian* (inglês). Biografia completa disponível em: <http://desacontecimentos.com/biografia/>

Essa perspectiva narrativa que valoriza o indivíduo e seu ambiente é preocupação constituinte do jornalismo literário, vertente na qual se utilizam recursos de observação e redação oriundos da literatura e se experimentam narrativas sobre as pessoas e suas experiências, exigindo do repórter acurado senso de detalhe e pesquisa, além de sensibilidade para ver a natureza, o ser humano, a sociedade. Para Pena (2007a), o jornalismo literário consiste em uma atitude narrativa, pois seu conceito significa a possibilidade de potencializar os recursos do jornalismo, ultrapassar os limites dos acontecimentos cotidianos, proporcionar visões amplas da realidade, exercer plenamente a cidadania, evitar os definidores primários e, principalmente, garantir perenidade e profundidade aos relatos. Segundo Vilas Boas (2007), do ponto de vista conceitual, essas narrativas podem ser classificadas como: *temáticas* (aquelas em que há vários personagens cujas histórias pessoais ajudam a lançar luzes sobre um tema) e *biográficas* (aquelas que enfocam um sujeito e seus coadjuvantes, a exemplo dos perfis, gênero conhecido da maioria dos leitores de jornais e revistas).

No caso das revistas semanais de informação – *Veja* e *Time* – em virtude das suas especificidades e considerando o posicionamento ideológico e editorial das publicações, percebe-se certa flexibilidade para a criação de narrativas que caracterizam as histórias de vida, principalmente por meio da verificação de gestos textuais caracterizadores. As evidências do lugar do biográfico no jornalismo informativo das semanais de informação podem ser percebidas na abordagem da história de vida dos personagens; no acionamento das fontes que conferem credibilidade ao trabalho de apuração e verificação, porém transcendendo a abordagem declaratória; na atribuição de significado ao que se diz sobre o “jornalisticamente biografado”; e nos recortes temporais que ajudam a atualizar o acontecimento, criando efeitos da ordem do tempo, como projeções futuras a partir de uma retrospectiva de episódios passados.

No contexto das eleições presidenciais, as revistas permitem ao leitor experimentar a sensação de estar lendo “trechos de uma biografia” e compartilhando histórias da vida do personagem político até então desconhecidas, mesmo quando o texto da reportagem trata de informação factual (como pesquisas de intenções de votos e comparação de propostas de campanha). São esses movimentos estratégicos de significação que nos ajudam a conhecer o indivíduo humano através do texto jornalístico.

## 1.2. A biografia e os atravessamentos conceituais

O cenário do biografismo é marcado por indefinições conceituais. Ao buscarmos repostas para o questionamento – o que é uma biografia? – deparamo-nos com diversos autores e vertentes, que contribuem para a clarificação de tais incógnitas e ajudam a refletir sobre as bases da inexatidão do conceito de “biografia” e de seu diálogo com diversos campos do conhecimento. Ao revisar algumas matrizes teóricas sobre o assunto é possível identificar que a biografia pode ser apreendida como fazer historiográfico, método de pesquisa, gênero literário, entre outras definições. Começamos pela origem da palavra.

O vocábulo “biografia” aparece em francês e em outras línguas europeias no fim do século XVII, porém com outro significado diferente do que conhecemos hoje. No paradigma da biografia clássica, que cobre o período da Antiguidade ao século XVII, seria a época do registro das “Vidas”. Neste primeiro período, toma-se por unidade de medida o *bios*, isto é, o ciclo vital completo que vai do nascimento à morte, contemplando, sobretudo, aqueles que pretendiam alcançar a imortalidade. Neste processo, não é o autor que seleciona a vida a ser biografada, mas a decisão é imposta como fruto do reconhecimento coletivo (DOSSE, 2009).

Em outra perspectiva, identificamos que a biografia não se apresentava unicamente a serviço do estudo da vida de um “homem”, mas a serviço da pedagogia, como poderoso veículo de divulgação de ideias, caracterizado pela narração da vida de grandes nomes e dos sentimentos que tais exemplos podem despertar e, também, pela propagação de princípios de moral religiosa, disseminando doutrinas filosóficas e ideias políticas. Neste sentido, destaca-se a profunda e duradoura influência da Igreja sobre a biografia durante quase vinte séculos (VIANA FILHO, 1945).

No entanto, a ruptura moderna modificou as regras de eleição dos grandes homens e de escolha dos sujeitos das histórias de vida, abrindo espaço ao gênero “biografia” e, daí em diante, caracterizando a sua evolução. Entre o final do século XVII e o início do século XX, desenvolve-se a biografia histórica. No entanto, segundo Viana Filho (1945), tal abordagem limitava seus objetivos com uma expressão panegírica: ao invés de apresentar um estudo sobre a personalidade do biografado, com descrições de suas fraquezas, vacilações, vícios, grandezas, o biógrafo preocupava-se apenas em reunir uma série de feitos, mais ou menos cronológicos, que assegurassem o lugar de honra no futuro, destacando o biografado mais como estátua.

Essa abordagem considera o homem, sobretudo como personagem histórico, nas suas relações com a sociedade em que vivera, a influência exercida no curso dos acontecimentos e a maneira pela qual representara seu papel. Ocasionalmente, eram citados episódios íntimos ou anedóticos, pois o foco era mostrar como o biografado influíra nos chamados fatos históricos.

O que encanta e atrai os próprios biógrafos é conhecer a influência da ação ou do pensamento dos biografados sobre a sociedade; as reações que provocaram; as emoções que despertaram; o poder que detiveram; e a maneira pela qual o usaram [...] Esquecia-se o homem, o homem considerado como complexo de virtudes e efeitos, para, sobretudo, lembrar-se a obra por ele realizada, fosse como artista, guerreiro ou estadista [...] Maquiavel, Cromwell, Metternich, Napoleão tem os seus defensores e os seus acusadores. Estão em debate para sabermos o que fizeram, e não para os conhecermos em sua totalidade. (VIANA FILHO, 1945, p. 34-35).

Com o passar do tempo, percebe-se a necessidade de intimidade e conhecimento dos segredos da vida familiar. É quando, por fim, desenvolve-se a biografia moderna (também chamada romanceada ou literária). Fruto do relativismo e das contribuições da sociologia e da psicanálise, essa vertente possui objetivos bem diferentes, pois amplia seus horizontes, encarando o biografado como um todo, estudando e expondo os diferentes aspectos de sua personalidade. Sua finalidade é proporcionar, em traços vivos e claros, o retrato de um homem considerado sob todos os seus aspectos, rompendo as fronteiras entre o “homem público” e o “homem privado”, ou seja, interessam tanto as questões históricas a que estiver ligado o biografado, quanto os simples atos da sua vida íntima (VIANA FILHO, 1945).

Nessa perspectiva, Viana Filho (1945) destaca o que fora traçado como os novos rumos do fazer biográfico: ampliar a curiosidade em relação ao biografado, com postura menos rígida em relação aos preconceitos e mais liberta da preocupação de debater suas obras e os seus feitos, desvincilhando-se de tudo quanto considere secundário para fixar uma fisionomia. Além disso, o biógrafo deveria buscar os elementos necessários ao conhecimento da individualidade através dos mais diferentes meios ao seu alcance – a história, a crítica, a psicologia – mas, não se subordinaria exclusivamente a qualquer um deles, pois encontra a finalidade em si própria, buscando oferecer a visão de conjunto duma vida considerada na sua totalidade.

Há, no entanto, aspectos singulares do indivíduo que não deixam de dialogar com os fatos que lhe dão sentido à existência. Em alguns textos biográficos, a história de vida do sujeito pode até não ser o foco principal, e sim pretexto para outros objetivos. Os historiadores, por exemplo, atraídos pela riqueza das trajetórias individuais e ao mesmo tempo



incapazes de atingir a singularidade de um indivíduo, abordam o problema biográfico de diversas maneiras.

No âmbito das perspectivas biográficas dentro da historiografia contemporânea, Giovanni Levi (1998) defende que a biografia constitui canal de transmissão dos questionamentos e técnicas peculiares da literatura à historiografia, como as técnicas argumentativas utilizadas por historiadores. Essa influência, entretanto, suscitou problemas e questões que puseram o historiador diante de obstáculos, como a dissociação entre o personagem social e a percepção de si e, também, a percepção dos limites da biografia. Neste sentido, o autor destaca a existência de uma relação permanente e recíproca entre biografia e contexto e pontua uma tipologia dessas abordagens, que representam os novos caminhos trilhados pelos que utilizam a biografia como instrumento de conhecimento histórico e substituem a tradicional biografia linear e factual. As quatro orientações são:

- *Prosopografia<sup>4</sup> e biografia modal*: Este tipo só desperta interesse quando ilustram os comportamentos ou as aparências ligadas às condições sociais estatisticamente mais frequentes, pois não se trata de biografias verídicas, mas de uma utilização de dados biográficos para fins prosopográficos. E os elementos biográficos que constam das prosopografias só são considerados historicamente reveladores quando têm alcance geral. Essa biografia não é a de uma pessoa singular, mas a de um indivíduo que concentra todas as características de um grupo. Desse modo, enuncia-se primeiro as estruturas familiares, os mecanismos de transmissão de bens e de autoridade, as formas de estratificação e de mobilidade sociais, antes de apresentar os exemplos modais que intervêm na demonstração a título de provas empíricas.

- *Biografia e contexto*: Nesta modalidade, a biografia conserva sua especificidade, porém a época, o meio e a ambiência também são valorizados como fatores capazes de caracterizar uma atmosfera que explicaria a singularidade das trajetórias. Destaca-se ainda que o contexto remete a duas perspectivas diferentes: por um lado, a reconstituição do contexto histórico e social em que se desenrolam os acontecimentos permite compreender o que à primeira vista parece inexplicável e desconcertante, interpretando as vicissitudes biográficas à luz de um contexto que as torne possíveis e normais; por outro lado, o contexto serve para preencher as lacunas documentais por meio de comparações com outras pessoas cuja vida apresenta alguma analogia, por algum motivo, com a do personagem em foco.

---

<sup>4</sup> Segundo Lawrence Stone (2011), prosopografia é um método que tem como objetivo a investigação das características comuns do passado de um grupo de atores da história através do estudo coletivo de suas vidas, estabelecendo um universo uniforme de questões sobre nascimento e morte, casamento e família, origens sociais e posições econômicas herdadas, entre outras.

- *Biografia e os casos extremos*: Refere-se aos casos em que as biografias são utilizadas especificamente para esclarecer o contexto, que não é percebido em sua integridade e exaustividade, mas por meio de suas margens. Sob essa ótica, o contexto (ou campo) social é tratado de modo rígido, onde os autores aumentam sua liberdade de movimento, mas reduzem sua ligação com a sociedade.

- *Biografia e hermenêutica*: Perspectiva oriunda da antropologia interpretativa, sustenta-se no diálogo como base do processo cognitivo. Desse modo, o conhecimento não é resultado de uma simples descrição objetiva, mas de um processo de comunicação entre dois personagens ou duas culturas. O material biográfico, por sua vez, torna-se intrinsecamente discursivo, mas não consegue traduzir-lhe a totalidade de significados. “O que se torna significativo é o próprio ato interpretativo, isto é, o processo de transformação do texto, de atribuição de um significado a um ato biográfico que pode adquirir uma infinidade de outros significados” (LEVI, 1998, p. 178).

Ainda na perspectiva historiográfica, François Dosse (2009), denominou a biografia como um gênero difícil e impuro, em virtude da natureza imprecisa. “Exigimos dela os escrúpulos da ciência e os encantos da arte, a verdade sensível do romance e as mentiras eruditas da história” (ANDRÉ MAUROIS citado por DOSSE, 2009, p. 60). Para ele, escrever é um horizonte inacessível, mas que é estimulado pelo próprio desejo de narrar e compreender. Com o passar do tempo, a biografia agregou a intenção de verdade por parte do biógrafo, deixando para trás o discurso moral e pedagógico das virtudes. Tal aspecto situa a biografia num ponto médio entre a ficção e a realidade histórica e manifesta as convivências entre a literatura e as ciências humanas.

O caráter híbrido do gênero biográfico, a dificuldade de classificá-lo numa disciplina organizada, a pulverização entre tentações contraditórias – como a vocação romanesca, a ânsia de erudição, a insistência num discurso moral exemplar – fizeram dele um subgênero há muito sujeito à humilhação e a um déficit de reflexão. Desprezado pelo mundo sapiente das universidades, o gênero biográfico nem por isso deixou de fruir um sucesso público jamais desmentido, a atestar que ele responde a um desejo que ignora os modismos. (DOSSE, 2009, p. 13)

Apesar da tensão existente, até então, entre o biográfico e o histórico, principalmente em termos de objetividade científica, indica-se uma mudança desde o início dos anos 1980. As ciências humanas em geral e os historiadores redescobriram as virtudes do gênero, configurando um cenário marcado por uma “explosão biográfica”, que se apossa dos autores e do público, num acesso de febre coletiva. A produção se diversificou e expandiu, não só na lista dos livros mais vendidos das livrarias, como nas variadas expressões midiáticas (cinema, televisão, impressos, etc.). De acordo com Dosse (2009), as biografias nascem da rotina, mas

depois se nutrem das aquisições da história erudita e do conjunto das ciências humanas, tornando-se fontes de inovação. Assim, o que as desqualificava passa a ser um trunfo. Tornam-se possíveis a prática de estudos transversais e o diálogo entre universos de interpretação diferentes.

Neste sentido, Dosse (2009) situou um ponto de interseção entre o fazer jornalístico e o ofício do historiador. Ele destaca as tensões próprias ao caráter híbrido da escrita biográfica fixada entre jornalismo e história, a partir da experiência de Jean Lacouture, jornalista, historiador exaltado por seus pares e consagrado profissional da biografia que agrega as regras específicas do universo jornalístico e a exigência de verdade do campo historiográfico. Entre as temáticas recorrentes, Lacouture retratou os “homens de ação” ou figuras heroicas (a exemplo de líderes do Terceiro Mundo). Ao desenvolver uma tipologia dos líderes, ele se afasta do horizonte jornalístico e investe na densidade temporal e em temas ligados à sua sensibilidade pessoal. “É a certidão de nascimento de um novo tipo de biografia, distante do mero retrato e exaustiva” (DOSSE, 2009, p. 117).

De modo geral, os vínculos entre jornalismo e história eram vistos com indisfarçável suspeita. A imprensa e os pesquisadores “imediatistas” eram acusados de escancarar a porta dos arquivos. Segundo Dosse (2009), a postura de Lacouture consistia justamente na mescla da ação jornalística com a instantaneidade e a objetivação do historiador, equilibrando os dois métodos de investigação. “Entre história e ficção, jornalismo e história, o fato de captar mil e um desvios da existência humana é a seara do biógrafo, que extrai o mel de todos os traços à sua disposição a fim de responder ao enigma colocado pelo sentido da vida” (DOSSE, 2009, p. 122).

No limiar das reflexões mais específicas sobre a biografia e o jornalismo, encontramos em Vilas Boas (2002; 2008) algumas considerações sobre os desafios de contar histórias de vida, seja em narrativas longas (livros) ou curtas (textos de jornais e revistas). Ele enquadra a biografia como gênero literário de não-ficção, que deve proporcionar a descrição detalhada de uma existência, através de uma narrativa que intercambia metodologia e saberes distintos em sua prática e, portanto, denomina como “biografismo” o ofício de escrever vidas, na qual a historiografia, a literatura e o jornalismo constituem fontes indispensáveis para compreender o fazer biográfico. Para o autor, os intercâmbios entre as várias áreas podem contribuir para o conhecimento do indivíduo humano e para as possibilidades de retratá-lo usando a palavra escrita, ou seja, se a História está ocupada, entre outras questões, com a interpretação acerca do “ontem”, o Jornalismo, em sua epistemologia, também apresenta um

conjunto de técnicas, conceitos e princípios que norteiam a escrita sobre o que aconteceu, ou seja, sobre o mesmo “ontem”, recente ou longínquo.

Há, porém, outro aspecto a ser realçado: as fragilidades do cenário de estudos acerca da biografia no âmbito das pesquisas em jornalismo. Por um lado, as contribuições de Vilas Boas denotam a ideia de ingenuidade do fazer biográfico por meio do jornalismo, sem aprofundar em conceitos e questões mais densas que permeiam esta seara reflexiva. O autor apresenta marcas do biográfico e elementos que caracterizam sua presença, porém não trata das consequências e efeitos desses acionamentos no texto jornalístico, como a questão da temporalidade, do jornalismo como agente de memória e a multiplicidade de imaginários e sentidos gerados pelo biográfico. Por outro lado, os estudos existentes são restritos em relação ao alcance, sem necessariamente tratar do jornalismo informativo: há trabalhos que privilegiam a autoria dos livros biográficos e a problemática em torno de jornalistas-biógrafos (SCHIMDT, 1997; FONSECA e VIEIRA, 2011), assim como também é possível identificar uma discussão sobre o exercício da escrita sobre histórias de vida em lugares tradicionais no jornalismo, como os perfis, a partir das técnicas de jornalismo literário (PENA, 2004; PEREIRA LIMA, 2004).

No entanto, há atravessamentos conceituais de abordagem crítica que descortinam o fazer biográfico a partir de um universo mais amplo. Uma delas é a questão da “ingenuidade” do jornalista que assume a empreitada de reconstrução da trajetória de uma vida crendo ser possível realizá-la na íntegra. Dosse (2009, p. 121) parafraseando Lacouture, já reforçara que o horizonte indefinido da totalidade escapa inexoravelmente, mas fomenta o desejo do biógrafo: “No campo da biografia não podemos, é claro, saber ‘tudo’ a respeito de uma pessoa nem dizer ‘tudo’. Uma vida nos agarra e nos escorre por todos os poros, por todas as veias”.

Bruck (2011) apresenta-nos a reflexão sobre essa ingenuidade ao analisar biografias que sugerem uma natureza jornalística, em virtude das características de seu modo produtivo que permitem uma associação com os protocolos, valores e procedimentos jornalísticos. Para o autor, a biografia é resultado de tensões. Essa assertiva está assentada na diferenciação entre os biógrafos ingênuos e os biógrafos críticos, apresentada por Bakhtin (2011). O biógrafo ingênuo é assim descrito por não ultrapassar os limites do mundo do outro (a alteridade é um universo isolado). Esse perfil pressupõe um ativismo bondoso, passivo, sem crises e confrontações. O biógrafo crítico, por sua vez, reconhece que o mundo da biografia não é fechado, concluído e que não está isolado dos acontecimentos externos. Ao contrário, a biografia está integrada ao mundo da alteridade (ao clã, à nação, ao Estado, à cultura). Na abordagem crítica, a biografia não fornece o todo da personagem.

Nesse sentido, esta pesquisa preocupa-se em refletir sobre a existência de uma dimensão de ingenuidade no fazer jornalístico das revistas semanais de informação que cotejam as marcas do biográfico. Segundo Bruck (2011), a ingenuidade biográfica está caracterizada na forma como o jornalista se relaciona com a informação (indicada na aproximação e envolvimento com os elementos biográficos apurados), assim como na forma de mediação do real (na escolha de uma narrativa linear para explicar o curso de uma vida). Essa postura pode incorrer em rotulações a respeito do biografado:

Operações de sentido que, ao mesmo tempo em que podem reforçar imaginários estandardizados que foram construídos coletivamente com e pela própria mídia com o passar das décadas, acabam, também, muitas vezes, por negar-lhe a consideração das variações, rupturas, retornos e desvios comuns e inerentes à existência humana. A trajetória do biografado é observada, externa e posteriormente, como se a vida de qualquer pessoa pudesse ter mesmo uma sequência monolítica, regular e coerente (BRUCK, 2011, p. 3).

A coerência e a linearidade do texto biográfico, portanto, são refutadas em nome de uma postura crítica que transcende a visão ingênua de reconstrução da trajetória de vida. De acordo com Bruck (2011), os jornalistas se comprometem a oferecer ao leitor uma “verdade biográfica” (sintética, inclusive), apoiando-se em técnicas e processos de apuração inerentes à profissão. Muitas vezes, o caminho escolhido tem a ambição de recuperar e narrar de forma detalhada a trajetória de uma vida. No entanto, essa estratégia pode ser uma armadilha.

É nesse sentido, que podemos estabelecer uma conexão entre a formulação bakhtiniana de “ingenuidade biográfica” e o conceito de “ilusão biográfica”, de Pierre Bourdieu, que também é uma crítica a essa vida organizada segundo uma ordem cronológica e linear, imbuída de sentido artificial. Para Bourdieu (1998, p. 185), “produzir uma história de vida, tratar a vida como história, isto é, como o relato coerente de uma sequência de acontecimentos com significado e direção, talvez seja conformar-se com uma ilusão retórica”. Ou ainda, em consonância com Bruck (2011), a vida seria um caminho a ser seguido com um percurso orientado, com começo (que tem uma estreia na vida), meio (etapas) e fim (seja com sentido de término ou finalidade).

Essa representação comum da existência, de tradição literária, ignora a noção de trajetória como uma série de posições ocupadas por um mesmo indivíduo, sujeito a colocações e deslocamentos no espaço social. Bourdieu (1998), portanto, constata a ideia de que a vida constitui um todo e que são os mecanismos sociais (sujeitos a movimentos diversos) que favorecem a experiência comum da vida como unidade e como totalidade. “Sem dúvida, a ânsia de dar sentido, de refletir a heterogeneidade e a contingência de uma vida para

criar uma unidade significativa e coerente traz em si boa dose de engodo e ilusão” (DOSSE, 2009, p. 14).

Tratamos nesta pesquisa do fazer jornalístico e dos traços biográficos acionados no texto das revistas semanais de informação. As indefinições e os atravessamentos conceituais, pontuados no âmbito da discussão sobre a biografia, tem como objetivo estabelecer um ponto de partida para pensar outras questões na seara do jornalismo, principalmente na cobertura das eleições presidenciais, período efervescente de discussão do biográfico. Entre as inquietações possíveis, suspeitamos que o jornalista também incorra nessa “ilusão” de reportar “verdades biográficas”, porém nem sempre tão ingênua, considerando os interesses editoriais e políticos das revistas, que perpassam a construção textual. Sob essa perspectiva, o jornalista empreende a reconstrução biográfica a partir da seleção de fragmentos de vida, condensando-os como acontecimentos simbólicos e revestidos de sentidos.

### **1.3. O texto jornalístico em revista, as marcas e os efeitos do biográfico**

Vimos até então que o ato de biografar pode apresentar-se, entre outras formas (ficcional, literária, histórica), por meio da narrativa jornalística, como ocorre em perfis e reportagens. A cobertura das revistas ao longo do ano eleitoral, por exemplo, procura superar o imediatismo característico à atividade jornalística (ligado aos temas factuais como resultados de pesquisas de opinião) e adentra, em certa medida, num processo de aprofundamento interpretativo em relação ao personagem político, fornecendo informações biográficas em fragmentos, sem a pretensão da narrativa dos livros.

Tal postura editorial é fruto do próprio cenário eleitoral que sugere questionamentos e debates acerca da história de vida dos personagens políticos concorrentes, principalmente quando se trata do cargo presidencial. No caso do Brasil e dos Estados Unidos, a emergência de líderes políticos como símbolo de popularidade fomentou na imprensa mundial uma ampla discussão sobre as expectativas e consequências sociais, políticas e econômicas diante da nomeação do chefe de Estado, à época da disputa presidencial em cada um dos países. Esse fervor discursivo foi ampliado pelo ineditismo da vitória e pela peculiaridade em relação à trajetória dos líderes políticos em questão – Luís Inácio Lula da Silva e Barack Obama.

Desse modo, um dos objetivos centrais desta pesquisa é compreender como as reportagens de *Veja* e *Time* se valem de recursos biográficos, na cobertura do ano eleitoral,

para uma valorização do indivíduo na narrativa jornalística. Mas, que fragmentos de vida constituem o escopo da unidade biográfica? E, como identificá-los na teia textual (verbo-visual) das revistas? Ao identificar as marcas do biográfico, presentes no texto jornalístico em revista, pretende-se compreender quem são os personagens Lula e Obama que as revistas reconstroem e os sentidos possíveis gerados a partir do gesto textual das revistas.

Para Casadei (2010), a construção do personagem no jornalismo pressupõe como subsídio teórico uma matriz de verdade presumida e o cruzamento com a imaginação. A questão da verdade está relacionada ao papel do testemunho, elemento comum presente nas falas acionadas no discurso jornalístico. Essa relação de verdade presumida e confiável, conferida pelo testemunho é estabelecida por meio da afirmação do acontecimento relatado e pela certificação da declaração concedida. Mouillaud e Tétu (2013), por sua vez, defendem que o jornalismo faz acreditar que ele reproduz a realidade por meio da descrição (considerada por eles a memória da narrativa) e de procedimentos de autenticação, como a redundância (repetição da mesma informação no título, no lead, no corpo do texto, nas ilustrações e em sua legenda), o retardo do sentido (o texto está organizado em torno de uma série de pontos de vista, atrasando o significado e produzindo um suspense) e através das relações de temporalidade (asseguram a coerência ligando o presente ao passado e ao futuro).

A questão da imaginação e os sentidos atribuídos aos dados coletados são explorados pelo jornalista por meio de movimentos narrativos que mesclam o conjunto de acontecimentos reais e as estruturas de ficção. De acordo com Mouillaud e Tétu (2013), na busca pelo “realismo biográfico”, alguns artifícios ficcionais podem contribuir para a representação do personagem no texto jornalístico e o preenchimento da trama. Entre eles, destaca-se o debate sobre as qualidades morais e intelectuais, as motivações psicológicas do indivíduo (vontade, fé, ambição), descrição da aparência física e do caráter (transformando realizações em consequências), além do uso do léxico e da combinação de figuras de linguagem como as metáforas e metonímias.

Tais movimentos narrativos reforçam os atos de intencionalidade que caracterizam o perfil editorial da revista. A própria escolha dos acontecimentos biográficos-chave pode determinar diferentes significados para a vida que está sendo reconstruída na reportagem das revistas. Nesse sentido, o modo de contar a vida de personalidades públicas pode ser bastante diverso, dependendo do viés ou enredo proposto pela reportagem e do tipo de discurso (editorial) que se quer respaldar. “Mostrar detalhes significativos da vida de pessoas conhecidas (em detrimento de outras relações possíveis) é um modo de dar ao texto uma

determinada direção” (CASADEI, 2010, p. 88). As singularidades, portanto, estão subordinadas umas às outras na construção de sentidos.

Além disso, um personagem também pode ser definido pelo modo como se relaciona com os demais personagens ou com as demais partes que compõem o texto. Do ponto de vista da relação de temporalidade, um personagem não se define apenas pela posição ocupada no tempo presente, mas em diálogo com seus atos do passado, estabelecendo um jogo de vinculações, tensões e significações que se refletem em projeções futuras.

Nas narrativas jornalísticas, essas relações podem ser alinhavadas de diversas formas. Os dados biográficos presentes e passados aparecem como elementos que contribuem para o estabelecimento desses jogos de oposição e solidariedade que marcam o lugar que uma determinada personagem assume no contexto global da estória. A relação entre o passado e o presente biográfico ajuda a eliminar o papel daquele personagem dentro do que está sendo contado e engendra, assim, determinadas valorações ligadas ao julgamento de uma determinada ação ou de um determinado testemunho, por exemplo (CASADEI, 2010, p. 88).

Assim, podemos dizer que todos os movimentos narrativos e elementos (biográficos ou não) que constituem a teia textual das revistas contribuem para o estabelecimento de um “efeito de real” em torno do que é contado. “O realismo é o modo de significação da informação, ou seja, o modo prioritário de autenticação do sentido” (MOUILLAUD e TÉTU, 2013, p. 92). O conceito formulado por Barthes (1984) se aplica a obras e instituições baseadas na necessidade incessante de autenticar o real, a exemplo da fotografia (que consiste no testemunho de presença) e da reportagem.

Para ele, a estrutura geral da narrativa surge como substancialmente predicativa, pois tudo é significante. Ou seja, os elementos acionados possuem valor simbólico e elevam o custo da informação narrativa. “Pode-se dizer que em cada articulação do sintagma narrativo alguém diz ao herói (ou ao leitor, pouco importa): se age de determinada maneira, se escolhe determinada parte da alternativa, eis o que irá obter”. (Id. p.89). O “efeito de real” é produzido pela carência do significado em proveito do referente, que por sua vez, transforma-se no próprio significante:

[...] o real tem a reputação de se bastar a si próprio, que é suficientemente forte para desmentir qualquer ideia de função, que a sua enunciação não tem necessidade nenhuma de se integrada numa estrutura e que o “ter estado lá” das coisas é um princípio suficiente da palavra (BARTHES, 1984, p. 94).

Na empreitada de reconstrução das trajetórias de vida dos personagens políticos, o jornalismo, portanto, autentica o real (ou efetua uma ilusão referencial do real), entre outras formas, através do acionamento de elementos biográficos. “[...] no próprio momento em que



se considera que estes pormenores denotam diretamente o real, o que fazem realmente, sem que seja dito, é significá-lo” (BARTHES, 1984, p. 95). Como lembram Mouillaud e Tétu (2013), o “efeito de real” é também um “efeito de texto” e uma proposição ideológica que revela um reflexo, uma imagem mental (situada no campo do imaginário coletivo) sobre a realidade, mediada por um código sócio-cultural.

Neste sentido, estruturamos essa reflexão em torno de dois pontos argumentativos: primeiro, pontuamos alguns elementos temáticos que auxiliarão a identificar os vestígios ou as marcas do biográfico no texto das revistas; em seguida, refletimos sobre os efeitos dos acionamentos biográficos no texto jornalístico, considerando as relações de temporalidades que se estabelecem a partir do gesto narrativo e pensando no jornalismo como um agente de memória do processo biográfico.

### *As marcas do biográfico*

O diálogo interdisciplinar auxilia a compreender a dinâmica dos gestos textuais no jornalismo que dão conta de detalhes significativos da vida de um personagem. Arfuch (2010) fala que entre as marcas possíveis de uma biografia estão os rituais da pesquisa. Neste sentido, buscamos nas reportagens de *Veja* e *Time* os vestígios do universo biográfico de Lula e Obama se valendo da noção de certos elementos que constituem a unidade biográfica.

Segundo Vilas Boas (2008), três elementos temáticos são recorrentes na composição do enredo das narrativas biográficas: os aspectos referentes à descendência do personagem, os acontecimentos determinados pelo destino e a ênfase demasiada nos atributos do indivíduo em questão. O primeiro argumento, referente às linhas de parentesco, é um item passível de questionamentos em decorrência do risco de atribuir marcas de hereditariedade ao caráter de uma pessoa. Vilas Boas (2008) busca compreender porque algumas narrativas recorrem aos ancestrais (pais, avós ou bisavós) para explicar traços pessoais de seus biografados, construindo assertivas que enfatizam relações de causa e efeito das influências genealógicas ou justificam a origem de determinadas características do indivíduo. No entanto, ele critica essas formulações rasas onde o biógrafo não contextualiza nem explica suas hipóteses sobre as origens consanguíneas e, também, desaprova a percepção “linear-evolutiva-cronológica” utilizada para tratar da reconstrução genealógica. A partir desse recurso, os biógrafos tentam

explicar que temperamentos, atitudes, entre outras expressões são moldadas através das gerações.

Na mesma perspectiva crítica, o psicólogo e analista junguiano, James Hillman (2001), alerta-nos sobre a questão da “falácia parental”: uma das fantasias de nossa civilização contemporânea é justamente a premissa de que somos filhos de nossos pais e que o instrumento básico do nosso destino é o comportamento do nosso pai e da nossa mãe. Isto é, seríamos essencialmente o resultado na maneira como nossos pais nos criam e, como tal, vítimas do que aconteceu no passado e deixou marcas indeléveis. O texto biográfico, por exemplo, recorre com frequência à figura materna com o intuito de mostrá-la como agente do destino por trás de homens e mulheres publicamente conhecidos. Para o autor, os biógrafos tendem a dar uma grandeza mítica à mãe, confundindo o poder de sua imagem arquetípica com os “chamados íntimos” do indivíduo (e seu livre arbítrio), destacando-a como elemento determinante do destino.

[...] atrás de cada mulher que dá a luz e cuida de um ser está a grande mãe universal, sustentando o universo deste sistema de crenças que estou chamando de falácia parental, que nos mantém ligados a ela. Ela aparece sob a forma de nossa mãe pessoal, e é tão má quanto boa. Sufocando, nutrindo, castigando, devorando, dando continuidade, obsessiva, histérica, morosa, leal, complacente – tenha ela o caráter que tiver [...] (HILLMAN, 2001, p. 80).

No geral, a maioria dos biografados tem uma genealogia que termina na figura da mãe e do pai, ou em alguns casos, apenas na mãe em virtude da ausência do pai. Nesse caso, a figura paterna representa a ligação da família com o que “está lá fora”. Segundo Hillman (2001), durante muitos séculos os pais estiveram longe de casa por várias razões (em campanhas militares, como viajantes, prisioneiros, mensageiros, operários, etc.), reforçando a figura do pai ausente e a fantasia da falácia. Em contrapartida, também existe a imagem convencional de pai: um homem que trabalha durante o dia, volta para casa à noite, provendo e cuidando da família, com tempo para dedicar aos filhos.

A crítica que os autores apresentam a esse recurso de reconstrução genealógica, contudo, não sugere o descarte das figuras do pai e da mãe. Mas, condenam as formas como os ancestrais são convocados nos textos biográficos para determinar a existência de uma personalidade, seja como mero produto do passado, consequência de uma herança parental ou como simples registro de existência. Para Hillman (2001) cada pessoa tem uma singularidade para ser vivida. São os chamados íntimos ou a vocação pessoal, que não se conectam com cordões umbilicais ou inconscientes coletivos. Vilas Boas (2008), por sua vez, defende uma

narrativa que além de valorizar os familiares, o meio e as condições históricas, considere o indivíduo como agente da sua história.

O segundo tema recorrente nas narrativas biográficas se refere aos acontecimentos determinados pelo destino (fatalismo), sem que nada possa modificar seu rumo. Segundo Vilas Boas (2008), em narrativas biográficas contemporâneas, a ferramenta utilizada para realçar o fatalismo é justamente a ênfase em várias qualidades que colocam o biografado (e sua existência) em função de sua obra ou carreira. A construção da personalidade de um “revolucionário”, por exemplo, se dá a partir da recomposição de fatos e eventos e das circunstâncias que moldam o “herói” em uma narrativa que pode apresentá-lo como um predestinado.

Na mesma perspectiva crítica do item temático anterior, Vilas Boas (2008) condena o excesso de contexto histórico e detalhes sobre conjunturas políticas e econômicas, que desfocam os episódios biográficos ao invés de realçá-los, gerando um esvaziamento do ser humano e transformando o protagonista em mero coadjuvante. Ou seja, para ele, o fatalismo é resultante justamente desse desequilíbrio entre o que é exterior (o contexto histórico e social) e o individual (atributos do ser). Para Levi (1998), por sua vez, trata-se de um problema de escala e ponto de vista, pois se a ênfase recai sobre o destino de um personagem – e não sobre a totalidade do contexto – a fim de interpretar a rede de relações externas na qual ele se insere, é possível conceber de outro modo o funcionamento das normas sociais, indagando mais sobre a amplitude da liberdade de escolha.

O terceiro item temático referente ao universo biográfico, que constitui argumento de crítica, diz respeito à ênfase demasiada nos atributos do indivíduo. O personagem cuja descrição sugere uma genialidade, por exemplo, pode induzir a compreensão de que ele “venceu” porque tinha todas as qualidades para tal empreitada. No entanto, conforme sugere Vilas Boas (2008), vários fatores coadjuvantes influem no desenrolar de uma vida, considerando seus avanços e retrocessos: a mentalidade e cultura da época, as condições socioeconômicas, o grau de persistência, o apoio de pessoas próximas, a autoestima, entre outros.

Essa condição de excepcionalidade atribuída a certos indivíduos também nos remete à discussão sobre a dimensão mítica e a dimensão de heroificação que alguns personagens podem adquirir ao longo de sua existência. Para Vilas Boas (2008), essa caracterização da figura do herói apresenta relação direta com um problema que afeta atualmente o biografismo: todo o sentido reside no indivíduo, ou seja, visualizam-se apenas os biografados em termos de carreiras/trabalho, sugerindo as realizações concretas do indivíduo. A crítica do autor,

portanto, diz respeito à necessidade de mais criatividade para as narrativas biográficas, para que elas possam valorizar também as indeterminações, os condicionamentos, as possibilidades, hesitações, reviravoltas e contradições expressas na vida do ser humano.

Reconhecemos que o jornalismo, ao seu modo, contribui com a expressão do biográfico, não apenas com as técnicas de narrar, mas também no modo de pesquisar, de buscar as circunstâncias e vice-versa. Neste sentido, buscamos compreender o gesto textual que as revistas *Veja* e *Time* empreendem ao articular os acionamentos biográficos de Lula e Obama no texto das reportagens e, por conseguinte, refletimos sobre os efeitos e sentidos construídos a partir desses gestos.

Nos capítulos de análise, observaremos alguns elementos que podem caracterizar a unidade biográfica dos dois personagens. Entre eles, verificamos os percursos realçados da *história de vida*<sup>5</sup> (fragmentos e experiências vividos pelo personagem político, na forma de episódios significativos que fazem a interseção entre a vida individual, familiar e o contexto social), os elementos que constituem a *identidade familiar* (genealogia do personagem, seja origem étnica, tradições, costumes, lugares, relações parentais que caracterizam sua origem), os *traços de personalidade* (aspectos pessoais acionados com sentido de causa e efeito) e a *jornada* (caminho percorrido, antes e ao longo da campanha eleitoral). Por fim, observaremos os acionamentos que configuram um *marco histórico* (o personagem, seus feitos e as rupturas que provoca na sociedade, na política) e os *traços de época* (ênfase na comparação com certas conjunturas ou outros personagens políticos ou atores sociais proeminentes).

### ***Os efeitos do biográfico: temporalidade, memória e imaginários***

O jornalismo é uma das instâncias midiáticas de grande importância no jogo político e eleitoral, pois promove e fomenta o debate político sobre a disputa presidencial seja em âmbito nacional, como internacional. Por um lado, o contexto eleitoral favorece uma cobertura jornalística que traz à tona acontecimentos particulares da vida dos candidatos na tentativa de articular experiências e expectativas. Por outro, o jornalismo atua como agente de memória, na medida em que também aciona fatos passados da própria história política do país.

---

<sup>5</sup> No capítulo metodológico, retomamos esses elementos ao explicar sobre a categorização empregada ao corpus e aprofundamos a dinâmica da análise.

Assim, os diversos dispositivos<sup>6</sup> jornalísticos fazem circular múltiplas narrativas, em diferentes plataformas e linguagens, que podem gerar sentidos diversos e consequentes efeitos que podem reverberar na disputa eleitoral. As revistas semanais de informação cumprem essa tarefa de debate e registro de memória. Os textos impressos relatam acontecimentos em âmbito factual, mas também contam e remontam histórias de vida que transpassam a linearidade cronológica do olhar temporal ao qual estamos condicionados, utilizando enunciados, imagens, cores, entre tantos outros recursos verbais e visuais.

Assim, ao pensar a forma como o passado biográfico de Lula e Obama é acionado no texto das revistas semanais de informação somos levados a discutir impreterivelmente os conceitos de *tempo* e *memória* no limiar da história que o jornalismo ajuda a tecer, assim como contribui para a cristalização da imagem de certos acontecimentos simbólicos. Buscamos compreender como o jornalismo articula as relações de temporalidade partindo de sua dimensão urgente de presente e rompendo as barreiras de passado e futuro, por meio de operações narrativas. “O jornalismo é a prática de oferecer cotidianamente uma profusão de marcações temporais – seja para dizer o que é passado, seja para dizer o que é presente ou para indicar com que sonhos se devem sonhar o futuro” (MATHEUS, 2011, p. 219).

No biografismo, a questão da temporalidade é vista como limitação narrativa e filosófica. Uma das críticas em relação ao fazer biográfico recai justamente sobre a dificuldade para romper com a perspectiva linear e cronológica para narrar os fatos, ou seja, a história de vida é tratada muitas vezes como uma progressão de acontecimentos que vai do nascimento à morte. Segundo Vilas Boas (2008), autores contra a narrativa linear e cronológica defendem estratégias que permitam um texto livre da abordagem rígida de calendários. Entre elas, o uso do *flashback* ou o emprego de instrumentos que dão força narrativa à ficção, como saltos da infância à maturidade, visões do futuro e incursões no passado. Trata-se de recriar a biografia de qualquer indivíduo partindo de um passado total e não apenas do calendário mecânico.

Neste sentido, a narrativa biográfica tende a apresentar algumas características no manejo da temporalidade: mudança no sentido de flecha para espiral; o tempo poderá ir e vir, desde que o biógrafo teça seus enredos; desvio do cenário contextual construído com fontes

---

<sup>6</sup> Reconhecemos a vasta discussão em torno da noção de “dispositivo” (AGAMBEN, 2009; FOUCAULT, 2009; DELEUZE, 1996) e das apropriações em âmbito dos estudos em comunicação. Porém, para fins desta pesquisa, compreendemos o conceito a partir da reflexão de Charaudeau (2010), que considera o dispositivo como o ambiente físico da mensagem ou ato de comunicação. Segundo essa perspectiva, o dispositivo formata a mensagem, impondo-lhe restrições de acordo com suas características e dos recursos tecnológicos disponíveis, contribuindo para a atribuição de sentidos. A imprensa escrita, especialmente as revistas *Veja* e *Time*, é aqui entendida, portanto, como um dispositivo jornalístico que possui características próprias, em termos de materialidade, representações de tempo, espaço, condições de produção e recepção.

estáticas e encontra um equilíbrio entre os documentos e as lembranças; uso de “episódios”, construídos em pequenos intervalos de tempo, sem a rigidez cronológica, mas que evidencie as quatro dimensões do tempo e dos espaços narrativos – dimensão física, dimensão psicológica individual e coletiva, dimensão do contexto e dimensão imprevista (VILAS BOAS, 2008).

A cultura jornalística, por sua vez, possui uma maneira própria de agir, falar e ver o mundo. Da mesma forma, os jornalistas têm uma maneira própria de sentir e experimentar o tempo em diversas circunstâncias que perpassam o processo produtivo: seja através dos preceitos que determinam o “novo” e “atual”, seja na corrida frenética pelo furo jornalístico em tempos instantaneidade, ou ainda, em virtude dos meios de apuração e da natureza do dispositivo (impresso, televisivo, radiofônico, digital), e, por fim, por meio dos mais variados formatos textuais verbo-visuais possíveis.

A noção de tempo indicada como parâmetro jornalístico e as relações da temporalidade articuladas no texto jornalístico são discussões distintas, porém, em certa medida, uma pode ser resultante da outra. A notícia, em si, é um recorte no espaço e no tempo em relação a processos sociais mais amplos e os limites desse recorte são estabelecidos por perspectivas diferenciadas de jornalismo. No contexto de produção das notícias, a ideia de “atualidade” é um dos fundamentos temporais da atividade jornalística, que se constrói e se consolida numa prática para afirmar a relação de identidade temporal entre o evento e o relato produzido sobre ele – mesmo que esta promessa não seja exatamente cumprida (FRANCISCATO, 2005).

A construção da notícia como recorte, com uma marcação temporal, demarca um sentido de início-fim do evento (ou acontecimento), além de sua localização num contexto temporal que é referência para seu público-leitor. Segundo Franciscato (2005), esse movimento consiste na “fragmentação discursiva dos eventos” e é determinado por princípios e valores da instituição jornalística e viabilizado por ferramentas que conferem à notícia um sentido de completude temporal.

Essa fragmentação, por sua vez, nos faz pensar em Hartog (2013) e seu debate sobre os “regimes de historicidade”. Em síntese, o termo “historicidade” expressa a maneira como um indivíduo ou uma coletividade se instaura e se desenvolve no tempo, seja como artefato para esclarecer a biografia de um personagem histórico ou a de um homem comum, ou ainda atravessar uma grande obra literária, como também questionar a arquitetura de uma cidade ou comparar a relação com o tempo das diferentes sociedades. O regime de historicidade, portanto, é o instrumento que ajuda a criar um desprendimento do presente, um

distanciamento, para melhor ver o próximo. É também “uma maneira de engrenar passado, presente e futuro ou de compor um misto das três categorias” (HARTOG, 2013, p. 11).

Esse regime de “presentismo”, segundo Hartog (2013), é fruto da tirania do instante e da estagnação de um presente perpétuo. Para Antunes (2007), a matriz do presentismo pode estar relacionada à diminuição do sentido histórico em favor do horizonte restrito ao tempo presente. No jornalismo, estaria relacionado ao “tempo real”, associando a temporalidade ao relato noticioso, situado na relação entre presente e atualidade:

Ao invés de operar como um critério que ao mesmo tempo permite selecionar e singularizar elementos relevantes dos fatos relatados, a temporalidade é tomada como um mero dispositivo de ativação da atualidade na notícia pela sua equivalência com o presente histórico (ANTUNES, 2007, p. 4).

Cabe destacar que esse “presente fabricado” revela a vinculação entre o ambiente midiático ao trabalho de agentes (jornalistas) que partilham saberes, crenças e modos de interpretação do mundo social no processo de produção das notícias. “Trata-se de um presente sobrecarregado por, ao mesmo tempo, recolher e alimentar uma avalanche de acontecimentos que organiza o universo dos agentes sociais, saturar a experiência social de ‘eventos presentes’” (ANTUNES, 2007, p. 6).

Então, como se dá a experiência do tempo no texto impresso das revistas semanais de informação? Ao pensar na estrutura narrativa das reportagens de revistas informativas, é possível perceber modos particulares de articulação dessa marcação temporal. Se o fator temporal é um elemento constituinte da notícia, os “recortes temporais” ajudam a atualizar o acontecimento, criando efeitos da ordem do tempo. No caso da cobertura jornalística informativa que apresentam histórias de vida, esse manejo temporal em relação ao parâmetro da atualidade fica bem evidente.

Embora tenha sempre o factual como ponto de partida ou fator motivador da reportagem, os resgates temporais em relação aos elementos biográficos se materializam, num vai-e-vem de episódios e recortes da vida do personagem em destaque, que agregam sentido ao entendimento do acontecimento. Casadei (2010) refere-se a esse processo como uma vinculação de dados biográficos presentes e passados. Mouillaud e Tétu (2013), por sua vez, explicam que é justamente o desvio temporal que dá sentido à narrativa jornalística que visa a reconstrução das histórias de vida. “O contraste entre o futuro político brilhante e um passado menos espetacular é o principal eixo da biografia” (Id. p. 93).

Nesta pesquisa, pontuamos que apesar de trajetórias biográficas, políticas e contextos sociais divergentes, o ponto de intersecção entre Lula e Obama é justamente o debate em

torno da imagem que representam para suas nações de origem e para o mundo, seja em termos de “experiência” de vida como também em termos de “expectativa” para as relações internacionais. As duas expressões fazem referência às categorias históricas “espaço de experiência” e “horizonte de expectativa”, destacadas por Koselleck (2006). Trata-se de categorias formais do conhecimento capazes de fundamentar a possibilidade de uma história, não as histórias mesmas. Com isso, compreendemos que todas as histórias foram constituídas pelas experiências vividas e pelas expectativas das pessoas que atuam ou que sofrem.

Em termos semânticos, o par de conceitos “experiência” e “expectativa” estão estreitamente relacionados entre si, embora não constituam imagens recíprocas. Eles não propõem uma alternativa, não se pode ter um sem o outro: “não há expectativa sem experiência, não há experiência sem expectativa” (KOSELLECK, 2006, p. 307). Além disso, as duas categorias são constitutivas da história e de seu conhecimento, produzindo uma relação interna entre passado e futuro, hoje e amanhã. Em suma, são categorias adequadas para compreender o tempo histórico, pois enriquecidas em seu contexto, elas dirigem as ações concretas no movimento social e político e remetem à temporalidade do homem (KOSELLECK, 2006).

Em experiência analítica anterior, as duas categorias foram utilizadas como ponto de partida para o manuseio das reportagens e observação de como os aspectos biográficos são convocados nas revistas *Veja* e *The Economist*, na cobertura da vitória eleitoral (TAVARES, 2012<sup>7</sup>). Constatou-se que as duas semanais seguem um roteiro argumentativo que privilegia o enfoque de determinados aspectos biográficos de Lula e Obama, numa constante alusão temporal “passado-futuro”, mais que o viés “presente-passado”. Entretanto, a forma de convocar os elementos biográficos dos personagens é peculiar à linha editorial e ao público alvo de cada revista.

No caso da cobertura da vitória de Barack Obama, nas duas revistas, os aspectos históricos reforçam o ineditismo e as peculiaridades que permeiam o universo simbólico das eleições nos Estados Unidos e os impactos do resultado em nível mundial. E a vitória como elemento factual é o permanente fio condutor que sustenta o discurso das reportagens. No caso da vitória de Lula, *The Economist* apresenta certo equilíbrio no uso da temporalidade na construção discursiva (inicia com marcações futuras (expectativas), resgata o passado (experiência), sem perder o foco do factual (presente), que são as eleições por vir). *Veja*,

---

<sup>7</sup> O artigo “Lula e Obama em fragmentos biográficos temporalizados: a vitória presidencial sob o olhar de *Veja* e *The Economist*”, foi apresentado durante o 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e teve como objetivo a experimentação de um exercício analítico preliminar para verificar a presença dos acionamentos biográficos na cobertura das revistas.



reforça a ruptura histórica que ele representa para as elites brasileiras que sempre estiveram no poder, predominando assim o passado como marcação temporal do texto.

A contribuição do jornalismo para a percepção social do tempo é dada de duas maneiras, conforme pontua Matheus (2011): a primeira, de ordem material, pela inserção dos dispositivos midiáticos que dão suporte ao jornalismo e a segunda, de unidade textual, pelas múltiplas relações de temporalidade possibilitadas pelas narrativas jornalísticas. Ambas se complementam. Por um lado, atribuem determinados sentidos históricos aos acontecimentos; por outro, contribuem para a percepção de que estamos inseridos no processo histórico.

Inicialmente, perguntávamos se o jornalismo tratava fundamentalmente do presente, mas a profusão de narrações de passado evidenciou a necessidade de “complexificar” essa suposição. Ainda que falar do passado seja uma atividade realizada no presente e em referência a ele, já que não possuímos outro lugar para existir que não o agora, percebemos a existência de narrativas jornalísticas sobre o passado muito mais do que imaginávamos, no intuito de produzir falas autorizadas sobre esse tempo ido. É toda uma relação particular, jornalística, entre passado, presente e futuro, que é mercantilizada na forma de jornalismo. Sua identidade narrativa se relaciona de modo tão íntimo com o tempo que sua forma material primeira – o impresso – tem o nome derivado da própria duração: jornada. (MATHEUS, 2011, p. 17).

Entre outras formas, o jornalismo é o instrumento narrativo que serve para marcar o tempo. É através de sua prática narrativa que se estabelece “as fronteiras entre o *não-mais*, o *agora* e o *ainda-não*” (MATHEUS, 2011, p. 218), por meio das diversas camadas de significação. Para construir a notícia, experiência do presente imediato, o jornalismo, recorre ao passado completando o sentido da narrativa por meio de referências pretéritas (embora ausente, é o espaço das experiências concretas, mas que só pode ser acessado a partir dos registros materiais e das memórias). O futuro, horizonte do desconhecido, é o espaço das expectativas que vivenciamos no presente.

Mas, o jornalismo também estabelece uma conexão com a noção de tempo que pode ser pensada de modo mais específico: sua atuação como agente de memória. Seja ao articular um sentido de tempo passado e de presente ou na relação do passado com o futuro, o jornal poderá ser lido como registro documental, histórico, impondo certo modo de recordação.

Segundo Pomian (2000), em primeira instância, toda memória é uma faculdade de conservar os vestígios do que pertence já em si a uma época passada. Para o homem, esses vestígios podem ser transmitidos sob a forma de criações exteriores ao organismo, por meio da linguagem, por exemplo, em suas múltiplas variáveis (relatos, escritos, desenhos, quadros, esculturas, etc.). A memória também consiste na capacidade de reconstruir uma situação mais ou menos parecida à já constatada no momento em que o ser possuía toda a sua completez

originária. Trata-se da capacidade para repetir comportamentos aprendidos e também ressuscitar as impressões ou sentimentos já vividos e, também descrever os seres, objetos e acontecimentos vistos, vivenciados ou observados no passado.

Para Halbwachs (1990) o indivíduo participa de dois tipos de memória, que se apoiam mutuamente, mas não se confundem. A memória individual está situada no quadro da personalidade ou da vida pessoal, ou seja, são as lembranças comuns ao indivíduo sob o aspecto que lhe interessa. Para evocar seu passado, o indivíduo tem necessidade de fazer apelo às lembranças dos outros, reportando-se a referências externas e que são fixados pela sociedade. A memória coletiva diz respeito às anotações históricas, demarcadas por um tempo social, partilhadas pelo indivíduo enquanto membro de um grupo que contribui para evocar e manter as lembranças impessoais.

Em suma, a memória permite ao indivíduo remontar-se no tempo, porém, mantendo-se no presente. Esse processo de acionamento da memória é dado a partir de recordações pessoais que parecem vívidas, mas podem ofuscar fantasias, uma vez que o passado não pode ser restituído na íntegra. Sua reconstrução está fundada em vestígios, imagens, relíquias, entre outros suportes da memória coletiva. “Aqui a memória coletiva é considerada como sendo capaz de transformar, em determinadas condições, uma recordação, uma imagem ou uma relíquia, numa presença real, de efetuar mais do que uma reevocação: uma ressurreição do passado” (POMIAN, 2000, p. 513).

A memória é constituída, portanto, por processos de negociação com a temporalidade, que serve como ponto de referência para estruturá-la e significar o presente, a atualidade:

No momento em que lembramos de algo, o que era passado torna-se narrativa e articula-se no presente, sendo portanto simultâneo a este presente. E o que seria futuro é apenas uma especulação, podendo ser articulado apenas no discurso, o que também o tornará presente. Neste sentido, a memória só é memória no esquecimento ou no segredo, pois quando acionada também se torna discurso (PENA, 2007b, p. 44).

Ao longo de milênios, a memória coletiva foi constituída por meio da memória individual, repassada pela tradição oral. Com o passar do tempo, a memória coletiva adquiriu diferentes suportes materiais e meios de transmissão, sobretudo com o advento da escrita (como documentos, monumentos, objetos de coleção, livros e jornais, fósseis e ruínas, entre outros) (POMIAN, 2000). Conforme defende Ribeiro (2000), a mídia é o principal lugar de memória e/ou história das sociedades contemporâneas e a produção de significado das transformações do social, realiza-se principalmente através das operações linguísticas da

mídia, sobretudo em âmbito do discurso jornalístico. “Os meios de comunicação, neste século, passaram a ocupar uma posição institucional que lhes confere o direito de produzir enunciados em relação à realidade social, aceitos como verdadeiros pelo consenso da sociedade” (RIBEIRO, 2000, p. 33).

A mídia é a testemunha ocular da história na medida em que anuncia os acontecimentos e as transformações do social. O jornalismo, por sua vez, amparado em seus parâmetros e narrativas, retrata a realidade, registra suas transformações e as deixa como legado às sociedades futuras (RIBEIRO, 2000). Neste sentido, podemos afirmar que o jornalismo e a memória possuem uma relação simbiótica e, ao mesmo tempo, desigual: são campos que sabem da existência mútua, admitem intersecções e se tornaram fenômenos autônomos, sem demonstrar dependência um do outro. Em linhas gerais, o jornalismo precisa do trabalho de memória para contextualizar o recontar de eventos públicos, ao passo que a memória precisa do jornalismo para fornecer um “rascunho público” dos acontecimentos. Nesse sentido, os jornalistas exercem então um papel vital e crítico de agentes da memória (ZELIZER, 2008).

Entretanto, os jornalistas ajustam a rememoração e as reconstruções dos acontecimentos não apenas tomando como referência eventos passados, mas também de acordo com sua agenda e pauta de notícias. O recorte do passado que é retomado no texto e o tipo de futuro que é especulado depende do que os editores e jornalistas acreditam em âmbito público, das convenções jornalísticas e das ideologias pessoais (ZELIZER, 2008). Mas, o fato é que as referências ao passado ajudam os jornalistas a dar sentido ao presente, estabelecendo relações, sugerindo inferências, atuando como critério para medir a magnitude e o impacto de determinado evento, oferecendo analogias e explicações (LANG e LANG citado por ZELIZER, 2008).

Segundo Zelizer (2008), o passado apresenta-se como um rico repositório disponível aos jornalistas para explicar determinados eventos. De fato, compreendemos o mundo através de narrativas culturais que perduram porque são socialmente construídas e também circulam socialmente, não apenas através do jornalismo como também por meio da literatura, folclore, teatro, arte, entretenimento midiático, entre outras formas de comunicação. Mas, o jornalismo especificamente constitui um extenso repertório narrativo ao qual retomamos a memória para compreender os acontecimentos ao nosso redor. Seu sistema simbólico é mais duradouro: seja uma história sobre corrupção política, o triunfo de um atleta ou um grave acidente, seu enredo básico e os personagens ficam registrados em nossa memória (KITCH, 2011a; KITCH, 2011b).

No caso da cobertura de eventos historicamente importantes, como as eleições, há uma forte dimensão moral atribuída à natureza da cerimônia. Neste sentido, os jornalistas não são apenas testemunhas, mas condutores da extensa cerimônia cultural, política e histórica que acontece na sociedade e, ao trazer o presente para a perspectiva do passado, proporciona uma relação de familiaridade. Eles são construtores de memória social, criam documentos históricos, como as reportagens e as imagens icônicas para que no futuro possamos lembrar quem somos e como nos sentíamos (KITCH, 2011a; KITCH, 2011b).

Cabe ressaltar que a construção da memória coletiva não é intencional na prática jornalística, mas determina-se pela força cultural externa ao campo. Ela pode ser apreendida a partir de duas perspectivas: por um lado, os jornalistas fazem referência direta a algum fato histórico para que se possa compreender o evento no presente; por outro, a memória coletiva não se refere ao tempo histórico, mas à forma como a sociedade se lembra do fato em termos de valores e normas (BERKOWITZ e RAAII, 2010; BERKOWITZ, 2011).

Nesse sentido, aproximamos as noções de memória e de imaginários. Segundo Darcie (2002), embora sejam conceitos distintos, não há memória em que o imaginário não se faça presente na relação que temos com nossa sociedade, na maneira de vermos e compreender o mundo. Da mesma forma, não há imaginário sem que possamos encontrar nele a memória dos indivíduos, grupos ou sociedades. O imaginário, portanto, é essencial para formação de nossa memória. Mas, ela não é apenas um relato inócuo sobre algo ou alguém. A memória é constituída de lembranças, recordações sobre acontecimentos, pessoas, odores, locais, imagens, gravadas em nosso cérebro. Para dar sentido a profusão de registros mentais é que em nosso cérebro eles são relacionados com nosso imaginário, nossa maneira de ver o mundo, criado e recriado constante e incessantemente (DARCIE, 2002).

De acordo com Michel Maffesoli (2001) a noção de imaginário indica certa ambiguidade, pois carrega certo mistério da criação. Tem algo de imponderável, um estado de espírito que caracteriza um povo. Pode ser oposto ao real, verdadeiro, ficção, algo diferente da realidade econômica, política ou social. “O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável” (MAFFESOLI, 2001, p. 75).

Para o autor, o imaginário é apenas coletivo, dado que ele ultrapassa o indivíduo e na maior parte do tempo reflete o imaginário de uma comunidade. Além disso, impõe uma temporalidade, transitando entre passado e futuro (olhando para trás e para frente). Ele consiste em uma construção histórica que apresenta diversos parâmetros como o onírico, o lúdico, a fantasia, o afetivo, os sonhos e outras construções mentais potencializadoras das

práticas coletivas. Mas também implica uma partilha de filosofias, linguagens, ideia de mundo e visão das coisas. “O imaginário é o estado de espírito de um grupo, um país, de um Estado-nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa atmosfera, não pode ser individual” (MAFFESOLI, 2001, p. 76).

É a existência de um imaginário que determina a existência de um conjunto de imagens. A imagem, seja ela de qualquer natureza, não é o suporte, mas o resultado. Maffesoli (2001) defende a existência de instrumentos ou tecnologias que alimentam o imaginário, como o cinema, a televisão, a literatura. Ele entende que o imaginário é sempre comunicação. Incluímos nesse processo o jornalismo, como lugar propício para pensar a articulação dos imaginários e a criação de imagens, principalmente em contexto eleitoral.

Segundo Silva (2010), a imprensa é o ambiente fecundo que permite a observação dos vestígios imaginários, uma vez que as notícias trazem para a vida cotidiana toda a diversidade do mundo, da política e economia à arte e entretenimento, incluindo as próprias ocorrências ordinárias, do dia-a-dia. O jornalismo é, portanto, uma tecnologia de criação e reprodução de imaginários sociais, visto que possui uma gramática específica e uma dinâmica que perpassa concomitantemente texto e sociedade. É uma “fonte que alimenta com imaginários o cotidiano contemporâneo e, ao mesmo tempo, de imaginários sociais alimenta a si mesmo”. (SILVA, 2010, p. 249-250). No entanto, em qualquer instância do processo produtivo do jornalismo (produtores e receptores de notícias), há o compartilhamento de imaginários.

Assim, é possível estudar esse mundo imaginal tanto no texto, na observação e coleta junto aos jornalistas, como também na recepção, junto a leitores, ouvintes, telespectadores e navegadores virtuais (SILVA, 2010). Nesta pesquisa, entendemos que as imagens “construídas” ou “reforçadas” a partir dos acionamentos biográficos de Lula e Obama, na cobertura da disputa presidencial, produzem efeitos de sentido. Essas imagens são resultantes de um gesto textual que articula relações de temporalidade, memórias e imaginários, mas que também é interceptado pelo direcionamento editorial das revistas semanais de informação.

## **CAPÍTULO II. JORNALISMO E ELEIÇÕES: LULA E OBAMA NA PAUTA DE *VEJA* E *TIME***

Neste segundo momento, tratamos da apresentação e caracterização do “lugar” de observação da pesquisa: as revistas e as eleições. Inicialmente, nossa reflexão perpassa pela caracterização da natureza do dispositivo “revista”, pontuando as justificativas para a escolha dos títulos *Veja* e *Time*, nessa busca pelo biográfico no texto jornalístico. Em seguida, refletimos sobre a singularidade do tempo eleitoral, tangenciando com o entendimento sobre a noção de acontecimento jornalístico. O intuito é pensar como os acionamentos biográficos “viram notícia”, sobrepondo-se, às vezes, aos resultados de pesquisas de opinião ou até dialogando ou justificando-os.

Ao tratar das eleições, também destacamos os cenários das disputas em 2002, no Brasil e, em 2008, nos Estados Unidos, apresentando os personagens, Lula e Obama, que ilustram essa busca pelo biográfico no jornalismo. E, por fim, traçamos algumas considerações sobre a visibilidade pública da imagem presidencial, tensionando o público e o privado, sobretudo, durante o período eleitoral.

### **2.1. Em busca do biográfico no jornalismo de *Veja* e *Time***

A revista é o “lugar material” de observação desta pesquisa e a busca do biográfico, portanto, perpassa pela caracterização da natureza do objeto. Mas, definir o jornalismo de revista em uma perspectiva conceitual essencialista (“jornalismo de revista é...”) constitui uma tarefa de certo modo inócua, em virtude das suas especificidades: ele é altamente diversificado com vários níveis de especialização, produzindo olhares sobre si e sobre o mundo, através das mais diferentes formas de contar uma história.

Para Vogel (2013), a revista, é uma espécie de arquivo do contemporâneo. Um caleidoscópio de imagens justapostas, que produzem sentidos e, conseqüentemente, memória, assim como reconfiguram a nossa experiência com o tempo. Neste sentido, toda revista propõe, de alguma maneira, uma reflexão sobre o contemporâneo a partir da apresentação material de imagens contíguas (fotografias, ilustrações, informações narrativas), do presente e

de quaisquer tempos, seja o que carrega do passado e o que projeta do futuro. “Pode-se ler revistas como quem rastreia pegadas da memória, como quem toma posição diante do contemporâneo” (Id. p. 25).

Ao pensar a relação da revista com o tempo, seja ela atual ou de época passada, devemos também levar em conta a espessura temporal das imagens que ela veicula. Vogel (2013) defende o princípio-chave da montagem em que imagens de mundo são agrupadas em uma dinâmica própria: em associação, em confronto, em composição, imagens do noticiário, do cotidiano, da memória, públicas ou individuais. Partindo dessa perspectiva, mais que uma mensagem, a revista é uma montagem de imagens, em associação ao trabalho da imaginação e das formas verbais, cujos nexos se produzem nexos em nossa memória.

O desmonte e a remontagem dos materiais da revista (as imagens e as temporalidades que as atravessam) tornam-se procedimentos de uma operação (ou leitura) que opera francamente com a imaginação e a memória, caracterizando uma historicidade própria, associativa e não linear (VOGEL, 2013, p. 20).

Em linhas gerais, o jornalismo pode ser apreendido como um modo de conhecimento que trata do presente (embora acione outras temporalidades para configurá-lo) e dos eventos que dizem respeito ao homem. Para falar do mundo, o fazer jornalístico aciona mapas culturais de significados e representações simbólicas que circulam na sociedade, ao mesmo tempo em que se estabelece como um lugar de produção e circulação de sentidos sobre a realidade. Assim, contribui para consolidar normas e práticas institucionalizadas, legitimando-se historicamente como prática autorizada a narrar a realidade e destacar temáticas que devem ser consideradas relevantes (BENETTI, 2013). E em uma revista ocorre o encontro de temporalidades heterogêneas, como os tempos dos acontecimentos factuais, os tempos de produção da revista e os tempos da leitura (VOGEL, 2013).

Para Benetti (2013), há uma complexa relação entre o jornalismo como campo do conhecimento e a revista como materialidade. Primeiro, é preciso considerar a lógica publicitária e os interesses institucionais que constituem essa relação. Em seguida, convém dissociar o entendimento do fazer jornalístico em relação à sua materialidade no dispositivo “revista” que, por sua vez, diferencia-se da materialidade em outros dispositivos midiáticos.

Entre suas características singulares é possível destacar: a segmentação por público e por interesse; a periodicidade e a durabilidade; o fato de agregar diversos temas da atualidade de forma reiterada; o modo como contribui para a formação da opinião pública ao emitir interpretações acerca dos acontecimentos; a maneira como permite a experimentação de diferentes estilos que podem combinar elementos do jornalismo e da literatura, por exemplo,

assim como pode compor uma estética visual própria, combinando arte e texto em sua composição visual e no layout das páginas; e, por conta de certa “liberdade” editorial em relação às amarras do tradicional lead jornalístico, a forma com que estabelece uma relação de apelo direto e emocional com o leitor (BENETTI, 2013).

Alguns elementos, no entanto, caracterizam a “revista” como um lugar para reflexão e articulação acerca do biográfico no jornalismo. Entre eles, a questão da segmentação, a categorização, a representatividade dos títulos no mercado editorial, o posicionamento político e editorial e a proposta do projeto gráfico. Segundo Buitoni (2013), a questão da segmentação é um elemento que diferencia o a revista do jornal, uma vez que pressupõe um trabalho analítico e conceitual da produção jornalística. Os jornais, historicamente, tinham uma abordagem generalista, tratando de muitos assuntos para um público também diverso. As primeiras revistas, por sua vez, foram se formando paralelamente aos jornais diários e já apresentavam rotulações e discussões conceituais para tratar de determinados temas, ainda que abordassem temas variados. Inicialmente não tinham vocação noticiosa, mas rapidamente foram deixando de lado as gravuras e adotaram a fotografia como forma de expressão visual. Com periodicidade semanal, quinzenal ou mensal, muitas revistas começaram com o intuito educativo, mas depois incorporaram a informação e o entretenimento.

Para a autora, a segmentação do ponto de vista da comunicação é um fenômeno do século XX, um processo que se constrói ao longo do tempo, em consonância com as transformações da sociedade. A revista se firmou nesse cenário em decorrência de uma série de fatores como a evolução do fotojornalismo, das técnicas de ilustração, o crescimento urbano e a necessidade de conhecimento sobre o mundo. Também é importante considerar que a cristalização desse ramo editorial está associada à profissionalização dos jornalistas e à divisão de trabalho nas redações. Enfim, trata-se de um fenômeno mais abrangente que, além das condições socioeconômicas, “trabalha com ecologias socioculturais” (BUITONI, 2013, p. 116).

Em relação ao consumo, a segmentação está associada à composição do público, que se materializa nas classificações de gênero, faixa etária e classes sociais, além de motivações psicológicas e interesses por assuntos específicos. Em relação ao conteúdo, as revistas podem ser uma espécie de almanaque, combinando assuntos de interesses variados, como política, economia, cultura, educação e saúde (são as semanais de informação), além das revistas infantis, juvenis, quadrinhos, femininas, masculinas, moda, literatura, automotiva, entre outras especializações temáticas.



Nesta pesquisa, tratamos especificamente de revistas semanais de informação. Elas não têm alvos tão especializados se comparadas aos outros títulos segmentados e abrangem as diversas temáticas, percorrendo o cenário político, comportamental, saúde, internacional, meio ambiente, colocando em evidência os recortes da realidade sob o “discurso de verdade” acessível a um grande número de indivíduos. Ao refletir sobre o poder do discurso informativo das semanais de informação, temos a oportunidade de compreender as forças ideológicas e comerciais que regem o “local” de produção das notícias estampadas semanalmente.

Neste sentido, a escolha de *Veja*, da Editora Abril (Brasil), e *Time*, do grupo *Time Inc.* (USA) como objetos de análise, se dá principalmente em virtude de um modo característico das revistas de fazer jornalismo, além de serem títulos com representatividade expressiva no campo editorial, inclusive em termos numéricos. É importante destacar que as editoras estão investindo em produção de conteúdo para as mais diversas plataformas, como estratégia de manutenção dos títulos no mercado e para manter seus níveis de audiência. Nesse sentido, as possibilidades propiciadas pelas novas tecnologias e a força da circulação das informações em ambiente digital geraram impactos no mercado editorial, a exemplo da redução dos índices de circulação das revistas impressas.

A revista norte-americana *Time*, apresenta audiência média de mais de 16 milhões de leitores da versão impressa (TIME MEDIA KIT, 2015). Em relação ao índice de circulação, em junho de 2014, foram registrados 3.286.467 exemplares, entre assinaturas e vendas avulsas (ALLIANCE FOR AUDITED MEDIA, 2014). O público alvo (da versão impressa) apresenta-se em equilibrado entre homens (50%) e mulheres (48%), com idade média de 50 anos e, em sua maioria, com nível de escolaridade correspondente ao ensino superior completo<sup>8</sup> (TIME MEDIA KIT, 2015). Suas concorrentes editoriais, classificadas no mesmo grupo das semanais de informação, são: *Newsweek*, *The Week* e *The New Yorker*.

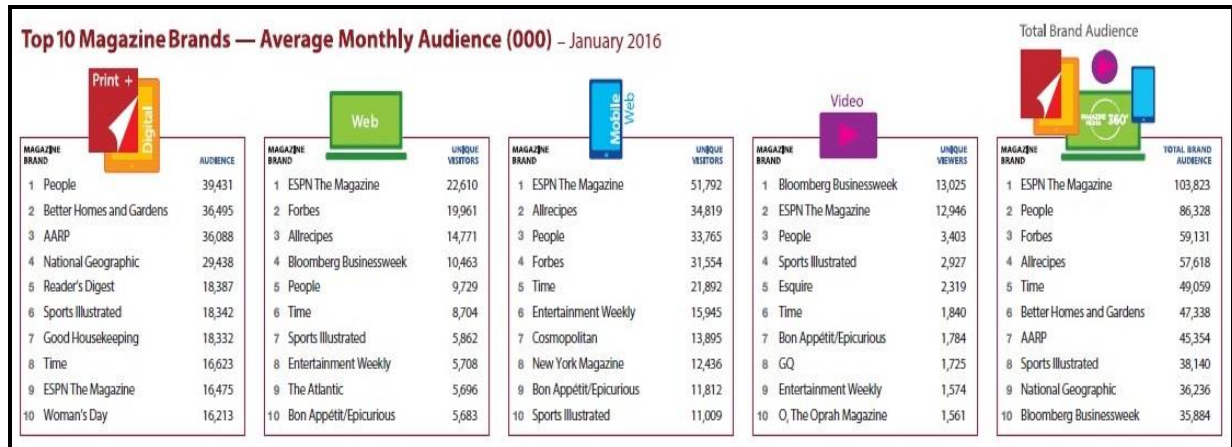
Na perspectiva de inserção nas plataformas digitais, *TIME.com* oferece conteúdos jornalísticos e opinativos, com vídeos complementares aos artigos em algumas coberturas, com enfoque nos mais variados acontecimentos mundiais (Figura 1). A revista também está presente nas plataformas de redes sociais, como *Twitter*, *Facebook* e *Google +*, *Tumblr* e *Instagram*. Atualmente, *Time* integra os seguintes produtos: Print Magazine (Revista Impressa); TIME Digital Edition (Edição Digital) disponível para iPhone, Android, iPad,

---

<sup>8</sup> *Time Media Kit* disponível em: <http://www.timemediakit.com/> .

NOOK, Kindle Fire; Newsletters; TIME.com; The TIME Vault (Acervo de Edições Antigas, desde 1923); e TIME for Kids (Revista Time para crianças). A marca *Time* se mantém em quinto lugar no ranking das principais revistas norte-americanas, que integra todas as ferramentas tecnológicas que dão suporte ao conteúdo informativo – versão impressa, digital, móvel e vídeo.

**Figura 1: Audiência Média das Revistas Norte-Americanas**



(Fonte: *Magazine Media 360° Brand Audience Report, 2016*)

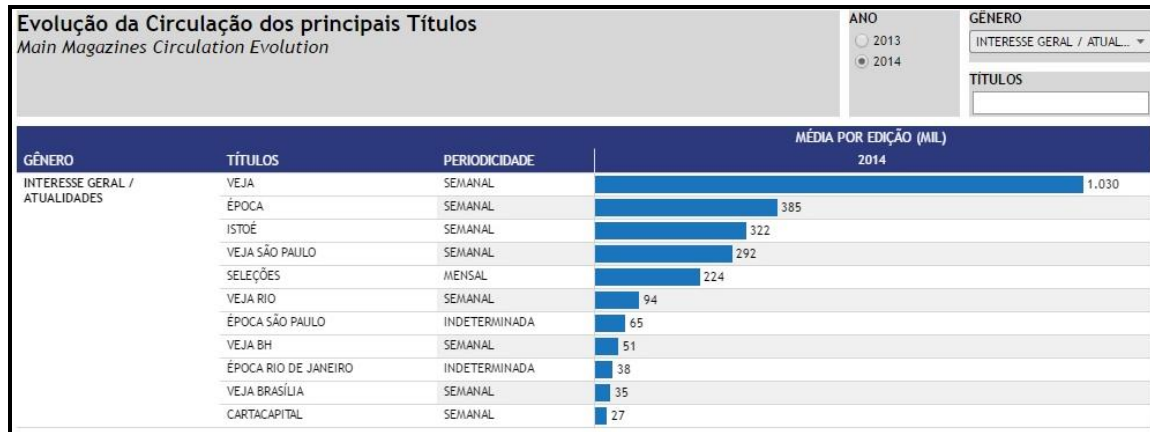
A revista brasileira *Veja* apresenta-se entre as maiores revistas de circulação nacional, liderando o ranking na categoria semanal de informação e intitulando-se<sup>9</sup> a segunda mais vendida no mundo, atrás da revista *Time*. Possui circulação média de mais um milhão de exemplares (MÍDIA DADOS BRASIL, 2014), sendo 892.376 assinaturas e 113.423 exemplares registrados como vendas avulsas (VEJA MIDIA KIT, 2015). O público alvo (da versão impressa) apresenta-se em equilibrado entre mulheres (52%) e homens (48%), com idade média entre 25 e 54 anos (65%), pertencente à classe AB (62%) (VEJA MIDIA KIT, 2015). Suas concorrentes editoriais são: *Época*, *IstoÉ* e *Carta Capital*. Cabe destacar que, em 2002, *Veja* ainda dispunha de prestígio jornalístico, com comportamento editorial menos inclinado às vicissitudes político-partidárias, se comparado às polêmicas recentes de deflagração de escândalos políticos contemporâneos.

O site de notícias *VEJA.com* possui conteúdo voltado para a publicação de notícias, reportagens especiais, além do conteúdo opinativo assinado por colunistas e blogueiros de renome. Além do site, a revista também está presente nas plataformas de redes sociais como *Twitter*, *Facebook* e *Google +*. Ela também segue a perspectiva convergente, sendo a primeira

<sup>9</sup> *Veja Mídia Kit* disponível em: [http://publiabril.abril.com.br/midia\\_kits?page=4](http://publiabril.abril.com.br/midia_kits?page=4).

revista brasileira a ter seu conteúdo integral adaptado para *tablet* e *smartphone*, onde os usuários podem baixar o aplicativo *VEJA Notícias*, possibilitando maior interação com a informação, destacando-se por permitir o acesso integral ao conteúdo da edição impressa. Há, ainda, a possibilidade de acesso ao acervo completo da revista a partir do portal gratuito *Acervo Digital VEJA*, lançado em comemoração aos 40 anos da revista, em 2008.

**Figura 2: Circulação das Principais Semanais de Informação no Brasil**



(Fonte: Mídia Dados Brasil, 2014)

Em uma pesquisa é importante situar editorialmente os dois títulos e apresentar sua identidade, para que seja possível perceber ao longo da análise o que a revista diz sobre si, além das preferências por determinados conteúdos e a maneira como eles direcionam um fazer jornalístico. Segundo Tavares (2013), a linha editorial situa a revista tanto no contexto social de sua atuação como no horizonte daquilo que se pretende como jornalismo. Essa compreensão, no entanto, é apenas um ponto de partida para o entendimento do produto jornalístico, uma vez que ele é fruto da articulação de contextos mercadológicos, sociais, políticos, conteúdos, práticas e materialidades.

A revista *Time* é o primeiro semanário de informações gerais do mundo (*newsmagazines* ou *newsweeklies*). Em 1922, os amigos de adolescência, Henry Luce e Brit Hadden, fundaram a empresa *Time Inc.*, e no ano seguinte publicaram a primeira edição da revista *Time*, no dia 3 de março de 1923, com o intuito de sumarizar as notícias da semana no menor espaço possível, cobrindo os eventos importantes do mundo, numa releitura analítica, mais minuciosa e atenta. Em 1989, a *Time* tornou-se parte da *Time Warner*, quando a *Warner Communications* e a *Time, Inc.* se fundiram. Em 1993, tornou-se a primeira revista a ser publicada online, inaugurando seu site no ano seguinte (TIME MEDIA KIT, 2015).

No entanto, é importante destacar que existem outras publicações agregadas à revista, a exemplo de *TIME Person of the Year / TIME The 100 most influential people*. A nomeação da “Personalidade do ano” (*Person of the Year*) é uma indicação conhecida como marca registrada da revista, que já é realizada há mais de 80 anos. Na ocasião, *Time* reconhece o indivíduo ou grupo de indivíduos que tiveram o maior efeito nas notícias do ano. Em 2008, Barack Obama foi o escolhido de *TIME Person of the Year*. Em 2010, *Time* elege Lula o líder mais influente do mundo, à frente do então presidente dos Estados Unidos, Barack Obama (4º colocado na lista).

*Veja*, por sua vez, fundada por **Victor Civita**, em 1968, surge no momento em que o Brasil vivia a Ditadura Militar, propondo em seu primeiro editorial ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros. De fato, a revista se mantém no mercado editorial há mais de 45 anos, com a missão de “informar, esclarecer e entreter o leitor, elevando seu nível de compreensão dos fatos, das tendências que sejam relevantes para a sua vida pessoal, profissional e sua compreensão do mundo.” (VEJA MIDIA KIT, 2015, p. 2). Por se tratar de uma revista semanal de informação, *Veja* aborda temas do cotidiano da sociedade brasileira e do mundo. Além disso, traz em algumas edições, reportagens especiais com viés investigativo, se propondo a explicar grandes questões do Brasil e do mundo.

Importante também acrescentar uma visão crítica sobre a identidade editorial da revista em análise. De acordo com Tavares (2013), historicamente, a imprensa esteve associada a visões ideológicas que se refletem nos aspectos políticos e econômicos do seu fazer. Algumas situações revelam manipulação de dados e fontes, tensões entre o jornalismo e os poderes privado e público, além da existência dos veículos oficialmente partidários. Entre os exemplos que denotam essa dimensão, o autor lembra o famoso caso do Watergate na imprensa norte-americana e a polêmica em torno da edição do debate do segundo turno nas eleições presidenciais no Brasil em 1989.

No contexto das revistas brasileiras, as influências ideológicas e as “malícias” que marcam a identidade de *Veja* revelam um produto jornalístico que é constituído por modos peculiares de lidar com as questões empresariais, históricas, políticas e mercadológicas. Assim, ao problematizar a revista, sua identidade e seu jornalismo, percebemos que a natureza editorial está diluída em todo o processo, seja na capa, no texto das reportagens interpretativas, em sua materialidade (paginação, layout, na forma do texto) como também na configuração das seções fixas e esporádicas. Para Tavares (2013), a identidade editorial de uma revista diz respeito a uma maneira de fazer jornalismo. “Não se trata, pois, nem de apontar para uma totalidade dada, mas para um jogo entre distintos processos cujos circuitos

próprios (jornalísticos e comunicativos) se entrecruzam com outros, constituindo um todo indissociável” (TAVARES, 2013, p. 86).

Para Benetti (2013), o texto jornalístico em revista constitui também um modo específico de discurso, que constrói sentidos sobre o mundo de forma lenta, reiterada, fragmentada e emocional, com tonalidades discursivas específicas. Assim, a organização do discurso das revistas, seja qual for sua natureza, também depende das hipóteses feitas a respeito do público-alvo. No caso do discurso informativo, independente dos filtros ideológicos e comerciais que possam incidir sobre a sua produção, a meta é a transmissão de um saber, amparado no modelo de credibilidade dos fatos transmitidos. Cada veículo de comunicação se atém à prova usando como estratégia a constatação, o testemunho e o relato de constituição dos fatos.

Mas isso não significa que o discurso informativo das revistas semanais explique os acontecimentos com a base da simplicidade argumentativa. Ao contrário, no jornalismo de revista há uma preocupação distinta com a forma de apresentação do conteúdo, além do fato de que o meio dispõe de maior liberdade para criação e apresentação do discurso informativo numa abordagem texto-visual, que valoriza a utilização de cores, imagens, formas e fontes. Todas essas nuances remontam as peças do “jogo de verdade” que devem ser articuladas em favor dos interesses comerciais, ideológicos e das necessidades do leitor.

Aqui defendemos a existência de um gesto textual verbo-visual da revista, que produz sentidos a partir de sua própria materialidade. O projeto gráfico, por exemplo, guiado pelo conceito editorial, também participa da construção da identidade da publicação e busca orientar o leitor na apreensão e interpretação das mensagens. O projeto conforma a materialidade do periódico por meio da capa e do seu miolo, que articulam diferentes elementos informativos ali presentes (textos e imagens). Neste sentido, o primeiro contato do leitor com o suporte é dado a partir da capa e do formato, imbuído de características materiais (espessura, acabamento, tipo de papel, entre outros), ou seja, a primeira página de uma revista fornece um meio vital de estabelecer a mensagem ou a identidade da marca para o leitor (CALDWELL e ZAPPATERRA, 2014). E, o tema da edição, materializado no *design* da página, está associado aos valores-notícia, processos de edição, recepção e estrutura operacional (GRUSZYNSKI e CALZA, 2013).

Em suma, a disposição dos elementos na composição das páginas das revistas e a ordem de apresentação da manchete, das imagens e do texto noticioso convidam-nos a refletir sobre os significados possíveis que o jornalismo constrói ao abordar os acontecimentos. Considerando aqui a materialidade do dispositivo e a forma como se apresenta ao público, há

suas diversas formas de “ver” e “ler” as notícias que motivam a composição verbo-visual das revistas. Assim como há, também, inúmeros caminhos analíticos que possibilitam compreender os gestos textuais que articulam os elementos biográficos de Lula e Obama ao longo do ano eleitoral. Para fins desta pesquisa, “buscamos” o biográfico nas capas e nas seções específicas que tratam de política nacional e internacional (onde são publicadas as reportagens que tratam das eleições)<sup>10</sup>.

## **2.2. O “tempo eleitoral” como acontecimento jornalístico e momento do biográfico: cenários e personagens**

O tempo eleitoral é singular. Em uma primeira perspectiva, é possível apreender as eleições como um momento e procedimento ritualizado, periódico e legitimado, que visa à escolha e investidura de dirigentes representativos para o exercício do poder na sociedade. Esse “episódio eleitoral” pode ser traduzido como festa, solenidade, cerimônia, que tendo um grau de excepcionalidade, requer ser vivida de maneira diferente da vida ordinária e cotidiana da população (RUBIM, 2002).

Mas, a eleição é também um evento que impõe coletividade e marca rupturas fundadoras no “tempo político”, descrito como linear e orientado (mesmo comportando elementos cíclicos) e também irreversível (POMIAN, 1993). O rito eleitoral permite o estreitamento dos laços do passado com o presente e uma abertura para o futuro infinito, ou seja, é quando fragmentos de um passado isolado são pinçados estrategicamente, constituindo “fantasmas” detestáveis ou grandes trunfos de campanha. Esse passado eficaz, que condiciona o presente, fornece determinada direção para o futuro.

É, também, no momento eleitoral que a política parece se tornar mais presente na vida dos cidadãos, pois os debates sobre as propostas de campanha trazem à tona muitas questões do cotidiano dos eleitores, sobretudo relacionado aos temas como saúde, emprego, moradia, transporte, educação, entre outros itens de interesse público. A forma como se articulam (na mídia ou fora dela) essas temáticas em torno dos personagens políticos possui relação direta com a empatia e a apatia e, conseqüentemente, a identificação dos eleitores.

---

<sup>10</sup> Nos capítulos de análise detalhamos o percurso que culminou da escolha dos “locais” do biográfico em *Veja e Time*.

Segundo Rubim (2002), há alguns movimentos que caracterizam o período eleitoral e que simbolizam sua singularidade. O primeiro está relacionado à ampliação da participação política, não só dos candidatos concorrentes, mas também, do cidadão e de toda a sociedade em torno da discussão sobre o que é “melhor” para a sociedade em tempos futuros, considerando o que se vivencia no presente e o que se sabe do passado. Outra característica é a mobilização das forças sociais e da cidadania, investindo na percepção social das eleições como instante no qual a interferência dos cidadãos se apresenta como mais viável. E, por fim, a excepcionalidade das eleições é caracterizada pela visibilidade intrínseca ao momento, que ganha reforço do aparato midiático, sobretudo quando se transforma em acontecimento jornalístico.

Além disso, o momento eleitoral implica no acionamento de vários componentes da política, como candidaturas, programas e partidos, que exigem considerável investimento em comunicação, para informar os cidadãos sobre as ideias e propostas dos candidatos, e também para convencer, sensibilizar, argumentar e mobilizar os eleitores acerca do poder político da sociedade. Entende-se, portanto, que ao longo do período eleitoral, as conexões entre política e comunicação se tornam mais expressivas e potencializadas se comparadas às situações ordinárias da política (RUBIM, 2002). Amplia-se a visibilidade de personagens políticos e atores públicos, como também dos temas sociais, políticos, econômicos, culturais de interesse público, podendo alterar as configurações dos processos eleitorais não só nacional como mundialmente.

Nesse sentido, o cenário político-eleitoral configura-se como uma conjuntura privilegiada para o estudo dos textos jornalísticos das revistas semanais de informação, como sugerimos com esta pesquisa. Além disso, há algo de particular na disputa presidencial de 2002, no Brasil, assim como na disputa de 2008, nos Estados Unidos. São disputas eleitorais com personagens políticos, cuja peculiaridade das trajetórias biográficas despertou certa inquietação do debate público, sobretudo no cenário midiático, em virtude da imagem pública dos atores políticos e das mudanças que poderiam ocasionar nos processos sociais e históricos dos países em questão.

A mídia possui um papel fundamental na difusão de informações que podem consagrar a imagem do líder político popular (positiva ou negativamente). O discurso midiático é um instrumento não somente formador de opinião, mas também uma ferramenta que agrega valor e atribui sentidos ao personagem político, reforçando e/ou desmistificando determinadas simbologias. E o processo de construção desses acontecimentos, assim como a

narração de sua história, perpassa diretamente pelo processo de mediação, seja pela televisão, rádio, jornais e revistas impressos, webjornais e redes sociais.

Assim, para compreender esses acontecimentos sob a ótica das revistas semanais de informação, torna-se fundamental uma reflexão sobre o processo de transformação da “eleição” em acontecimento jornalístico, sobretudo nesse tipo de mídia impressa. Segundo Benetti (2010), a orientação do olhar sobre o que seja “acontecimento jornalístico” consiste em um movimento circular que começa nos interesses da fala institucionalizada do poder e retorna a esses mesmos interesses, sempre mediado pelos procedimentos técnicos que legitimam a prática discursiva do jornalismo. Porém, o entendimento dessa dinâmica de constituição do acontecimento jornalístico nem sempre é partilhada pelo leitor comum, que pode não perceber as marcas discursivas que configuram as lutas de poder e o direcionamento editorial, diluídos ou explícitos no texto jornalístico. Em coberturas jornalísticas de períodos eleitorais, tais movimentos acentuam a relação entre comunicação e política e intensificam a expressão da notícia sobre política nas capas das revistas semanais.

Há, portanto, uma consideração a ser feita: por um lado, o momento eleitoral é a expressão legítima da coletividade que é convocada a escolher seus representantes legais para as esferas de poder, sugerindo uma experiência individual e coletiva de uma sociedade; por outra perspectiva, podemos pensar no momento eleitoral a partir das percepções midiáticas, ou seja, as impressões, recortes, construções e desconstruções que o noticiário apresenta sobre as eleições e os atores políticos envolvidos no processo.

Este cenário nos faz pensar sobre como se dá o processo de apreensão e transformação da eleição enquanto acontecimento jornalístico. Berger e Tavares (2010) apontam a existência de dois tipos de acontecimentos. O primeiro seria o acontecimento na instância da experiência cotidiana, que é pensado pela História, a Filosofia e as Ciências Humanas, como objeto de estudo que tangencia reflexões sobre as relações com o tempo, objetivo e/ou (inter)subjetivo. O acontecimento em si consiste em uma ação que rompe com a normalidade em nosso quadro de vida, num dado contexto temporal e que só existe quando há sujeitos que são afetados e que lhe dão sentidos. A partir desse movimento, inicia-se o processo da busca pelo sentido e pela explicação ao inesperado, ao novo que fará parte do cotidiano ou da história. O segundo tipo é acontecimento jornalístico, localizado nas reflexões dos estudos de jornalismo ou em textos em que o acontecimento midiático ilustra a natureza da sociedade contemporânea. É no texto jornalístico que se constroem os múltiplos sentidos dos acontecimentos cotidianos. É nessa instância que o acontecimento se projeta para além da experiência individual e passa a ser pensado em termos de alcance coletivo.



Há, desse modo, certa impossibilidade de separar os dois acontecimentos e as abordagens das diferentes disciplinas, pois é do acontecimento vivido que se abastece o acontecimento jornalístico e este intervém na percepção daquele. Em outras palavras, o acontecimento na esfera do jornalismo, “diz respeito à construção do acontecimento em forma de notícia ou das linguagens jornalísticas que constroem o acontecimento” (BERGER e TAVARES, 2010, p. 122).

No entanto, para Patrick Charaudeau (2010), a questão do acontecimento é frequentemente mal colocada no domínio das mídias, apresentando diversas definições equivocadas: pode ser definido como fenômeno que se produz no mundo que está fora da ordem habitual; confunde-se com novidade ou se diferencia dela sem que se defina os pontos divergentes; pode ser compreendido como um dado da natureza e que pode ser provocado. Ao observar as lógicas de configuração do acontecimento na mídia, o autor pontua que o acontecimento se encontra no que ele denomina como “mundo a comentar”, instância de uma fenomenalidade que se impõe a um sujeito de enunciação, em estado bruto, antes de sua captura perceptiva e interpretativa.

A significação do acontecimento, ou seja, seu direcionamento à instância da recepção, depende do olhar que se estende sobre ele, do olhar de um sujeito que o torna inteligível. E esse processo de “percepção-captura-sistematização-estruturação”, que concede aos fenômenos existência significativa, se dá por meio da linguagem. No caso desta pesquisa, tal processo se dá a ver na linguagem jornalística das revistas semanais de informação *Veja* e *Time*. “O acontecimento nasce, vive e morre numa dialética permanente da ordem e da desordem, dialética que pode estar na natureza, mas cuja percepção e significância dependem de um sujeito que interpreta o mundo” (CHARAUDEAU, 2010, p. 99).

As eleições presidenciais, nosso cenário de análise, consistem em acontecimentos programados ou previsíveis. Tais acontecimentos seguem um calendário que pontua a organização e o desenvolvimento da vida social, sendo neste caso específico, os rituais da vida política institucional (CHARAUDEAU, 2010). As eleições, portanto, constituem ocasiões históricas para um país, incluindo competições políticas épicas, onde os candidatos e os partidários movem esforços para modificar um modo velho de fazer e pensar política, por delimitar por vezes a transição de uma era a outra. Assim, em seu conjunto, as eleições podem ser denominadas, segundo Dayan e Katz (1999), como acontecimentos mediáticos.

De forma mais geral, os grandes acontecimentos mediáticos, como as eleições, têm o poder de quebrar uma rotina e mobilizar um sentimento comunitário, contribuindo inclusive para entrar na esfera do acionamento da memória coletiva. Alguns acontecimentos têm função

comemorativa (recordam o que merece ser lembrado), podem ter função restauradora (pacificam após situação de trauma social), e os mais memoráveis tem função transformadora (ilustram soluções para problemas sociais e, às vezes, engendram novos acontecimentos que podem mudar o mundo) (DAYAN E KATZ, 1999).

Para que o acontecimento exista é necessário nomeá-lo, pois o acontecimento não significa em si, ele só significa enquanto acontecimento em um discurso. E o acontecimento só se torna “notícia” a partir do momento em que é levado ao conhecimento de alguém. “O acontecimento é convertido em notícia através de um processo narrativo que o insere numa interrogação sobre a origem e o devir, conferindo-lhe uma aparência (ilusória) de espessura temporal” (CHARAUDEAU, 2010, p. 135). Ou como definem Berger e Tavares (2010, p.128), “os acontecimentos seriam transformados em notícia pelo sistema jornalístico, sendo a notícia, a unidade discursiva desse sistema”.

Em referência à disputa eleitoral de 2008 nos Estados Unidos, Zamin e Marocco (2010) classificam a vitória de Obama à presidência como um “grande acontecimento”, em virtude da amplitude que ocupa no espaço e no tempo e por sua interferência no “real” e no mundo das coisas vividas. Trata-se de um acontecimento que demonstra a ruptura com o que já não se suporta mais (a memória do passado de escravidão e também as lutas pela abolição e contra a segregação racial). Essa mesma vitória representa uma disposição moral da humanidade para a mudança e a esperança de conquistas futuras. Da mesma forma, podemos observar a vitória de Lula no Brasil como uma expressão e representação das lutas das classes trabalhadoras (na expressão do operário) e das classes econômicas (com a chegada de um presidente oriundo da pobreza do nordeste brasileiro).

No debate do valor histórico das vitórias de Lula e Obama, no contexto sociopolítico de inserção dos candidatos em nível mundial, não se trata apenas de reproduzir uma historicidade romântica apoiada em eventos cronológicos. Cabe-nos pensar que esses resultados eleitorais marcam tempos históricos e espaços de realização igualmente simbólicos em termos políticos, porém divergentes em termos biográficos devido às peculiaridades de vida de cada um dos personagens. Da mesma maneira, é importante refletir sobre a dinâmica dos acontecimentos previstos no ano eleitoral no Brasil e nos Estados Unidos como uma forma de compreender os gestos das revistas, em relação ao momento de acionar as biografias.

A eleição é um dispositivo<sup>11</sup> legal da política, porém, “um processo complexo, que ultrapassa e extrapola o campo pessoal para se situar na esfera do público e do coletivo” (NOGUEIRA, 2012, p.51). O voto, por sua vez, é um instrumento por meio do qual o cidadão escolhe os representantes e dirigentes políticos nas esferas do legislativo, executivo e, em alguns países, do judiciário. Em sociedades de democracia liberal, como é o caso do Brasil e dos Estados Unidos, a eleição competitiva aparece como momento de delegação, distribuição e alternância do poder político.

No Brasil, a escolha dos agentes políticos é feita pelo voto direto, livre, secreto, universal, periódico, e está assegurada pela Constituição Federal<sup>12</sup> de 1988, como elemento fundamental do sistema democrático. O ano eleitoral é caracterizado por diversos momentos que antecedem o dia da votação. O primeiro semestre é praticamente todo marcado pela especulação em relação às candidaturas e chapas partidárias e somente a partir de maio é permitido ao postulante à candidatura a cargo eletivo realizar propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome.

No segundo semestre, o cenário é mais definido: até o final do mês de junho, são realizadas as convenções destinadas à deliberação sobre coligações e à escolha de candidatos a presidente e vice-presidente da República, entre outros cargos; em julho, é permitido o início da propaganda eleitoral, porém somente em agosto inicia-se a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, seguindo até outubro, dois dias antes do pleito eleitoral; outubro é o mês das eleições, sendo possível definir o candidato vencedor no primeiro turno ou, em caso de um candidato não alcançar maioria absoluta dos votos válidos, levar ao segundo turno, no mesmo mês. A posse ocorre em janeiro, do ano seguinte.

Em 2002, a eleição presidencial foi marcada pela vitória do personagem político Luís Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), após sua quarta tentativa para investidura no cargo. Sua trajetória biográfica, amplamente conhecida à época, foi enfatizada pela imprensa nacional e internacional, dada a simbologia do momento. Nascido em Garanhuns, na região do semiárido pernambucano, é o sétimo dos oito filhos de Aristides Inácio da Silva e Eurídice Ferreira de Mello, casal de lavradores analfabetos. Aos sete anos, migrou com a mãe e os irmãos para o litoral paulista, viajando num caminhão "pau de arara",

---

<sup>11</sup> Neste caso, usamos o vocábulo “dispositivo” para designar, na acepção jurídica do termo, a disposição legal (prevista na Constituição Federal) para a ocorrência das eleições no sistema político brasileiro.

<sup>12</sup> O voto direto, secreto, universal e periódico é uma das cláusulas pétreas da Constituição Federal de 1988 (artigo 60, § 4º). Isto significa que o dispositivo constitucional do voto não pode ser alterado nem mesmo por Proposta de Emenda à Constituição (PEC).

a fim de reencontrar o pai, que havia se retirado antes de Lula nascer, em busca de uma vida melhor longe da seca e da miséria.

Entre os elementos amplamente pontuados pela imprensa, destaca-se sua vivência em condição de pobreza, a luta pela subsistência e, principalmente, as experiências relacionadas à sua formação (estudou até a quinta série do ensino fundamental) e à trajetória profissional (trabalhou como ambulante, engraxate e ajudante de tinturaria), até conseguir uma vaga no curso técnico de torneiro mecânico do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI). Essa última foi responsável por possibilitar que ele fizesse da metalurgia a sua profissão. E, em 1969, Lula inaugura sua trajetória de líder sindical envolvido com as questões do Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo e Diadema, sendo eleito presidente da entidade em 1975.

A partir daí, Lula representou uma nova direção do movimento sindical brasileiro, fato que se tornou emblemático para cristalização de sua imagem no cenário político nacional. Ele comandou greves gerais que assumiram proporções impensáveis (como a ocorrida em março de 1979, quando cerca de 170 mil metalúrgicos pararam o ABC paulista) e firmou-se como o maior nome da oposição política do país. A atividade sindical atraiu o entusiasmo de militantes de esquerda que já não encontravam espaço para atuar em suas áreas de origem, dado o cenário político ditatorial no Brasil. Assim, juntamente com outros sindicalistas, intelectuais, políticos e representantes de movimentos sociais, como lideranças rurais e religiosas, Lula funda o Partido dos Trabalhadores (PT), em 10 de fevereiro de 1980, com o objetivo de conquistar espaço nas esferas decisórias, tanto no Executivo quanto na formulação de leis mais justas para os trabalhadores.

Durante o processo de redemocratização brasileira, Lula também organizou um comitê supra-partidário em prol das eleições diretas e promoveu o primeiro grande comício das Diretas Já, em 1983. Em 1986, foi eleito deputado federal por São Paulo, sendo o mais votado em todo o país com 650.134 votos (MOREL, 1989). E, em 1989, o PT lançou seu nome para disputar a Presidência da República - após 29 anos sem eleição direta para o cargo - mas perdeu para Fernando Collor de Mello. Em 1994 e 1998, Lula voltou a se candidatar, mas foi derrotado por Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Sua vitória, em 2002, no entanto, foi atribuída ao cenário político do país e à mudança em seu discurso e imagem, a partir de estratégia implementada pela equipe de marqueteiros, comandada por Duda Mendonça.

De acordo com Figueiredo e Coutinho (2003), as pesquisas de opinião indicavam que naquele momento a maior parte do eleitorado estava disposta a votar em um candidato que representasse uma mudança nos rumos políticos do país. Este consenso favorecia os

candidatos de oposição, em especial Lula, que mantinha uma posição crítica em relação ao governo FHC. Entretanto, apenas isso não bastaria para assegurar a vitória ao candidato do PT. Era necessário suavizar sua imagem associada à inexperiência administrativa, líder radical de esquerda, promotor de greves e por não ter diploma de ensino superior. A estratégia de marketing político do candidato, então, encontrou como solução mostrar um Lula conciliador, trajado de modo elegante e amparado por uma equipe de estudiosos e técnicos de grande qualidade. Além disso, Lula mostrava-se disposto a continuar com as principais linhas da política econômica, cumprir com os contratos assumidos com investidores estrangeiros e mostrava ainda flexibilidade para negociar tudo que fosse necessário para o bem do país.

Por outro lado, a popularidade do governo tucano ficou fragilizada em decorrência de uma série de questões como a crise cambial, em 1999, com a consequente desvalorização do Real, o racionamento de energia, em 2001, e as privatizações das estatais em setores como telecomunicações, energia e siderurgia. Além disso, pesquisas de opinião realizadas à época revelaram que a geração de emprego havia piorado, além de avaliarem negativamente a questão da segurança no Governo FHC. Havia um desejo que mudança, captado nas pesquisas de opinião de vários institutos e na estratégia de todos os principais candidatos - Anthony Garotinho (PSB) e Ciro Gomes (PPS) - inclusive do candidato oficial do governo, José Serra (PSDB), que, de forma inequívoca, não assumiu sua condição de candidato governista. Tudo isso criou um cenário difícil para o candidato tucano na disputa eleitoral (FIGUEIREDO e COUTINHO, 2003).

No entanto, o cenário que configurava um anseio por mudança no final do governo Fernando Henrique era diferente daquele que existia no término do governo Sarney, em 1989, quando Lula disputou sua primeira eleição presidencial. Naquele ano, o país enfrentava altos índices mensais de inflação e realizava sua primeira eleição presidencial direta desde 1961. A expectativa era de que fosse eleito alguém capaz de mudar radicalmente a situação. Este quadro culminou com a eleição de Fernando Collor de Mello, porém, sua gestão foi marcada por escândalos de corrupção que culminaram no impeachment do presidente. A crise política foi amenizada com a posse do vice-presidente, Itamar Franco, que realizou a implantação do Plano Real, conduzida pelo então Ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso (FIGUEIREDO e COUTINHO, 2003).

Nos Estados Unidos, o sistema eleitoral e a eleição presidencial possuem características distintas. Em primeiro lugar, destaca-se o caráter acentuadamente federativo do país que confere maior autonomia e maior legitimidade às demandas específicas de cada estado que o constitui, refletindo inclusive na forma como estão organizadas as etapas do

processo eleitoral. No entanto, os estados não escolhem o presidente diretamente. Em vez disso, adotaram um sistema de eleição indireta, chamado de Colégio Eleitoral, em que os eleitores são indicados por cada estado. Os legislativos estaduais, por sua vez, decidem como os eleitores desse Colégio serão escolhidos, sendo uma das formas o voto popular.

Outro aspecto a ser destacado é o sistema bipartidário que direciona os partidos políticos – democratas e republicanos – nos Estados Unidos. Nesse sistema, o partido precisa ser forte o suficiente em determinado estado para vencer no voto popular, não basta apenas obter uma porcentagem considerável. Além disso, é necessário que os partidos ganhem em diversas regiões do país, sendo maioria no Colégio Eleitoral (IIP DIGITAL, 2012).

Cabe frisar que o ano eleitoral nos Estados Unidos é marcado por alguns momentos específicos. O início e término das Eleições Primárias (*Primary Elections*) correspondem aos meses de janeiro e junho, respectivamente, começando pelos Estados considerados cruciais para a disputa, como Iowa e New Hampshire. Neste período, os eleitores dos 50 Estados escolhem delegados partidários, que apoiarão um determinado candidato, consagrando-se vitorioso aquele que obtiver maior número de delegados. Essas eleições prévias (ou *caucus*) diferem em seus procedimentos de acordo com os partidos e com os Estados, que tem autonomia para fixar suas normas eleitorais. Após a indicação oficial do partido do candidato à presidência, segue-se a campanha com vistas às Eleições Gerais (*General Elections*), que ocorrem na primeira terça-feira do mês de novembro. Nesse dia, os eleitores votam em delegados que, por sua vez, integrarão o Colégio Eleitoral e ficarão comprometidos a votar no candidato de seu partido. A Posse (*Inauguration*), por fim, acontece em janeiro (NETO, 2008).

Na disputa de 2008, o nome de Barack Hussein Obama Jr. conquistou expressividade e força política à medida que as etapas da campanha evoluíam. Mas, parte dessa empatia adquirida ao longo do ano eleitoral é devida aos traços peculiares que configuram sua trajetória biográfica, sobretudo o fato de ter raízes tanto na cultura negra quanto na cultura branca. A possibilidade de o país eleger o primeiro presidente afro-americano trouxe ao cenário midiático uma discussão frequente sobre sua origem, história de vida e intenções. De fato, ele teve uma trajetória diferente de todos os outros líderes americanos até então. Nasceu em Honolulu, no Havaí, filho de Barack Obama Sr, economista, negro, queniano, e de Stanley Ann Dunham, antropóloga, branca, de Kansas, região central dos EUA.

Sua infância e adolescência foram marcadas pela ausência do pai, que deixou sua família, primeiro para fazer pós-graduação em Harvard e depois por um emprego como economista do governo do Quênia. Obama encontrou-se com seu pai apenas uma vez, aos 10

anos. A figura materna, então, foi decisiva para que outras experiências acontecessem na vida de Obama. Após o divórcio, sua mãe casou com o executivo indonésio do petróleo, Lolo Soetoro, e a família mudou-se para Jacarta, capital da Indonésia. Após completar 10 anos de idade, decidiu retornar para o Havá e morar com os avós maternos.

Mas, sua formação acadêmica e atuação em questões comunitárias foram pouco destacadas pela imprensa mundial na época da campanha. Em 1983, Obama obteve o bacharelado em Ciências Políticas (Humanidades), com especialização em Relações Internacionais, pela Universidade de Colúmbia e, em 1991, formou-se em Direito em Harvard. Durante sua primeira vivência universitária, participou da Organização de Estudantes Negros e integrou atividades contra o *apartheid* na África do Sul. Depois trabalhou como diretor do Projeto de Comunidades em Desenvolvimento, onde atuava como organizador comunitário para uma coalizão de igrejas locais no lado sul da cidade, área afro-americana pobre e duramente afetada pela transição de centro de manufatura para economia de serviços. Também atuou na área de direitos civis e lecionou Direito Constitucional na Universidade de Chicago.

Outra questão explorada pela mídia foi a “pouca experiência política” de Obama, sendo reconhecido com frequência apenas como o “jovem senador”. Essa postura editorial das revistas, no entanto, revela certo silenciamento em relação às experiências prévias e o detalhamento da própria atuação no Senado. Em 1996, conquistou uma cadeira por Chicago no Senado estadual de Illinois. Ele foi reeleito no cargo por mais duas vezes. De muitas maneiras, a disputa foi um desdobramento de seu trabalho como organizador comunitário (o político como facilitador de esforços de base voltados para o cidadão e construtor de amplas coalizões). Ao longo dos oito anos que se seguiram, ajudou a mudar leis sobre pena de morte, ética e perfil racial, como melhorias no sistema de Justiça Criminal do Estado, além de reforma do financiamento de campanhas, reduções fiscais para a classe trabalhadora pobre.

Em 2004, ainda pouco conhecido fora de Illinois, Obama rouba a cena e ganha proeminência na Convenção Nacional do Partido Democrata, com um discurso que versava sobre a união do país explicando que “não existe uma América branca, uma América negra, uma América latina ou uma América asiática, mas sim os Estados Unidos da América”. O discurso de Obama, com sua linguagem refinada sobre a necessidade de transcender as divisões partidárias e seu chamado para uma “política de esperança”, fez mais do que animar os participantes da convenção: catapultou Obama na mídia nacional como uma estrela em ascensão do Partido Democrata. Quatro meses depois, conquistou uma vaga no Senado americano pelo Estado de Illinois, tornando-se o terceiro senador negro do país.

A disputa presidencial nos Estados Unidos, em 2008, foi considerada histórica já na fase das eleições primárias, pois independente do resultado, os democratas trariam um candidato singular para a disputa – Hillary Clinton, uma mulher, ou Barack Obama, um afro-americano. Como aposta para ganhar a indicação partidária, a equipe de Obama se concentrou em Estados com prévias para a escolha dos delegados e em Estados menores que tradicionalmente votam nos republicanos na eleição geral. Essa abordagem capitalizou o sistema de representação proporcional do Partido Democrata — que atribui os delegados das convenções de cada estado proporcionalmente à participação de voto de cada candidato — em oposição ao sistema dos republicanos que atribui a maioria ou todos os delegados da convenção ao vencedor em cada Estado. A estratégia deu certo nas prévias e se confirmou nas Eleições Gerais, em novembro, quando Obama derrota o republicano John McCain e foi eleito presidente dos EUA.

Ele entrou para a história como o primeiro negro a ocupar tal cargo, num país marcado pelas lembranças do segregacionismo e com o comparecimento recorde de eleitores às urnas, com a participação de quase 66% dos 153,1 milhões eleitores, registrando a maior taxa desde 1960, quando 64,9% do eleitorado foram às urnas na disputa entre John Kennedy e Richard Nixon. Outra questão que favoreceu a empatia pelo nome de Barack Obama, além de sua peculiaridade biográfica, foi o cenário político em que se encontravam os Estados Unidos, em 2008.

O Governo Bush deixava como herança um cenário de generalizada insatisfação com as situações política e econômica do país, em virtude da crise financeira, suas causas (a sucessão de falências de instituições financeiras, nos Estados Unidos e na Europa) e os impactos sobre o país (cenário de recessão). Ao mesmo tempo, havia certa divisão nas opiniões dos norte-americanos sobre o papel da guerra contra o Iraque na luta contra o terrorismo, que duvidavam da eficácia das ações militares para reduzir a ameaça terrorista contra o país (OPINIÃO PÚBLICA, 2009). Neste sentido, Obama aperfeiçoou o cenário e destacou suas promessas durante a campanha: pôr fim à guerra no Iraque; superar a divisão entre republicanos e democratas para avançar em diversos setores, desde a energia à saúde pública; mudar o modo tradicional de Washington conduzir os negócios da nação; e convocar os americanos de diferentes posicionamentos ideológicos, sociais e raciais a se unir para o bem comum.

Se considerarmos que as eleições enquanto acontecimentos históricos não são possíveis sem atos de linguagem, assim como as experiências adquiridas a partir da sua realização não podem ser transmitidas sem uma linguagem, é possível visualizar o elo efetivo



entre os dois presidentes a partir da linguagem jornalística: a recorrência dos acionamentos biográficos na cobertura jornalística do período eleitoral.

### **2.3. A visibilidade pública da imagem presidencial**

A função presidencial está em processo de profunda mudança, na Europa e nas Américas, com destaque para as características do ocupante do cargo. Pela primeira vez, o mundo viu na América Latina se tornarem presidentes: um líder sindical (Lula, no Brasil), quatro mulheres (Michelle Bachelet, no Chile; Dilma Rousseff, no Brasil; Cristina Kirchner, na Argentina; Laura Chincilla, na Costa Rica), um representante das culturas indígenas (Evo Morales, na Bolívia) e um bispo católico (Fernando Lugo, no Paraguai). Nos Estados Unidos, Barack Obama, um negro, foi eleito presidente. Na Europa, as mulheres passam a se estabelecer no cenário político, a exemplo da França, em que Ségolène Royal esteve presente no segundo turno de uma eleição presidencial, pelo Partido Socialista, e, na Alemanha, Angela Merkel tornou-se chanceler.

São múltiplos os fatores que convergem para essas mudanças. Muitos deles estão enredados e refletem as transformações do século XXI, como o peso crescente da Internet e das ferramentas de comunicação, a relação das jovens gerações e as instituições políticas, mobilidade ideológica, questões partidárias, mutações nas democracias contemporâneas, a representação política das pautas minoritárias (imigração, discriminação, exclusão social, entre outras) e a midiaticização da posição executiva (NETO, MOUCHON e VERÓN, 2012).

Nesse contexto, o corpo presidencial e sua visibilidade se tornaram a pauta da comunicação política. Soto (2012) entende como “corpo” o resultado da articulação das imagens, da palavra e da informação indicial que qualquer dispositivo põe em jogo. Assim, a relação cotidiana entre as pessoas, a imagem do outro, seus gestos, traços faciais e sentimentos, que sempre foram elementos importantes, com a política na era da midiaticização<sup>13</sup>, essa exposição “íntima” e, ao mesmo tempo, pública, ganha contornos exponenciais. A imagem, então, passou a ser fundamental para a vida política.

---

<sup>13</sup> Utilizamos o termo “midiaticização” à luz da definição de Sodré (2006, p.22), que o conceitua como “uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo”. Para o autor, o conceito articula as múltiplas instituições da sociedade com as várias organizações de mídia. Assim, a midiaticização pode ser pensada como uma quarta esfera existencial (além das três formas de existência humana aristotélica – vida contemplativa, vida política e vida prazerosa), na qual a mídia pode ser estruturadora ou reestruturadora de percepções, atuando como uma agenda coletiva e, também, influenciando normativa, emocional e sensorialmente a vida social.

No jornalismo, as imagens (fotografias, ilustrações, etc.) são utilizadas de diferentes maneiras e sua articulação em relação ao personagem político pode ter seu significado ancorado nas palavras. Em algumas situações tem função ilustrativa, em relação ao que é narrado; em outras, quando dizem algo mais, exercem a função de acompanhamento; ou ainda, podem exercer uma descrição colaborativa, ampliando a informação com dados adicionais (SOTO, 2012). De acordo com Abélès (2012), tudo é pretexto para revelar a verdade humana do candidato. E, nesse processo de construção e reforço de simbolismo, as mídias registram a ascensão dos indivíduos ao poder da democracia. “Personalização, relação emocional e até de compaixão entre o eleito e o povo: estamos lidando com uma nova forma de populismo, numa espécie de *performance* que estimula a demagogia, na ausência de um verdadeiro debate político” (ABÉLÈS, 2012, p. 34).

Para Ossa (2012), a comunicação política favorece a visão carismática do líder, que estetiza seu corpo e politiza sua imagem. Nessa perspectiva, a ideia de “governante”, atribuída ao personagem político que assume o cargo representativo, é esvaída de uma densidade existencial e pode se tornar um dispositivo narrativo, capaz de articular a vida cotidiana e a modernização, na medida em que agrega esses elementos, apresentando-se midiaticamente como o espaço da cidadania. Segundo o autor, as transformações do aspecto presidencial e o contraste das imagens não estão restritos ao corpo, mas o torna significativo de unidade, signo de integração e símbolo da pluralidade.

O presidente ou presidenta... é um dispositivo narrativo que garante o vínculo entre o espetáculo e a política. Além disso, é um mecanismo retórico capaz de reinventar a relação entre a comunicação e poder; e é também um corpo simbólico que hospeda a mimese da nação e uma materialidade histórica que expressa e delinea as regras da ordem (OSSA, 2012, p. 51).

O fato é que essa relação da função presidencial e sua imagem têm sido repensada e atualizada nas campanhas presidenciais. Percebe-se uma ruptura com os velhos padrões de identidade para atender às mudanças da sociedade moderna. “Daí se depreende que a figura presidencial é concebida como um patrimônio nacionalista, a memória pública da vitória, um monumento da identidade e da força que dá coesão ao mesmo diante do outro” (OSSA, 2012, p. 42). Na América Latina, por exemplo, Ossa (2012) destaca que o governante concentra seu trabalho de entorpecer a desigualdade social com mensagens-chave e, por isso, sua imagem pode oscilar entre a polaridade da santidade e a maldição (geralmente ligada às questões de corrupção). Ou seja, o presidente (a) latino-americano torna-se visível no momento em que

agrega o telúrico com a tecnologia, o cotidiano com as reconfigurações urbanas e o político com as emergências sociais.

Nesse cenário de transformações, o acionamento de elementos biográficos é capaz de articular ou desarticular uma concepção pré-estabelecida acerca de determinado personagem político. Ossa (2012) cita como exemplo a presidenta Michelle Bachelet que reforça em sua imagem a relação entre política e gênero, ao tornar evidentes censuras machistas e institucionais, por ser uma mãe solteira, filha de um general democrático castigado pela ditadura e ser laica e profissional. Para ele, esses elementos biográficos articulam a imagem de uma representante socialista que dirige uma sociedade neoliberal e rompe a ligação entre mulher e conservadorismo cristão. “Ser presidente é uma função ilustrada, isto é, um agente racional que articula o tempo material da vida produtiva com as regras das instituições do Estado” (OSSA, 2012, p. 43).

As mudanças que permeiam as sociedades, principalmente em termos de visibilidade política, sugerem que a vida cotidiana e seus problemas se tornaram um argumento para associar igualdade, democracia e mercado à redução das desigualdades. Essa estratégia consiste na identificação do presidente com os anseios da população. Assim, o “corpo presidencial” despido das instâncias clássicas, passa a investir na interação e na proximidade com o “povo” (o beijo e o aperto de mãos nas aparições públicas personificam essa imagem). Isso ocorre não apenas em períodos eleitorais, mas em circunstância de catástrofes naturais, por exemplo, quando o presidente se desloca e leva consolo aos necessitados, saindo de sua função para entrar na vida como ela é (com suas dores e alegrias). Em linhas gerais, a representação da imagem presidencial pode ser expressa por uma visibilidade múltipla, na qual é possível destacá-lo como intelectual, líder, administrador, pai/mãe, visionário, entre outras marcações simbólicas. Enfim, o presidente é uma rede de mensagens prevista e, sendo um sujeito biográfico, também aciona temporalidades. Ele vai se tornando uma narrativa, na qual repousam memórias, o passado e o presente (OSSA, 2012).

As imagens tem se destacado na conformação e/ou deformação do espaço público-político e o espaço comum. Elas nunca vêm sozinhas, nem é possível reconhecê-las fora de redes imaginárias. Devem ser abordados o lugar e a função das imagens, mas sobre todos os imaginários, porque os ordenamentos políticos se sustentam e se expressam precisamente em imaginários culturais (ABRIL, 2010). Ao refletir sobre atores políticos, principalmente presidentes, destacamos que sua “imagem” é, ao mesmo tempo, pública e privada (individual). Assim, o marketing político de nossos dias, os cenários das audiências e campanhas, a roupa dos líderes, os gestos, sua postura em cena, entre outros elementos,

remetem, portanto, à enciclopédia midiática e à experiência cultural do público contemporâneo. O jornalismo, por sua vez, recorta, remonta, reconstrói essas imagens a partir, dentre outros elementos, dos acionamentos biográficos.

Seguindo uma perspectiva histórica, Gomes (2004) destaca que a esfera civil autoriza quem governa ou quem legisla, conferindo legitimidade à esfera política. Porém, muitos aspectos que demarcam as relações entre as duas esferas vêm apresentando mudanças. Em ocasiões pretéritas, a esfera civil tomava conhecimento das informações do universo político (agendas do governo e pautas do Congresso, por exemplo) estritamente através da imprensa de opinião associada a grupos de interesse, a determinados partidos políticos ou através dos boletins da imprensa oficial, cujas notícias representavam o interesse de quem governava. Em algumas dessas circunstâncias, o governo controlava os fluxos de informação, selecionando e editando o conteúdo sobre política através do qual o cidadão comum formava sua opinião. Ou ainda, a esfera civil formava sua decisão sobre os candidatos à esfera política, principalmente, por meio das campanhas e competições eleitorais (GOMES, 2004).

Hoje vivenciamos um cenário em que as informações sobre a esfera política se apresentam em fluxo contínuo, acelerado e multidirecional. Em sociedades liberais e democráticas, a informação de política é tida como um negócio em lugar da imprensa de opinião e da imprensa oficial. Os repertórios de informação sobre a política circulam em um domínio livre, intenso, veloz e de fácil acesso, na qual os cidadãos podem se tornar espectadores e consumidores. Censura nesses modelos é algo retrógrado. “Em sociedades onde a política é secularizada e tratada no nível do consumível, devassa-se a esfera política como se devassa a vida provada de celebridades e da cultura em ondas cada vez mais crescentes de hiperexposição” (GOMES, 2004, p. 112-113).

As intervenções no jogo político já não dependem estritamente das campanhas eleitorais episódicas. É possível reconfigurar e deliberar todos os dias as opiniões individuais e coletivas sobre o governo, os partidos políticos, os sujeitos e temas políticos depois da leitura do jornal matutino (impresso ou em sua versão digital; neste caso a possibilidade interativa se amplia) ou depois de apreciar o telejornal da noite. Há, neste sentido, uma necessidade emergente no campo político que é a necessidade de saber, a cada momento, a opinião e a disposição da esfera civil sobre as decisões políticas, sobre os participantes do jogo político, os programas e reformas governamentais e, principalmente, sobre os sujeitos políticos.

Segundo Gomes (2004), no âmbito da esfera política, o sucesso eleitoral depende da capacidade dos emissores do mundo político de identificar e atender percepções, disposição e

opiniões circulantes na sociedade. Uma vez identificadas, passam a cortejar a esfera civil, buscando reconhecer seus humores, tendências e criando estratégias para satisfazer seus desejos, produzindo discursos e fatos conforme a opinião que se quer que o público tenha. Isso implica em uma nova postura dos agentes políticos: não apenas governam ou legislam, atuam como se estivessem em uma campanha permanente, uma “eleição interminável”. Isso decorre do entendimento de que a cena política é o espelho onde a vida política se apresenta aos olhos dos leigos. É, a partir dela, que a esfera civil organiza sua opinião e disposição sobre os sujeitos públicos, sobre as agendas de governo, entre outras demandas do campo político.

Segundo Abril (2010), os ordenamentos políticos se sustentam por meio de regimes de visão, que consistem na administração da visibilidade e da invisibilidade e da aplicação de procedimentos específicos do “tornar visível” (e, por conseguinte, “não tornar visível” e “tornar invisível”) e de seu controle e da administração do olhar aceitável ou legítimo. Essa argumentação remete à reflexão sobre o que Gomes (2004, p. 114) denomina como “esfera da visibilidade pública”, ou seja, a forma como um agente político ou uma matéria da pauta política podem assegurar o reconhecimento público:

Para um agente profissional da política, existir para o público de massa é principalmente existir nessa esfera e a imagem que se fizer dele a partir da cena política será tomada pelo público como a constituição da sua natureza e do seu caráter. Portanto, é a sua cena principal, praticamente o único palco no qual tem o público como espectador. Não estar em cena significa não existir; parecer mau é ser mau para o apreciador do teatro político cotidiano. (GOMES, 2004, p. 115).

A abordagem jornalística sobre as biografias e trajetórias de vida de personagens políticos, portanto, se apresenta de forma coerente e como consequência desse processo que caracteriza atualmente as relações entre comunicação e política. Há uma nítida estratégia textual e pertinência temática no que tange aos acionamentos biográficos no jogo de forças políticas no âmbito do campo jornalístico. Por um lado, há de se considerar que o “existir” para a memória do público passa pela visibilidade midiática. Por outro lado, a (re)constituição da imagem pública dos atores políticos, a partir dos textos midiáticos, possibilita inibir ou reforçar composições políticas. Analisemos rapidamente esses dois aspectos, considerando nosso objeto de reflexão.

A exposição na esfera de visibilidade pública pode ter benefícios e prejuízos. No caso de personagens políticos que se projetam nas campanhas eleitorais com vistas ao cargo de presidente de um país, o valor agregado atinge sua cota máxima de exposição. “Estar à frente do Executivo garante ao titular imediatamente uma presença cotidiana, enquanto durar

o mandato, nos lares de todos os brasileiros através da comunicação de massa.” (GOMES, 2004, p. 116). A cota de visibilidade do cargo pretendido pelo personagem político constitui boa parte do seu poder simbólico em virtude da chance de fazer-se ver e ouvir na sociedade. A exposição do ator político está condicionada ao patrimônio de credibilidade política, sua capacidade de liderança, articulação e composição, diálogo e trânsito com as bancadas partidárias (além de sua filiação) nas representações parlamentares, além da relação com a imprensa, o que inclui seu carisma midiático, a capacidade de gestão da própria imagem e a condução da opinião pública, sobretudo em situações de crise.

Todos esses elementos são fundamentais para fortalecer os valores que a visibilidade agrega. Assim como a ausência de alguns deles pode minar sua imagem e as negociações no interior do jogo político podem sujeitar esse personagem ao risco de exposição negativa. Para Gomes (2004), a visibilidade é um cacife político importante agregado ao poder dos parceiros da negociação (agentes políticos X agentes midiáticos), porém a exposição requer instrumentalização para que seja realizada de forma eficiente no seio do jogo político. Há, neste sentido, uma necessidade de considerar informações vantajosas do ponto de vista da visibilidade, ao contrário daquilo que é conveniente manter sob discrição. A administração do que vai à cena e o que fica nos bastidores é o segredo da cena teatral política, sobretudo em tempos de campanha eleitoral. Trata-se de um jogo de forças discursivas.

No caso de candidatos com forte apelo popular, a visibilidade pode ser objeto de desejo ou temor dos agentes do campo político em tempos de eleição. As informações positivas ou negativas a eles atreladas podem ser fatores importantes nas disputas dos cargos políticos e na formação de alianças eleitorais. Isso significa que os índices de popularidade representam um “cacife” importante para a imposição ou rejeição de um sujeito no seio da discussão política eleitoral (GOMES, 2004). Em alguns casos, a ampla discussão sobre a trajetória de vida (pessoal e política) do candidato pode ser uma estratégia que fortalece sua visibilidade. Mas nem sempre é uma regra a ser seguida. A depender da conjuntura social, política, econômica, cultural e histórica de uma determinada sociedade os acionamentos biográficos podem dialogar diretamente com os anseios de uma parte do eleitorado e do que se entende por desejo de “mudança”, no período em questão. É onde se explora os elementos de representação das classes sociais, dando visibilidade aos aspectos que compõem o arcabouço biográfico do personagem em questão.

Em consonância com Gomes (2004), reiteramos que a imagem pública é fator inibidor ou reforçador de composições políticas e que seu controle e administração fazem parte das habilidades e matrizes que integram a política midiática. Esta, por sua vez, está

sujeita a diversos meios e modos da política de negociação da visibilidade, que não depende apenas de bons acertos e alianças vantajosas no interior do campo profissional da política. Em democracias liberais, como o Brasil e os Estados Unidos, a visibilidade pública se situa em expansão, sobrepondo-se à barganha e à política miúda. E o agente político, em sua exposição pública no seio da sociedade, se constitui como “um conjunto de discursos (dele e sobre ele), de representações visuais de atos, de configurações plásticas ou sonoras que serão decodificados pelo público como representações, opiniões, disposições afetivas, como imagem, enfim.” (Id. p. 125).

É neste sentido que os agentes políticos devem considerar a forma como seus discursos podem repercutir publicamente em situações de mediação pelos agentes do universo midiático, pois os atos e discursos políticos contribuem para a produção de uma imagem sobre si. Há, no mundo político, uma convicção de que grande parte das disputas eleitorais e do jogo político contínuo se resolve na forma de uma competição pela construção e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições que integram a arena política. É no seio dessa esfera política que se desenham as preferências eleitorais, onde se mobiliza a sociedade civil, aquieta-se ou incita-se a opinião pública, o mercado financeiro, conquistando ou perdendo credibilidade, em prol de um partido, grupo ou ator político.

A própria imprensa muitas vezes “exige” de um personagem político uma imagem pública positiva, a qual está vinculada a qualidades como competência e honestidade, combinando um discurso coerente entre a imagem consolidada e ações ou atividades que se tornam públicas. Da mesma forma que condena e crucifica aquele cujo discurso, atos e ações, contrariam os ideais e convicções político-editoriais do dispositivo midiático. Trata-se, portanto, de uma disputa política eleitoral travada na arena das imagens públicas, onde o discurso jornalístico se apresenta como ferramenta de poder de fala e de construção ou desconstrução desses personagens. A construção textual do conteúdo jornalístico – verbo-visual – reforça essas estratégias e lutas.

Esse fenômeno da imposição de imagem é uma das características da disputa política contemporânea. A imagem pública é uma entidade conceitual, apoiada e construída sobre mecanismos enunciativos linguísticos, mas que não deve ser confundida com opinião pública, termo mais complexo que pode ser usado para se referir a qualquer posição conceitual sobre qualquer objeto. “A imagem pública não é um tipo de imagem em sentido próprio, nem guarda qualquer relação com a imagem plástica ou configuração visual exceto por analogia com o fato da representação” (GOMES, 2004, p. 246). O termo “imagem pública” designa um fato cognitivo, conceitual.

Embora haja certa instabilidade no âmbito da definição deste termo, é possível identificar alguns aspectos essenciais que direcionam seu entendimento. Conforme Gomes (2004), a imagem pública de um sujeito abrange um complexo de informações, noções e conceitos, que compõem um repertório de uma enciclopédia coletiva e são partilhados pelos “componentes” de um determinado grupo ou coletividade. É justamente por isso que se atribui o caráter público à imagem. Além disso, as imagens públicas constituem concepções e propriedades que estruturam o sujeito, sua personalidade (identidade moral e psicológica) e seu caráter (atitudes, pensamentos e expressões). Essas concepções também permitem a atribuição de um valor e um lugar narrativo ao sujeito. É através da caracterização que se estabelece uma personalidade e uma personagem, uma forma de existência em si e para fora, ou seja, uma imagem pública.

Passamos pelo entendimento deste conceito sem a pretensão de esgotá-lo nesta pesquisa. No entanto, apreendê-lo é de suma importância para que possamos dialogar com a natureza de dois personagens políticos – Lula e Obama – cujas trajetórias de vida pessoal e política foram amplamente acionadas pela cobertura jornalística, ao longo das campanhas presidenciais que disputaram e nas quais foram eleitos. Neste sentido, falar da imagem do candidato a Presidente da República é reconhecer ou atribuir um conjunto de propriedades como característica de um determinado ator político e de outras instituições que o circundam. Em nosso caso, especificamente, defendemos que há algo na biografia desses personagens que chama a atenção da imprensa. O jornalismo faz seus recortes, dando ênfase a determinadas nuances da trajetória, criando seu próprio discurso sobre a imagem pública desses dois atores políticos, trazendo ao conhecimento público informações que fazem parte da intimidade, da genealogia, entre outros elementos biográficos, como estratégia editorial e discursiva, que acabam por contribuir para a fixação de uma imagem pública desses personagens políticos.



### **CAPÍTULO III: MODOS DE LER E SIGNIFICAR O JORNALISMO EM REVISTA (METODOLOGIA)**

Na condição de leitor comum, como lemos os textos jornalísticos de revistas impressas? Somos atraídos por um título, uma foto, um tema ou seu conjunto? E, na condição de pesquisador, como estabelecemos uma leitura do conteúdo informativo das revistas, considerando a experiência visual que ela possibilita enquanto dispositivo? As revistas podem estabelecer uma experiência visual com o leitor de diversas formas. Em qualquer uma dessas experiências (seja como leitor comum ou como pesquisador) é possível identificar os elementos visíveis que compõem a sua estrutura morfológica, como também, perceber as ausências. Destaca-se, no entanto, que esses processos de leitura guardam relações, mas são distintos.

Uma abordagem jornalística impõe acionamentos e realçam escolhas enunciativas que são capazes de dizer algo ou silenciar sobre o acontecimento em pauta. A disposição dos elementos na composição da capa e a ordem de apresentação da manchete, das imagens e do texto noticioso convidam-nos a refletir sobre os significados possíveis que o jornalismo constrói ao abordar os acontecimentos. Mas, como interpretamos e apreendemos os efeitos de sentido produzidos pelos produtos jornalísticos em uma perspectiva analítica? Quais as competências de leitura que mobilizam nosso processo de significação do conteúdo jornalístico das revistas semanais de informação? Quais os sentidos possíveis gerados por sua composição?

Considerando aqui a materialidade da revista e a forma como se apresenta ao público, há diversas maneiras de “ler” as notícias e apreender seus significados. Os modos de articulação dos elementos (verbais e visuais) que compõem as páginas das revistas possibilitam experiências visuais e sensoriais individuais que, por sua vez, podem estar condicionadas à nossa memória e à nossa bagagem cultural, em termos de conhecimento social, histórico, político, entre outras experiências que modulam nosso olhar sobre o mundo.

Da mesma forma, há inúmeros caminhos analíticos que possibilitam verificar os questionamentos oriundos da observação crítica das revistas e compreender sua dinâmica enquanto dispositivo jornalístico. Nesta instância da pesquisa, ocupamo-nos em apresentar o caminho metodológico adotado para operacionalizar a análise, ou seja, apresentamos e

justificamos nossas escolhas metodológicas que ajudaram a responder os questionamentos que permeiam o objeto empírico.

No entanto, dois pontos devem ser esclarecidos em relação à empreitada metodológica. O primeiro aspecto é o fato de que o objeto “pede” o método, ou seja, a escolha metodológica deve até ser pressuposta, prevista em um projeto, mas não deve ser algo meramente imposto pelo investigador desde o início da pesquisa. Neste sentido, destacamos que não é recomendável começar uma pesquisa defendendo um caminho metodológico quando o problema de pesquisa e os objetivos (geral e específicos) não estão devidamente pontuados e, acima de tudo, quando não há um conhecimento mais aprofundado da natureza do objeto que permita, por exemplo, ter certeza da exequibilidade da pesquisa.

A segunda observação se refere à gradativa construção do caminho metodológico, que é percebida à medida que testamos o objeto. Como isso acontece? É necessário primeiro conhecer a natureza desse objeto, permitir que ele se expresse (metaforicamente falando), sensibilizando o olhar analítico para perceber os detalhes e nuances que demonstram gestos analíticos em potencial. Em nosso caso, realizamos a catalogação de todas as edições das revistas *Veja* e *Time*, pontuando o conteúdo de cada edição e realizando a leitura flutuante desse material. Esse tipo de contato com o objeto revela ao pesquisador uma série de desdobramentos possíveis que transcendem os pressupostos que motivaram o projeto inicial. Nesta pesquisa, especificamente, a natureza da revista possibilitou perceber o texto jornalístico para além das mensagens ditas. Em seguida, recomenda-se que o pesquisador proceda aos testes metodológicos, a partir de recortes do material empírico. Na tentativa de compreender a natureza do objeto, testamos exercícios metodológicos diferentes, mas a única empreitada analítica que forneceu respostas mais concretas aos questionamentos de pesquisa, sem aprisionar o objeto, foi a semiótica na perspectiva de texto verbo-visual defendida por Gonzalo Abril.

A primeira experimentação analítica foi motivada principalmente pelas leituras ao longo da disciplina “Estudos Avançados em Comunicação I”, no semestre 2012.1<sup>14</sup>. Foi a partir das reflexões sobre o significado das noções de tempo e espaço para a prática jornalística que o projeto de pesquisa ganhou novos rumos. Tal percepção nos impulsionou a pensar a relação presente-passado-futuro neste primeiro estágio da pesquisa. Partimos do

---

<sup>14</sup> Essa primeira experiência analítica resultou no artigo “Lula e Obama em fragmentos biográficos temporalizados: a vitória presidencial sob o olhar de *Veja* e *The Economist*”, apresentado ao 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (2012), promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

seguinte questionamento: como e por que as noções de espaço e tempo são convocadas nas reportagens que privilegiam os aspectos biográficos dos personagens Lula e Obama? Naquele momento, consideramos que apesar de trajetórias biográficas, políticas e contextos sociais divergentes, o ponto de intersecção entre os dois líderes políticos seria justamente o debate em torno da imagem que representam para suas nações de origem e para o mundo, seja em termos de experiência de vida como também em termos de expectativa para as relações internacionais. Em suma, o exercício analítico relembra o papel da linguagem jornalística como mediadora de acontecimentos históricos e o cuidado no resgate temporal que o texto das reportagens deve apresentar.

No final do segundo semestre (2012.2), o projeto foi submetido à reformulação para ampliação do estado da arte, estruturação e avaliação da proposta metodológica. Após a avaliação, decidiu-se por reduzir o corpus inicial, que abrangia quatro revistas (*Veja*, *Carta Capital*, *Time* e *The Economist*), o que acarretaria em um volume maior de reportagens e, conseqüentemente, ampliaria a estruturação dos capítulos de análise, correndo o risco de tornar-se humanamente inexecutável. Assim, considerando a proeminência e representatividade em relação aos títulos *Veja* e *Time* no mercado editorial de revistas, optou-se por utilizar apenas essas duas revistas, o que já garantiria um corpus considerável para a execução da pesquisa.

A reformulação do projeto de pesquisa, no entanto, alertou-nos também para a necessidade de observar a textualidade das revistas e de seu jornalismo. Além do manancial teórico ofertado pelas disciplinas, paralelamente, discutia-se no grupo de pesquisa a noção do texto verbo-visual, defendida por Gonzalo Abril, o que favoreceu observar e pensar de maneira mais aprofundada a dimensão biográfica nos textos jornalísticos. Essa experiência ganhou força e sustentação teórica após a realização de um minicurso com o próprio autor, em oportunidade de seminário no próprio PPGCOM, durante o semestre 2013.1.

Percebemos que o texto jornalístico, ao cumprir seu ofício, aciona determinados fatos e elementos biográficos, assim como resgata recortes históricos, perceptíveis na composição visual das revistas impressas, sobretudo quando se trata da cobertura de acontecimentos cuja dimensão marca a história de uma sociedade. Esse refinamento do olhar analítico nos conduziu às leituras acerca da dimensão das relações de temporalidade e da memória coletiva presentes no jornalismo informativo das revistas, sobretudo em tempos eleitorais<sup>15</sup>. Foi

---

<sup>15</sup> Essas reflexões resultaram no artigo “Jornalismo, dimensões textuais e memória – algumas considerações sobre a vitória de Obama em 2008”, apresentado ao 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (2013), promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Uma versão

possível perceber que o tempo eleitoral é singular e que os personagens políticos que compõem o cenário da disputa são protagonistas de sua própria história e da história de uma nação.

O segundo exercício de análise, portanto, foi realizado após o recorte da dimensão empírica, porém ainda preservava a perspectiva metodológica dos enquadramentos de mídia, assim como ainda dialogávamos com a percepção de certa dimensão mítica, em relação à Lula e Obama, na cobertura jornalística, conforme proposto no projeto de pesquisa inicial. Naquele momento havia um entendimento de que o discurso midiático se configura como um instrumento não somente formador de opinião, mas ferramenta que agrega valor e atribui sentidos ao personagem político, reforçando e/ou desmistificando determinadas simbologias.

Partindo de tal perspectiva, experimentou-se a elaboração de um mapeamento inicial dos enquadramentos que privilegiam o passado biográfico de Barack Obama, visando responder os seguintes questionamentos: Como o discurso jornalístico de cobertura das eleições elege elementos biográficos para caracterizar o evento? Que enquadramentos marcam o discurso jornalístico no estabelecimento dessa “biografia”, de forma a caracterizar a peculiaridade e significado histórico da vitória de Obama? Com abordagem comparativa verificamos como a imagem de Barack Obama foi apresentada nas revistas ao longo do ano eleitoral, a partir de quatro recortes episódicos – início e término das Eleições Primárias (*Primary Elections*), término das Eleições Gerais (*General Elections*) e Posse (*Inauguration*). Além disso, discutimos o papel do jornalismo como lugar de articulação e operador da memória do personagem político<sup>16</sup>.

Esse exercício de mapeamento das formas de enquadramento de elementos biográficos acionados nos relatos jornalísticos permitiu experimentar uma relação de conhecimento e reconhecimento de inúmeras possibilidades analíticas. Foi possível perceber como os enquadramentos “organizam” e “agregam” tais elementos, em consonância com as relações temporais que eles acionam. Os enquadramentos que acionam o passado biográfico de Obama no texto das revistas foram agrupados em oito temáticas assim nomeadas: história

---

reelaborada do artigo foi publicada na Edição nº 35 da Revista Líbero (janeiro/Junho 2015), com o título: “Jornalismo, memória e mito: um olhar sobre a vitória de Barack Obama em 2008”, disponível em: <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/08/Michele-e-Elton.pdf>.

<sup>16</sup> Esse segundo exercício analítico resultou na elaboração do artigo “Jornalismo, memória e mito: um olhar sobre a vitória de Barack Obama em 2008”, em co-autoria com o Prof. Elton Antunes, apresentado ao Grupo de Trabalho Jornalismo Político (GT8), V Encontro Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política, V Congresso da Compólitica (2013).

de vida, marco histórico, identidade familiar, traço de época, jornada, mensageiro, instantâneo, cotidiano.

Assim, a problemática inicial em torno de uma suposta dimensão mítica dos candidatos foi sobreposta por uma constatação que se revelou como algo mais proeminente: a existência do que chamamos provisoriamente de “reportagens biográficas”. Tal constatação nos assegura um lugar instigante no campo das pesquisas em jornalismo, uma vez que pouco se discute acerca do lugar do biográfico no jornalismo informativo, sobretudo no gênero “reportagem”. Há discussões mais frequentes acerca das histórias de vida como pauta de perfis jornalísticos, temas de livros-reportagem. Ou ainda, a publicação de biografias (em formato de livros) elaboradas por jornalistas. Porém, não identificamos leituras que dessem conta da presença de elementos biográficos nas reportagens publicadas em revistas semanais de informação.

Tal cenário, então, desponta como desafio para que essa pesquisa possa contribuir com o preenchimento da lacuna bibliográfica no campo do jornalismo, como também estimula o desenvolvimento ou formatação de uma proposta metodológica que possa ser aplicada aos textos impresso das revistas, considerando sua dimensão verbo-visual, sem fragmentar o objeto em unidades.

Neste sentido, as experiências analíticas com o objeto empírico comprovam e sustentam a exequibilidade desta tarefa, pois permitiram perceber que as reportagens de *Veja* e *Time* seguem um roteiro argumentativo que privilegiam o acionamento de determinados aspectos biográficos de Lula e Obama, na composição verbo-visual do texto jornalístico das revistas. No entanto, esse gesto textual que configura a convocação dos elementos biográficos dos personagens apresenta características peculiares em cada revista (considerando a diferença de linha editorial, contexto social e político de cada uma, entre outros demarcadores). Buscamos, portanto, compreender os gestos narrativos que as revistas possibilitam ao abordarem os personagens Lula e Obama em contexto eleitoral. Para tal, pensamos a escrita jornalística e seus acionamentos aplicando uma proposta metodológica para a leitura de textos impressos, a partir das contribuições teóricas de Gonzalo Abril e dos estudos da Semiótica em âmbito da Comunicação de Massas. Por fim, apresentamos a proposta metodológica para leitura dos textos jornalísticos impressos, desenvolvida para esta pesquisa.

### 3.1. Semiótica: uma chave de leitura

Assumimos nesse trabalho a perspectiva apresentada por Casa Nova e Paulino (2009), que apresentam uma preocupação em não restringir a Semiótica ao escopo de uma ciência, mas sugerem que ela seja compreendida como “uma pesquisa epistemológica que pode e deve tomar a própria ciência como objeto” (Id., p. 10). Para as autoras, até a natureza se torna signo ou sistema de signo, uma vez que, ao ser interpretada pode ser portadora de sentidos tornando-se cultura e semiotizada:

O objeto da semiótica será tudo aquilo que se colocar para um sujeito-leitor como passível de leitura, sendo esta o momento da produção de sentido. O objeto se tornará então um sistema de signos, ou um signo, entendendo-se este como unidade que se manifesta constituída pela função semiótica, isto é, pela relação estabelecida entre significante e significado. Ausente está o objeto em si, impossível de ser acessado. O signo substitui o objeto, na medida em que é lido em seu lugar. Assim, os carros transitando pelas ruas da cidade podem ser lidos como signos de poder econômico, de poluição urbana, de design automobilístico, etc. A leitura vai semiotizar os carros, transformando-os em signos, conforme o desejo e as possibilidades do sujeito-leitor, em sua inserção social. (CASA NOVA e PAULINO, 2009, p. 12).

Há diversas vertentes dos estudos semióticos que partem do signo ou do texto e trabalham o discurso, a narratividade, a intertextualidade, entre outras nuances (CASA NOVA e PAULINO, 2009; NÖTH, 1995; PENN, 2002; CODATO e LOPES, 2009; BARTHES, 2006; MARTINO, 2009). A perspectiva semiótica matricial de Charles Sanders Peirce (1839-1914) inaugura um modelo que trabalha com o modo de produção do *signo*, cuja apreensão é dada por sua articulação no pensamento (lógica). No final da década de 1960, os estudos em semiótica iniciam um diálogo estreito com o Estruturalismo, que viria a configurar a vertente francesa ou europeia. No entanto, cabe destacar que a terminologia em francês surge em 1916, quando Ferdinand Saussure (1857-1913) publicou o *Curso de Linguística Geral*, postulando a *Semiologia* como ciência geral das linguagens e tratando a *língua* como instituição social. A perspectiva semiológica se fortaleceu por meio dos estudos estruturalistas, sobretudo a partir dos trabalhos desenvolvidos por Michael Foucault, Claude Lévi-Strauss, Jaques Lacan, Roland Barthes, A. J. Greimas, entre outros. Por fim, a terceira vertente, oriunda do desenvolvimento da semiótica como ciência geral dos signos é a semiótica soviética e os trabalhos de Yuri Lotman, Boris Uspênski e os estudos das universidades de Tartu (Estônia) e Moscou (Rússia). A vertente russa, também denominada “semiótica da cultura”, elaborou dois conceitos que são caros ao seu entendimento: a noção de *semiosfera*, em analogia à atmosfera,

consiste na esfera ou universo de signos que existe ao redor das pessoas; e a concepção de *texto*, material organizado a partir de elementos da semiosfera.

Todas essas possibilidades analíticas constituem formas de abordagem do fenômeno semiótico, compatíveis com os demais métodos de pesquisa utilizados por diversas ciências. “Na contramão dos métodos que escravizam, há métodos que libertam. A semiótica é uma ciência que propõe metodologias para pesquisa em todas as ciências, sem agredir ou contestar os paradigmas de cada uma delas” (IASBECK, 2009, p. 194). A Semiótica, no entanto, não se posiciona como uma teoria da comunicação, mas se propõe como uma ferramenta que estuda o sentido construído. Desse modo, tanto a vertente pierceana, como a Semiologia de origem francesa, ou a perspectiva cultural da vertente russa, fornecem subsídios conceituais para a compreensão do sentido nas diversas modalidades de Comunicação Social. Os estudos de segmentos como a publicidade, moda, design, por exemplo, demonstraram interesse pelos estudos semiológicos desenvolvidos por Georges Péniau e Roland Barthes.

Além disso, a semiótica francesa contribui como uma ferramenta para ver e compreender a comunicação, permitindo observar e descrever diversos fenômenos do sentido, as estruturas narrativas, as estratégias enunciativas, a transtextualidade e as construções simbólicas de interação social (CODATO e LOPES, 2009). Para Penn (2002), o ato de ler um texto ou uma imagem é um processo interpretativo. O sentido é gerado na interação do leitor com o material e varia de acordo com os conhecimentos acessíveis ao receptor, através da experiência e proeminência cultural. Desse modo, a tarefa do semiólogo é “desmascarar” a natureza construída da imagem, identificando os conhecimentos culturais implícitos ou contrastando os signos com outros elementos.

De forma semelhante, a noção de texto da escola russa nos proporciona um caminho a mais para pensar o texto jornalístico e as relações que se estabelecem entre o repórter (incluindo suas escolhas, ideias e ações que compõem a “semiosfera” de produção), o público alvo presumido (que também possuem condições de recepção), e o sistema de signos peculiar ao jornalismo. Essa relação de produção-produto-recepção jornalística, portanto, parece-nos que pode ser entendida dentro de um sistema semiótico e compreendida como resultado da produção social de significados.

Assim, o entendimento desse “texto jornalístico” e suas significações desafia-nos a buscar por novos modelos ou caminhos metodológicos que apresentem analiticamente subsídios para a compreensão dos enunciados icônicos, da significação dos objetos, em suma, do gesto textual em sua dimensão verbo-visual, e das relações que se estabelecem entre os elementos que compõem o texto jornalístico impresso.

A investida metodológica desta pesquisa consiste justamente em aplicar alguns pressupostos do modelo semiótico aos estudos em jornalismo, desenvolvendo uma proposta metodológica para a leitura de textos impressos, de forma que possamos contribuir com as ferramentas de compreensão dos sentidos. Especificamente, situamos esta análise a partir da vertente semiótica de compreensão do texto em sua dimensão verbo-visual, a partir das contribuições teóricas de Gonzalo Abril (2007). Buscamos apreender os gestos textuais verbo-visuais das revistas *Veja* e *Time*, ao acionarem os elementos biográficos de Lula e Obama, durante o ano eleitoral.

### ***Semiótica: modos de usar***

O campo da semiótica/semiologia possui uma série de distinções teóricas que giram em torno de um vocabulário específico e, conseqüentemente, podem determinar modos de análise diferenciados, ainda que todas as vertentes semióticas confluem para uma reflexão sobre o universo das significações.

De modo geral, a abordagem semiótica pode contemplar os seguintes métodos: *indução* (procedimento lógico de generalização, pelo qual se passa de alguns fatos particulares a um princípio geral, constatando-se a partir da repetição de regularidades em vários casos particulares)<sup>17</sup>; *dedução* (procedimento pelo qual se pode chegar a uma conclusão partindo de uma ou várias premissas de maneira lógica, do geral para o particular e para o singular)<sup>18</sup>; além do método *abdução* (as evidências se dão como *insight* no período da pesquisa, mesmo quando parecem descabidas ou impossíveis de ser alocadas de forma lógica na sistematização do conhecimento).

De acordo com Iasbeck (2009), a semiótica organiza, sobretudo, as descobertas abduções de forma estimuladora, pois as reconhece como ponto de partida. Além disso, um projeto semiótico não pretende conclusões gerais, ao contrário, visa o alargamento das possibilidades interpretativas dos sentidos. Ele não encarcera o objeto.

A semiótica é, pois, uma ciência que vai ajudar as outras ciências a descobrir caminhos e prová-los, principalmente de forma inusitada. Talvez por esse motivo, ela ainda encontre tantas resistências no meio acadêmico: é comum que semioticistas da comunicação fujam ou transgridam códigos instaurados no meio

---

<sup>17</sup> SEVERINO, 2010, p.104.

<sup>18</sup> Idem, p.105.



para dar conta de aparentes sutilezas de seus objetos de estudo, particularidades que depois se revelam essenciais à compreensão da dinâmica desses objetos (IASBECK, 2009, p. 198).

Outras questões que devem determinar a escolha da semiótica como caminho analítico é a natureza do objeto, as intenções de abordagem do pesquisador e o propósito de ampliar possibilidades de enfoque. Analisar um objeto à luz do pensamento semiótico significa relacioná-lo com infinitas possibilidades que ele comporta, buscando compreendê-lo em movimento, dinâmico. De forma alguma afunila-se uma análise verticalmente. O método semiótico permite percursos imprevistos ou conclusões inusitadas e, muitas vezes, tendem a ampliar as possibilidades do objeto, enriquecendo sua compreensão (IASBECK, 2009).

O método de trabalho da acepção semiológica, difundido em âmbito das pesquisas em comunicação como uma abordagem de análise de textos verbais, imagens e sons, possibilita a formulação de hipóteses sobre os sentidos possíveis das mensagens, das formas e práticas significantes. As hipóteses, por sua vez, podem ser verificadas do ponto de vista qualitativo ou quantitativo. Sob essa perspectiva de análise, busca-se compreender a complexidade e as diferenças entre os textos (imagens ou sons), destacando seus conceitos basilares amparados na cultura ou nas relações sócio históricas e em seu *corpus* de noções descritivas (CODATO e LOPES, 2009). Além disso, enquanto ferramenta, a semiologia provê o analista com um conjunto de conceitos que permitem uma abordagem sistemática dos sistemas de signos, a fim de entender como eles produzem sentido (PENN, 2002).

Em referência à análise semiótica de imagens paradas, Penn (2002) fornece-nos alguns direcionamentos para empreender um processo de análise desta natureza: devemos proceder à dissecação, articulação e reconstrução da imagem semanticizada, explicitando os conhecimentos culturais necessários para que o leitor compreenda a imagem (em nosso caso, o texto em sua dimensão verbo-visual). De forma didática, essas etapas podem ser descritas da seguinte maneira:

1) *A escolha do material*: a seleção do material que será analisado depende do objetivo do estudo e da própria disponibilidade do material. A análise pode ser curta ou extensa, a depender da quantidade e da amostragem do material escolhido. Além disso, é importante também verificar a natureza do material e ponderar se é realmente passível de análise semiótica. Em uma análise focada nos atos de intencionalidade, o pesquisador volta-se para questionamentos centrados mais no *como* do que no *o quê*.

2) *Identificação dos elementos*: corresponde à primeira ordem de significação, ou seja, etapa de catalogação literal do material, que pode ser executada dissecando ou listando

os elementos em unidades menores ou fazendo anotações em seu traçado, da forma mais precisa e explicativa possível. Os elementos textuais, por exemplo, compreendem dois tipos de componentes ao nível da denotação – o linguístico (significado semântico) e o visual (tipográfico e espacial). O material jornalístico (reportagens de revistas impressas), objeto desta pesquisa, contém texto e imagem; esses elementos devem ser tratados igualmente sem que nenhuma unidade componente seja ignorada. Desse modo, o “inventário denotativo”, como define Penn, realizado de forma sistemática, ajuda a assegurar que a análise não seja seletivamente auto afirmativa. Para sua execução é necessário um conhecimento da linguagem apropriada, no caso, a jornalística e a língua do idioma textual.

3) *Análise dos altos níveis de significação*: o terceiro estágio da análise corresponde à segunda ordem de significação, que é possibilitado pelo inventário denotativo que fará a cada elemento uma série de perguntas relacionadas: “O que tal elemento conota (que associações são trazidas à mente)? Como os elementos se relacionam uns com os outros (correspondências internas, contrastes, etc)? Que conhecimentos culturais são exigidos a fim de ler o material?” (PENN, 2002, p. 328). Este é o nível da conotação e requer a identificação dos conhecimentos culturais ao qual o material analisado se refere e através dos quais será interpretado. Nesta etapa, o valor intencional dos elementos é determinado através da comparação das opções presentes umas com as outras, das opções ausentes e através da combinação das escolhas. É possível observar as equivalências intencionais imediatas, como também as correspondências que estão em segundo plano e que requerem conhecimento cultural específico para ir além da interpretação superficial do texto e/ou imagem. Nesta pesquisa observamos a dinâmica dos acionamentos biográficos na tessitura textual verbo-visual das revistas, destacando as escolhas significativas que compõem o conjunto de informações jornalísticas.

4) *Finalização*: o processo de análise nunca se exaure, pois há sempre novas maneiras de ler um texto, uma imagem, etc., assim como há sempre um sistema referente para aplicar ao objeto material analisado. No entanto, em certa altura, o analista declarará finalizada a análise, dependendo dos objetivos estipulados – se foi empreendida para mostrar um ponto específico (limita-se a aspectos relevantes do material) ou se trata de uma análise mais inclusiva (propõe a construção de uma matriz de todos os elementos identificados e a relação recíproca entre os elementos, através de um “mapa mental”). Mas, o principal a ser verificado é se a empreitada analítica enfocou o problema de pesquisa.

5) *Tabulação dos resultados*: Nessa mesma perspectiva, a apresentação dos resultados pode variar. Alguns pesquisadores utilizam tabelas e quadros para tabulação,

enquanto outros preferem um enfoque mais discursivo. O ideal é que as análises façam referência a cada nível de significação (denotação/ conotação), identificando o nível cultural exigido a fim de produzir a leitura e as relações estabelecidas entre os elementos.

Reconhecemos a existência de críticas em relação à semiologia, tal qual pontua Penn (2002): alguns argumentam que essa perspectiva analítica oferece apenas intuições sobre a construção de sentido; outros destacam que a qualidade da análise é dependente da habilidade do analista; ou ainda, há aqueles que contestam o teor das explicações semiológicas, tratando-as como meras percepções ou verdades absolutas. No entanto, defendemos que nesta empreitada de análise semiótica o pesquisador desempenha um valioso trabalho de destacar e interpretar a natureza construída do material analisado e os sentidos gerados por sua composição, cultivando um enfoque crítico.

### **3.2. Gonzalo Abril, o texto verbo-visual e a Semiótica Moderna**

O jornalismo em revista possui certas especificidades na composição gráfica e editorial dos títulos que o diferenciam substancialmente, de jornais impressos. No caso da cobertura jornalística de *Veja* e *Time*, ao longo do período eleitoral, é possível perceber certa peculiaridade na composição das páginas das revistas: os elementos biográficos são costurados na teia textual, seja por meio de imagens (fotografias, ilustrações, gráficos, etc.) e elementos verbais (a reportagem em si, além de títulos, legendas, manchetes, etc.).

O conteúdo jornalístico das revistas, portanto, apresenta-se em articulação de texto-imagem, produzindo sentidos, que são percebidos na leitura da composição como um todo, em sua dimensão verbo-visual. Tal percepção indicou a necessidade de olhar o objeto empírico sem fragmentá-lo em unidades autosuficientes, isto é, analisar a abordagem jornalística das duas revistas semanais de informação, seja nas capas como no texto das reportagens, considerando o gesto textual em seu conjunto (na articulação texto-imagem), e os significados que a composição das páginas pode oferecer ao leitor.

Um caminho metodológico que dialoga com a natureza do objeto e a proposta desta pesquisa é a perspectiva semiótica pragmatista de análise crítica de textos verbo-visuais defendida por Gonzalo Abril (2007). De viés interdisciplinar, o autor propõe uma análise sustentada em uma teoria da sociedade, baseada em conceitos da teoria da comunicação e situada em torno da problemática do sentido. Assim, seu objetivo não é refletir sobre “o que

significam” os textos verbo-visuais, mas investigar os processos de sentido que intervêm na atribuição dos significados aos textos. Para tratar do significado, Abril (2007) remete a um marco semiótico mais amplo que entende o visual como campo de sentido construído de forma intersubjetiva e como espaço de pensamento. Além disso, a extensão do visual não abrange apenas os objetos textuais tradicionalmente explorados pela semiótica da imagem, incorporando também qualquer experiência visual em suas formas antigas, modernas, excepcionais ou cotidianas.

Cabe destacar que a perspectiva sociosemiótica, defendida por Abril (2007), propõe uma metodologia visual crítica que analisa os textos visuais em termos de significação cultural, práticas sociais e relações de poder que o permeiam e articulam. Como exemplo, o autor sugere formas de analisar uma fotografia. É possível partir de suas propriedades plásticas, como a cor, composição, luminosidade, tecnologia utilizada para o registro, etc., ou ainda do conteúdo icônico da foto, onde se apresentam sujeitos e objetos reconhecíveis. Outra alternativa é conduzir a análise destacando elementos retóricos e a relação do personagem com o cenário.

Entretanto, a investigação só se amplia ao considerar na análise as concepções espaciais de época, a dinâmica gestual e facial de época incutida aos membros de determinada classe social, idade ou gênero, os usos sociais do retrato, as formas de representação pública da pessoa, entre outros elementos balizadores de contextos socioculturais e temporais muito diversos. Além disso, a análise deve dar conta do que pertence ao que o autor denomina como “ponto cego” da enunciação, que é o excluído e invisibilizado em um determinado contexto sociocultural. Para ele, da mesma forma que o silêncio do que não foi dito atua sobre o sentido do texto, o que não é visto e invisibilizado determinam o sentido do que o texto visual fornece.

Nesta perspectiva metodológica é de suma importância compreender que a interpretação semiótica não consiste necessariamente em “decodificar mensagens” (em referência à velha concepção do processo comunicativo emissor – mensagem – receptor), ao contrário, Abril (2007) defende que as atividades de emissão e recepção são interdependentes e se condicionam entre si: o sujeito que produz um texto antecipa a interpretação-resposta de seu destinatário, assim como, ao interpretá-lo, o receptor propõe hipóteses sobre as motivações do sujeito produtor, a forma textual o contexto, entre outras questões que podem condicionar a produção.

Neste sentido, aplicaremos ao entendimento do material empírico a noção de texto verbo-visual como ícone que nunca se encerra. Na acepção peirceana, os *ícones* são a

representação imediata do objeto representado no tempo e possuem relação de semelhança ao seu significado, a exemplo de fotografias, pinturas, estátuas e qualquer representação direta que congelam o tempo do significado; os *índices* não mostram diretamente o significado, mas apresentam um indicador da presença do significado, a exemplo da ideia de fumaça como índice de fogo e na linguagem o uso de pronomes, artigos e preposições como índices verbais que estabelecem relações entre palavras em um texto; e os *símbolos*, que não guardam qualquer tipo de relação com o significado, mantendo uma relação de convenção do objeto e dependendo inteiramente do significante para ser decodificado, pois eles percorrem as práticas sociais - o aperto de mão e a continência militar são exemplos de símbolos legitimados pelo tempo de prática e pelos indivíduos que compartilham essa significação (MARTINO, 2009).

Essa concepção chama a atenção para a ligação que os signos têm com seus objetos e nos convida a pensar aquilo que o jornalismo constitui como realidade no imaginário coletivo, uma vez que tende a prevalecer a função indicial nos discursos informativos, considerando que se referem a alguma realidade pública ou até mesmo a constituem (o discurso que leva a crer).

### ***Por que texto verbo-visual?***

O mapa teórico ou concepção estrutural para o entendimento do texto verbo-visual, defendido por Abril (2007), aborda as relações entre formas simbólicas e contextos sociais. O primeiro ponto que permeia a compreensão das dimensões textuais é o próprio conceito de texto. Ao invés de “imagens”, ele prefere a expressão “textos visuais” por ser uma perspectiva conceitual mais abrangente, derivada de outras experiências sensoriais (sonoras, táteis, olfativas, etc.). Ele critica o uso reducionista da expressão “imagem”, assim como desaprova vertentes teóricas que separam a imagem visual do conteúdo verbal e prefere considerar conjuntamente um texto verbo-visual.

Entendo que o “texto” deve designar qualquer unidade de comunicação, geralmente multisemiótica (ou “multimodal”, segundo o vocábulo da moda), sustentada por uma prática discursiva e inserida em uma(s) rede(s) textual(s), que pode integrar ou não

elementos verbais e que, por conseguinte, não deve identificar-se restritivamente com eles<sup>19</sup> (ABRIL, 2012, p. 16).

Destaca-se, contudo, que essa noção de texto não tem relação com o texto literário. A tradição da teoria literária tratava o texto como uma entidade homogênea e bem definida, com considerável autonomia formal e semântica. Segundo Abril (2007), esse aspecto foi criticado por Mikhail Bakhtin no tocante aos limites da obra de arte. Já a teoria pós bakhtiniana traduziu os limites do texto como problemas de fronteiras e atravessamentos entre os textos, como uma questão de “intertextualidade”.

A noção de intertextualidade é amplamente utilizada e carregada de sentidos diferentes. Segundo Charaudeau e Maingueneau (2006), ela foi introduzida por Kristeva (1969) para o estudo da literatura, que considerava que a escritura literária redistribuiu e dissemina textos anteriores em um texto. Para eles, o termo intertextualidade pode designar uma “propriedade constitutiva de qualquer texto” e também o conjunto das “relações explícitas e implícitas que um texto ou grupo determinado textos mantém com outros textos” (Id. p.288). Para Samoyault (2008), as práticas de intertextualidade são descritas por meio de citação, alusão, referência, pastiche, paródia, plágio e colagens de todas as espécies.

Em âmbito dos estudos semióticos, o termo foi introduzido por Bakhtin. De acordo com Greimas e Courtés (1994), a imprecisão desse conceito deu margem a extrapolações diversas, revelando desde uma intertextualidade no interior de um mesmo texto como também um vocabulário renovado a partir das velhas influências (como é o caso do estudo das citações e o uso das aspas). Os autores criticam os defensores da existência de intertextualidade quando existem apenas estruturas semânticas ou sintáticas comuns a um tipo de discurso, negando a existência dos discursos sociais.

Já o conceito de texto em seu sentido etimológico de tecido ou textura é essencial para se referir à “trama” de qualidades visuais que configura apenas um primeiro nível de análise do texto visual. Porém, esse texto não é apenas um tecido de qualidades e acontecimentos semióticos. Ele é algo mais amplo, espacial, temporal e culturalmente reconhecível, que pressupõe a existência de “redes textuais”, estrutura relacional em permanente reconstituição, através das quais os textos interagem uns com os outros, de forma particular ou em conjunto.

---

<sup>19</sup>Texto original: “Entiendo que ‘texto’ ha de designar cualquier unidad de comunicación, generalmente multisemiótica (o ‘multimodal’, según el vocabulo de moda), sustentada por una práctica discursiva e inserta em uma(s) red(es) textual(es), que puede integrar o no elementos verbales, y que por ende no debe identificarse restrictivamente com ellos” (ABRIL, 2012, p. 16).

Trata-se muitas vezes da relação parte/todo, como a que imputamos à pertinência de um literário ou pictórico a esses conjuntos que respectivamente denominamos “literatura” ou “pintura”. Em outras ocasiões, trata-se da relação local/global, quando a partir do texto tomando particular ou separadamente se inferem sentidos diversos dos que poderiam derivar de sua consideração no interior de um corpus ou agregado global<sup>20</sup> (ABRIL, 2012, p. 17).

Sobre este aspecto há algumas considerações: a rede em sua totalidade concede sentido aos nódulos textuais que a constituem; ela apresenta propriedades globais e locais não comensuráveis entre si, de modo que o sentido local do texto não é redutível ao seu sentido relacional ou global na rede, ou vice-versa; os limites de um texto ou de uma rede textual podem ser determinados em função das práticas sociais e das condições particulares da leitura.

A vida dos textos, portanto, não se encontra enclausurada em uma “fortaleza de intertextualidade”. Eles são aplicações de práticas semióticas ao mesmo tempo em que são geradores e/ou reprodutores de práticas sociodiscursivas. (ABRIL, 2012). Desse modo, o sentido do texto verbo-visual só é apreendido considerando seu processo interpretativo, a experiência de sua leitura e suas condições socioculturais. Essa dinâmica interpretativa conduz a pressupostos culturais e a formas coletivas de organização do sentido que obrigam a interrogar os limites e o estatuto da objetividade do próprio texto.

Todavia, cabe ressaltar que os textos não são apenas “objetos culturais” mediados, mas também dispositivos de mediação de outros processos culturais e outras práticas sociais. Por outro lado, nem todo processo, comportamento ou prática cultural é um texto, mas todo comportamento pode ser interpretado como um “texto potencial”. Por exemplo, a diferença entre os comportamentos dos que denominam “acasalamento”, “cópula” e “coito” é determinada por tipos textuais pertencentes aos domínios discursivos ou redes textuais da biologia, antropologia cultural ou sexologia.

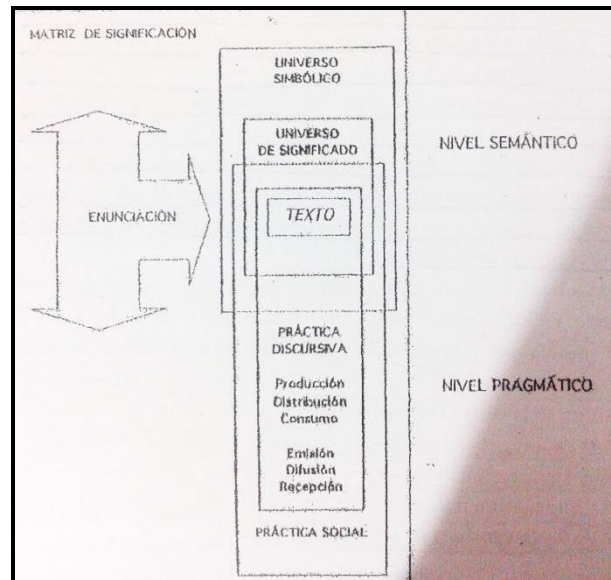
Outro aspecto que Abril (2007) pontua em relação ao entendimento do texto verbo-visual é a representação da conjunção textual em nível *semântico* (incluindo o universo simbólico e o universo de significado) e em nível *pragmático* (referente à prática discursiva, os processos de produção, distribuição e consumo e a prática social). Ele também faz alusão à

---

<sup>20</sup> Tradução nossa do original: “Se trata unas veces de la relación parte/todo, como la que imputamos a la “pertinência” de um texto literario o pictorico a esos conjuntos a los que, respectivamente, denominamos “literatura” o “pintura”. En otras ocasiones se trata de la relación local/global, cuando a partir del texto tomado particular y separadamente se infieren sentidos diversos de los que podrían derivarse de su consideración en el interior de um corpus o agregado global” (ABRIL, 2012, p.17).

atividade de enunciação que está pressuposta pelo texto, conforme está ilustrado na figura abaixo:

**Figura 3: Mapa geral das dimensões textuais**



Fonte: Abril, 2007, p.88.

A dimensão pragmática de análise do texto verbo-visual abrange a relação interlocutiva, a situação de interação e os tipos de atos discursivos que os interlocutores realizam. Segundo Abril (2007), o texto é indissociável das práticas sociodiscursivas, que se definem por momentos ou contextos de emissão, circulação ou recepção (em uma perspectiva mais ampla, correspondem à produção, distribuição e consumo). Além disso, o nível da prática social é macrossociológico e corresponde a uma gama de esferas institucionais de ordem econômica, política, tecnológica e cultural. “Uma prática discursiva supõe a conjunção de uma multidão de condições, em níveis distintos de atividade social, cujo desenvolvimento histórico não é necessariamente uniforme”<sup>21</sup> (Idem, p.90).

A dimensão semântica corresponde ao universo de significados do mundo social, abrangendo um conjunto de conceitos e imagens, que integram o universo perceptivo e imaginário, presentes nas memórias coletivas e em um grande número de tipificações. Mas os significados também se articulam em nível simbólico, sustentado pelas mitologias e representações compartilhadas no tempo e no espaço. Na Figura 5, Abril faz referência à

<sup>21</sup> Tradução nossa do original: “Una práctica discursiva supone la conjunción de una multitud de condiciones, en distintos niveles de la actividad social, cuyo desarrollo histórico no es necesariamente uniforme”. (ABRIL, 2007, p.90)



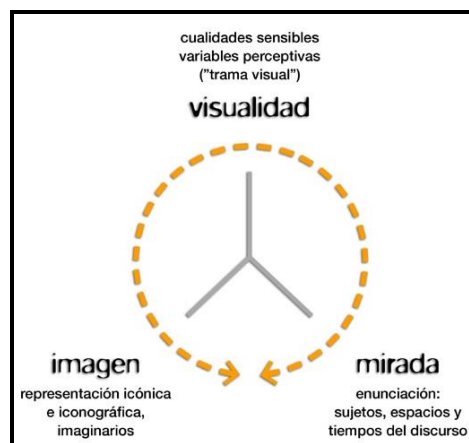
matriz de significação, que abrange as dimensões semântica e pragmática. Em um contexto de significação particular, os pressupostos semântico-simbólicos também são aplicados em certas expectativas de caráter prático, ou seja, relativas às práticas sociodiscursivas de um contexto cultural determinado.

O universo simbólico é ‘a matriz de todos os significados objetivados socialmente e subjetivamente reais’. Desde a memória coletiva à biografia de um indivíduo, desde o sentido do histórico aos sonhos, as fantasias e as experiências marginais ‘são vistas como feitos que ocorrem dentro deste universo’<sup>22</sup> (ABRIL, 2007, p. 93).

O texto jornalístico não está deslocado dessa concepção. Ao contrário, ele pode ser pensado na mesma perspectiva: constituem redes textuais com seus atravessamentos conceituais, discursivos, editoriais e ideológicos, cuja significação da conjunção textual deve ser apreendida considerando as dimensões pragmática e semântica.

Para Abril (2007), o texto visual pode ser compreendido como ocasião ou possibilidade de uma determinada experiência para o indivíduo que o produz ou interpreta. E, no âmbito de qualquer discurso visual, é possível pensar a experiência visual como uma síntese de três dimensões: a visual, o olhar e a imagem<sup>23</sup>. Os três níveis correspondem à produção, exercício, reprodução e confrontação de poderes, mas os limites entre eles são difusos. Ele também destaca que o símbolo triádico relaciona as três dimensões, pontuando a interdependência entre o domínio do olhar, da imagem (ou ato de imaginar) e da visualidade (ato de ver ou não ver).

**Figura 5: Diagrama do Símbolo Triádico**



Fonte: Abril, 2012, p.18.

<sup>22</sup> Tradução nossa do original: “El universo simbólico es “la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales”. Desde la memoria colectiva hasta la biografía de un individuo, desde el sentido de lo histórico hasta los sueños, las fantasías y las experiencias marginales “se ven como hechos que ocurren dentro de esse universo”. (ABRIL, 2007, p.93).

<sup>23</sup> Segundo Abril (2007): “Lo visual, la mirada y la imagen”.

Trata-se de uma relação de mediação, segundo a qual cada dimensão possibilita a interrelação e realização das outras (ABRIL, 2012). Isto é, somente através das disposições concretas do olhar é possível que uma experiência visual se ative como determinada imagem. Por exemplo, a apresentação visual do corpo feminino propondo uma imagem do domínio masculino somente é possível de ser apreendida dessa forma através de um “olhar pornográfico”. Assim, uma experiência visual pode se transformar em experiência do olhar ou da imagem sem solução de continuidade. É essa relação de duplo sentido que o diagrama faz referência.

#### **a) O nível visual (*la visualidad*)**

Este nível corresponde ao ato perceptivo “ver algo” ou “o que se vê”, em um encontro construtivo com o objeto visível e invisível. Além disso, a visualidade é intencional e situa-se na esfera filosófica da experiência sensível (o que vemos), campo de experiência prévia, individual e coletiva. É neste sentido que Abril (2007; 2012) refere-se ao conceito de visualidade no sentido de “visão socializada”, que remete a relação visual entre o sujeito e o mundo, mediada por um conjunto de discursos, redes significantes, interesses, desejos e relações sociais do observador, sem omitir o que se dá nas situações contingentes da vida diária. Essa visualidade é modulada por fatores como a atenção, a estrutura da situação, o caráter compartilhado ou não da prática visual, etc.

A “trama visual”, destacada no diagrama, corresponde ao conjunto de significantes visuais que conformam o plano da expressão de um texto visual, constroem sua coerência e preparam o conjunto de seus efeitos semióticos. Trata-se de um tecido de elementos heterogêneos (cor, textura, forma, relações tipológicas, etc.), com qualidades sensíveis e perceptivas, cuja representação figurativa em um nível icônico, no sentido peirceano, determina a semelhança entre um signo e seu objeto, a partir das qualidades compartilhadas (cores, formas, tamanhos, direções, etc.) (ABRIL, 2007; 2012).

As imagens visuais não se esgotam no que é visível, uma vez que elas sempre trazem traços do que é invisível ou marcas de um visível reprimido, pressuposto, postergado. O visual se relaciona sempre com o que não se vê com fenômenos que não pertencem propriamente ao domínio do visível, mas sem o quais seríamos cegos em relação à imagem – nada veríamos ou veríamos sem ver. Não se trata, contudo, de debater a relação entre o

visível e o invisível, mas da relação com certos fenômenos que não sendo propriamente visíveis possuem efeito no sentido do que é visto (ABRIL, 2012).

Abril (2012) pontua que esse conjunto de interações conforma a imagem em três perspectivas:

- o visual se relaciona com o que se deseja ver, ainda que não seja visto: o que vemos, leva-nos a desejar ver outra coisa, assim como o que sentimos ao ver conecta-se com o que desejamos ver ou com o que imaginamos de forma perversa no campo do outro;

- o visual se relaciona com o que se sabe e se crê, ainda que não seja visto: esse condicionamento ocorre porque a mente do indivíduo nunca está vazia diante do que é visto, ela enxerga por meio de outros sentidos (a memória do sujeito, conhecimentos culturais, sistemas simbólicos, além de valores e estereótipos adquiridos);

- o visual se relaciona com o que fazem os sujeitos envolvidos no processo de significação: os emissores ao produzir os textos visuais (presumindo o comportamento interpretativo dos receptores) e os receptores ao interpretá-los (mediante conjecturas sobre os motivos e táticas dos emissores).

Convém destacar que o nível da visualidade é o que menos se relaciona com a produção de poder, pois a determinação do que é visível/invisível está diretamente relacionado a integração/exclusão do espaço público. Mesmo assim, as funções da visão se ordenam cultural e politicamente para dar fundamento a sentidos como o legítimo/ilegítimo, visível/invisível, profano/sagrado, em que o segundo termo alude ao excesso da função e ao campo de visão identificáveis com a ruptura dos limites epistêmicos e morais da ordem social (ABRIL, 2007). É próprio da modernidade mediática a identificação entre espaço público, a visibilidade e a maneira de gerir essa identificação, construindo ao mesmo tempo a política como visibilidade e a visibilidade como política. A visibilidade é uma expressão metafórica para a presença na arena pública, mas ao mesmo tempo designa uma forma de práxis política que passa pela representação efetiva nas imagens visuais (ABRIL, 2007).

Assim, para falar de textos visuais é necessário levar em conta seus agenciamentos, a manifestação do que é coletivo e que se revela na ação e na representação: os textos pressupõem uma materialidade concreta (substância semiótica, engajamento social, objetivações, contrapartidas econômicas), mas também instituições, práticas, modos de regular a troca social, moralidades e estéticas (ABRIL, 2012).

## b) O nível do olhar (la mirada)

Os textos visuais existem porque existe alguém que os olha, em algum lugar e tempo determinado, no contexto de alguma prática sociodiscursiva (ABRIL, 2012). Neste nível, a intencionalidade sobrepõe-se e apresenta-se carregada de modalizações subjetivas referentes ao desejo e ao afeto, ao hábito e ao comportamento institucionalizado. A dimensão do olhar preocupa-se com a dinâmica do tempo e do espaço no discurso visual, com os lugares da subjetividade e as formas de subjetivação que ela possibilita.

Segundo Abril (2012), a “mirada” é regulada, orientada e restringida conforme as variadas formas de prevenção e decoro, ou seja, a forma “como olhamos” é determinada por modos de apropriação simbólica e modalidades de exercício do olhar que incluem o imperialismo panóptico<sup>24</sup> (referente ao poder de olhar sem ser observado, como ocorre no caso dos programas televisivos de *reality show*), e o olhar submetido aos efeitos ao monopólio político que o restringe.

O ato de olhar, todavia, não é exterior ao texto visual, mas está em alguma medida contida nele. Esse texto prevê nossa “mirada”, nosso lugar como espectadores, nosso papel e atitudes como testemunhas narrativas de uma história.

Os textos visuais, de forma implícita ou explícita conferem-nos um lugar, uma posição de observadores e avaliadores, um saber e até mesmo um espaço de prazer e desprazer. Nosso olhar está contido nos textos visuais porque, na medida em que são olhados, eles nos olham<sup>25</sup> (ABRIL, 2012, p. 26).

No caso das revistas semanais de informação, por exemplo, é possível pensar em um “olhar editorializado” que se estabelece a partir de regras editoriais e posicionamento político inerentes ao veículo de comunicação. Essa visão modalizada também se constitui como algo culturalmente instituído, além de um “querer ver” ou “querer saber/poder” através da visão. O exercício do olhar acontece a partir de conhecimentos, pressupostos e esquemas prévios, bem como de condições técnicas e estruturas simbólicas determinadas e não envolve apenas condições perceptivas e sensoriais como no ato de ver.

---

<sup>24</sup> Em referência aos procedimentos panópticos de vigilância atualizados por Michael Foucault: “O panoptismo é o princípio geral de uma nova ‘anatomia política’ cujo objetivo e finalidade não são as relações de soberania, mas as relações de disciplina” (CASTRO, 2009, p.314).

<sup>25</sup> Tradução nossa do original: “Los textos visuales, de forma implícita nos adjudican un lugar, una posición de observadores y evaluadores, un saber e incluso un espacio de placer o displacer. Nuestra mirada está contenida en ellos porque los textos, a la vez que son mirados, nos miran” (ABRIL, 2012, p.26).

Neste sentido, em cada contexto sociocultural o olhar recebe determinações particulares.

[...] ao olhar e fazer olhar selecionamos, de modo consciente ou não, *lugares de enunciação* construídos e atribuídos como posições sociais: o olhar patriarcal, o olhar da classe dominante [...], o olhar do sujeito resistente, o cúmplice, o indiferente à dominação do outro, etc.<sup>26</sup> (ABRIL, 2012, p. 28).

E, da mesma forma, o olhar jornalístico sobre determinados fatos ou acontecimentos diferencia-se em contextos diversos: o que nos motiva a pensar sobre a forma como a cultura jornalística norte-americana e a cultura jornalística brasileira estabelecem seus enquadramentos em coberturas de eventos como as eleições presidenciais, que regras, valores, ideologias determinam o “olhar” dos veículos de comunicação sobre o acontecimento em pauta.

Segundo Abril (2007), o olhar está previsto numa larga experiência visual mediatizada: o texto visual contém o olhar de seu espectador, assim como o espectador antecipa, prevê o texto visual. É o caso da expectativa criada pelo leitor, em relação a composição discursiva das capas das revistas semanais de informação ou dos principais diários do país sobre a cobertura de um determinado acontecimento. Por isso, considera-se também que refletir sobre “o olhar” supõe, no âmbito de uma semiótica do texto visual, uma discussão sobre discurso e processo de enunciação. Entretanto, a atividade de enunciação não se entende como um processo exterior ao texto visual, mas que pode ser inferido a partir de marcas textuais, rastros da enunciação presente nos enunciados: a subjetividade do olhar, a presença de um sujeito intencional e também o lugar ou lugares designados ao espectador em contrapartida, estão no próprio texto representados e prescritos.

### c) O nível da imagem (*las imágenes e los imaginarios*)

Em âmbito teórico há uma expressiva disparidade em relação ao entendimento do conceito de imagem e, por conseguinte, quais são suas funções presentes, históricas ou possíveis. Jacques Aumont (2002), por exemplo, pontua três funções da imagem considerando a relação que estabelecem com o mundo: a *simbólica* configura o modo em que as imagens

---

<sup>26</sup> Tradução nossa do original: “[...] al mirar y hacer mirar seleccionamos, de modo consciente o no, *lugares de enunciación* construidos y assignados como posiciones sociales: la mirada patriarcal, la mirada de classe dominante [...], la mirada de sujeto resistente, o cómplice, o indiferente a la dominación del outro, etc.” (ABRIL, 2012, p.28).

serviram de símbolos religiosos para tratar da esfera do sagrado e também simbolismos associados às novas políticas, como Democracia, Liberdade, entre outros; a *epistêmica* abrange imagens que trazem informações sobre o mundo, com natureza variável (pode ser um cartão postal ou um mapa); e, a *estética*, onde a imagem é destinada a agradar o espectador e a oferecer a experiência de sensações (o dilema da publicidade - imagem estética e a imagem artística).

Não é pretensão nossa aprofundarmo-nos nessa definição conceitual, mas é necessário destacar que, nesta acepção tridimensional do texto, a noção de imagem não coincide com o conceito de visualidade. As imagens não são necessariamente visuais e, no caso dos textos visuais, grande parte do que chamamos “imagem” é alheio ao visível, ou puramente invisível, embora se relacione com ou por meio da visualidade. Isso ocorre porque as imagens nunca vêm sozinhas, nem é possível reconhecê-las fora de redes virtuais. Elas sempre trazem consigo algum imaginário social compartilhado (modos de percepção e sentidos partilhados por uma sociedade), sendo muitas vezes parte ou resultado desses imaginários (ABRIL, 2012).

Imaginário também é outro conceito amplo. A noção adotada por Abril (2007) dialoga com a tradição psicanalítica de Lacan (modo de funcionamento do aparato psíquico, que sem seu processo primário se refere ao sonho e em seu processo secundário abarca a atividade preconsciente-consciente, como o pensamento vigilante, a atenção, o juízo, a razão, a ação controlada), com a antropologia de Appadurai (ele reconhece o papel desempenhado pela imaginação em todas as sociedades humanas e o apoio midiático para sua sustentação) e com outras frentes teóricas que se debruçaram sobre o seu entendimento. Para ele, o imaginário é um variado repertório de imagens compartilhadas por uma sociedade ou por um grupo social, espaço das objetivações da imaginação coletiva:

O imaginário compreende representações, evidências e pressupostos narrativos implícitos que configuram um modo de “imaginar” o mundo, as relações sociais, o próprio grupo, as identidades sociais, os fins e aspirações coletivas, etc. É o âmbito da imaginação reprodutiva e criativa de uma comunidade ou grupo social<sup>27</sup> (ABRIL, 2007, p. 62).

Destaca-se, entretanto, que embora a noção de imagem seja demasiado genérica e imprecisa, retoma-se que o uso mais habitual refere-se à imagem (ou representações visuais)

---

<sup>27</sup> Tradução nossa do original: “El imaginario comprende representaciones, evidencias e presupuestos normativos implícitos que configuran un modo de “imaginarse” el mundo, las relaciones sociales, el propio grupo, las identidades sociales, los fines y aspiraciones colectivas, etc. Es el ámbito de la imaginación reproductiva y creativa de una comunidad o de un grupo social” (ABRIL, 2007, p.60).

como uma classe de ícone, de signo relacionado com seu objeto por semelhança, conforme a perspectiva de Charles Peirce. Segundo Abril (2007), a relação icônica nunca é imediata e a semelhança se atribui sempre a partir de alguma convenção, sejam eles os critérios ou os padrões de semelhança próprios de uma cultura. Desse modo, o discurso visual remete a representação ou auto representação coletiva e ao peso epistêmico, estético e simbólico da experiência visual. Essa dimensão dá conta da ordem dos conflitos por conquistas e dos imaginários.

E, ao falar de representação, tanto em nível semiótico como político, é possível pensar que o “representante” está no lugar do “representado”, sendo que o primeiro é um termo presente e o segundo, ausente. Assim, no domínio semiótico e no domínio político a representação fala também da carência do representado. Neste sentido, ao observar no discurso das revistas a “representação de Obama” como a voz multicultural (negros, brancos, mulheres, homens, etc.) implica perceber no texto as “carências” que essas vozes representam. Na mesma perspectiva, a “representação de Lula” nos textos podem sugerir as “carências” das classes trabalhadoras e agruras do povo nordestino.

Ao pensar a cultura visual e sua relação com o espaço público, Abril (2010) destaca que o olhar é orientado e restringido conforme um regime de visão. Ele pontua o papel das imagens visuais na conformação e/ou deformação do espaço público-político e o espaço comum. Para compreendê-las, devem ser abordados o lugar e a função das imagens sobre todos os imaginários, porque os ordenamentos políticos se sustentam e se expressam precisamente em imaginários culturais. Estes não consistem apenas em repertórios de imagens ou representações compartilhadas, já que as imagens não são entidades ou eventos desconectados. Elas nunca estão sozinhas, nem é possível reconhecê-las fora de redes imaginárias (ABRIL, 2010).

Neste sentido, pelo fato de a imagem, sobretudo fotográfica, ser característica dominante do *layout* das revistas, encontramos em Roland Barthes (1990), algumas considerações que auxiliam na identificação dessas marcas de memória e de história, visíveis e invisíveis, que ao serem acionadas pelo jornalismo, estabelecem relações temporais associadas aos acontecimentos datados na história. O autor, no entanto, tem uma percepção metodológica diferente de Gonzalo Abril. Para Barthes (1990), a análise da mensagem da fotografia jornalística deve focalizar em cada estrutura isolada, ainda que ela não exista dissociada de um texto escrito. Ele propõe uma análise estrutural de cada elemento.

Interessa-nos sua percepção da fotografia como mensagem. Barthes reconhece que, apesar de a fotografia ser um objeto dotado de autonomia estrutural, ela não está isolada, pois

se identifica com o texto que a acompanha (título, legenda ou artigo). A totalidade da informação está apoiada no texto e na fotografia. Tomando como exemplo a fotografia de imprensa e a forma como ela estrutura-se no espaço da publicação e na sua relação com o leitor, Barthes (1990) atenta para a necessidade de analisar o registro fotojornalístico, não apenas ao nível dos seus conteúdos ideológicos, como também dos “códigos” específicos da fotografia. Por isso, defende como hipótese que a mensagem fotográfica no jornalismo seja conotada, pois impõe um sentido, em contraposição à ideia da fotografia artística, cuja mensagem é denotada (ou reprodução análoga à realidade) e impossível de ser descrita, pois significaria uma coisa diferente daquilo que é mostrado.

A conotação não se deixa apreender imediatamente ao nível da própria mensagem (é, ao mesmo tempo, invisível e ativa, clara e implícita), mas já podemos atribuir-lhe certos fenômenos que se passam ao nível da produção e da recepção da mensagem: por um lado, uma fotografia jornalística é um objeto trabalhado, escolhido, composto, construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas ou ideológicas, que são outros tantos fatores de conotação; por outro lado, essa mesma fotografia não é apenas percebida e recebida, é *lida*, vinculada, mais ou menos conscientemente, pelo público que a consome, a uma reserva tradicional de signos [...]. (BARTHES, 1990, p. 15).

Assim como Gonzalo Abril defende a cultura visual e sua relação com o espaço público na (des)construção e/ou reforço de imaginários coletivos, Barthes (1990) também ressalta o aspecto histórico ou cultural do código de conotação. Esse código consiste em gestos, atitudes, expressões, cores ou efeitos, dotados de certos sentidos em virtude dos usos de uma determinada sociedade. Assim, a significação propriamente dita é historicamente motivada e depende do saber do leitor, tal como se fosse uma verdadeira língua, inteligível para aqueles que aprenderam seus signos. Então, se a leitura depende da cultura e do conhecimento de mundo de cada indivíduo, o texto e a fotografia jornalística jogam com o suposto saber de seus leitores.

### **3.3. A revista, seus gestos e significados: delimitando uma forma de ler o texto verbo-visual impresso**

Como debatemos em capítulos anteriores, há algo de peculiar nas eleições presidenciais no Brasil, no pleito de 2002, assim como nos Estados Unidos, em 2008, pois havia todo um contexto social, político, econômico, que favorecia a disputa nos respectivos



países, com personagens políticos, cuja peculiaridade da trajetória biográfica despertara certa inquietação do debate público, sobretudo no cenário midiático, em virtude das expectativas nos rumos dos processos sociais e históricos de cada país, por ocasião da vitória de Lula e Obama.

O jornalismo é uma das instâncias midiáticas de grande importância no jogo político e eleitoral, pois promove e fomenta o debate político sobre a disputa presidencial seja em âmbito nacional, como internacional. Além disso, atua como agente de memória, na medida em que aciona fatos passados da própria história política do país, como também traz à tona acontecimentos particulares da vida dos candidatos, na tentativa de articular experiências e expectativas. Assim, os diversos veículos jornalísticos fazem circular múltiplas construções discursivas, em diferentes plataformas e linguagens, que podem gerar sentidos diversos e consequentes efeitos que podem reverberar na disputa eleitoral.

As revistas semanais de informação cumprem essa tarefa de debate e registro de memória, conforme discutimos em páginas anteriores. Os textos impressos relatam acontecimentos em âmbito factual, mas também contam e remontam histórias que transpassam a linearidade cronológica do olhar temporal ao qual estamos condicionados, utilizando imagens, cores, entre tantos outros recursos verbais e visuais. Assim, nosso problema de pesquisa gira em torno dos seguintes questionamentos: Que gestos textuais as revistas mobilizam ao acionarem as biografias de Lula e Obama em contexto eleitoral? Que sentidos são possíveis a partir da dinâmica dos acionamentos?

Portanto, traçamos como objetivo geral compreender a dinâmica dos acionamentos biográficos nas revistas. Como objetivos secundários, pretendemos identificar no texto jornalístico os elementos biográficos acionados pelas revistas (assim como aqueles que são silenciados). E, por fim, o trabalho sugere uma reflexão sobre a articulação da memória coletiva por meio do texto jornalístico, considerando o peso simbólico dos acionamentos e das relações de temporalidade estabelecidas pelos gestos textuais das revistas com os acionamentos.

Formatamos o seguinte percurso para análise do corpus empírico:

Etapa 1: Delimitação do corpus empírico:

- Questionamentos em foco: O que será analisado e qual o recorte temporal do material empírico? O quê é publicado e em que ocasiões? Para compreender os gestos textuais que as revistas *Veja* e *Time* possibilitam ao abordarem os personagens Lula e Obama em

contexto eleitoral, analisamos o conteúdo jornalístico dessas duas publicações em duas etapas: primeiro o mapeamento para a dimensionamento do corpus e, em seguida, a análise propriamente dita, sob o viés da semiótica textual verbo-visual.

- Em um primeiro momento, identificamos a necessidade de compreender a dinâmica do “ano eleitoral” na íntegra, com o intuito de verificar como as revistas pautaram os principais acontecimentos previstos ao longo do ano eleitoral, sem focar apenas no mês das eleições. Realizamos, então, a catalogação literal de todas as edições de *Veja* e *Time*, publicadas nos anos de disputas eleitorais (Lula, 2002; Obama, 2008). Para cada ano eleitoral elaboramos um extenso quadro identificando a edição, a data, além de todas as seções da revista e os respectivos conteúdos, onde é possível encontrar qualquer referência aos personagens Lula e Obama (ver Apêndices). Esse mapeamento, por meio de catalogação, permitiu: o detalhamento quantitativo do fluxo de informações publicadas pelas revistas ao longo dos meses (destacando os momentos de ápice e também os períodos de hiato); o entendimento da dinâmica editorial no tocante à publicação do conteúdo jornalístico relacionado às eleições, identificando não apenas as reportagens que tratam exclusivamente de Lula ou Obama, mas todos os textos nos quais eles são citados sejam informativos (capas, notas, reportagens), como também opinativos (editoriais, artigos de opinião, charges). Todo o conteúdo das revistas foi convertido em formato *pdf* e armazenado em pastas no computador da pesquisadora, além de dispositivo<sup>28</sup> de memória externa (HD) e nuvens digitais, para consulta em qualquer ocasião.

- Em um segundo momento, identificou-se a necessidade de refinamento do corpus para uma melhor apreensão dos sentidos gerados pelas construções textuais. Assim, optou-se pela seleção das edições que apresentam reportagens (com destaque em capa ou não), cujo enfoque trata de Lula ou Obama no contexto eleitoral. Entendemos que a publicação está posta para o pesquisador como objeto de análise em seu conjunto e não apenas quando tem algum destaque em capa (condicionar a análise das reportagens somente às que possuem algum destaque na capa limitaria o escopo empírico e excluiria as edições com conteúdo jornalístico interno em potencial). No entanto, devido ao volume de conteúdo catalogado no primeiro contato com o acervo das revistas, elegemos apenas as capas e as reportagens como unidades de análise, descartando os demais (notas e opinativos).

---

<sup>28</sup> Termo utilizando no vocábulo da informática para designar um aparelho com função específica. Neste caso, trata-se de um aparelho de armazenamento de arquivos.

- Em um terceiro momento de triagem, após o entendimento mais geral desse acionamento biográfico ao longo do ano eleitoral, refinamos as reportagens que seriam de fato analisadas, considerando os principais “episódios eleitorais” de cada país. Para analisar a cobertura das eleições nos Estados Unidos, selecionamos algumas edições que contemplam os seguintes períodos: início, meio e fim das Eleições Primárias (janeiro a junho), campanha para as Eleições Gerais (julho a outubro), resultado das Eleições Gerais (novembro) e Posse (janeiro do ano seguinte). Para analisar a cobertura das eleições no Brasil, selecionamos os seguintes períodos: especulação e formação de chapas e alianças partidárias (janeiro a maio), campanha eleitoral (julho a outubro), mês eleitoral (outubro) e posse (janeiro do ano seguinte). Durante os períodos recortados as revistas estão mais propensas a acionar os elementos biográficos, no entanto, o espaço dedicado para esse gesto textual (e a forma como ele é articulado) pode variar de acordo com cada revista e até com o personagem político. Nos próximos capítulos de análise, ao tratar do fluxo de notícias, pontuamos que na cobertura sobre Obama as duas revistas publicaram informações biográficas em reportagens dedicadas a essa discussão, mas também diluíram o conteúdo biográfico em outras reportagens cujo enfoque era diferenciado. No caso da cobertura de Lula, observamos o contrário: os elementos biográficos não foram motivadores dos textos, mas estiveram frequentes, porém de forma fragmentada e assessoria (ver Apêndices).

- Redefinição do corpus empírico: Inicialmente, a proposta da pesquisa englobava os dois anos de disputa eleitoral (inaugural e reeleição). Durante a fase primária de catalogação das edições das revistas foi possível perceber o fluxo de informações publicadas nos dois anos de reeleição (Lula, 2006; Obama, 2012), mas não foi possível dimensionar a “qualidade” do conteúdo<sup>29</sup>. Somente durante o terceiro processo de refinamento do corpus, quando se procedeu à análise propriamente dita, verificou-se que o conteúdo das reportagens do ano de reeleição não apresentava as mesmas características de acionamento do ano inaugural: elas destacam algum aspecto de crise do governo; tratam de algum aspecto do primeiro mandato de Lula/Obama em relação direta com a disputa eleitoral; ou apenas comparam o desempenho do candidato em relação aos demais. Assim, percebemos uma ausência e/ou silenciamento dos acionamentos biográficos, como também o esquecimento da “novidade” e da “euforia”

---

<sup>29</sup> Essa reflexão resultou no artigo “Diagnóstico de Veja nas Eleições Presidenciais em 2002 e 2006: Considerações Sobre o Candidato Lula” apresentado ao XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (2015), promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2364-1.pdf>.

proporcionados pela eleição inaugural, em detrimento do debate sobre as questões de governo. Entendemos, então, que o “apagamento” biográfico configurava outro gesto textual diferente daquele que o ano inaugural propiciava e, por isso, suscitaria uma empreitada metodológica distinta (não menos instigante), que valorizasse a busca por marcas e vestígios não perceptíveis nas camadas visíveis e que auxiliasse a compreender esse aparente movimento de “silenciamento” biográfico. Tal cenário foi perceptível na cobertura jornalística das duas revistas em relação aos dois personagens políticos, com agravante na cobertura de *Time* em relação a Lula (identificamos poucas reportagens publicadas sobre a disputa no Brasil, principalmente no ano da disputa pela reeleição, em 2006). Assim, diante do exposto, redefinimos o corpus empírico para o ano inaugural (Lula, 2002; Obama, 2008), sem prejuízo para o objetivo central desta pesquisa.

- Disponibilidade do material: As edições de *Veja* estão disponíveis gratuitamente, em seu site, no ícone “Acervo Digital” (<http://veja.abril.com.br/acervodigital/>). As edições de *Time* estão disponíveis em seu site, no ícone “The TIME Vault”, porém para acesso ao acervo foi necessário efetuar a assinatura da revista (<http://time.com/vault/>).

## Etapa 2: Refinamento da análise

- Questionamentos centrados: *Como* é publicado em determinadas ocasiões?

Após o refinamento do corpus e o diagnóstico do fluxo de notícias, partimos para a instância do refinamento da análise, onde o objetivo central é compreender a articulação dos gestos textuais das revistas e apreender os sentidos gerados pelas construções textuais que, na dinâmica dos acionamentos biográficos, estabelecem relações de temporalidade, remontam um passado e agenciam a memória coletiva. Para tal empreitada, empregamos a perspectiva de análise à luz do modelo semiótico proposto por Gonzalo Abril, em consonância com as três dimensões do texto verbo-visual. O objeto empírico, portanto, será analisado no nível da visualidade, do olhar e da imagem, conforme descrito:

a) Nível da visualidade: O objetivo é estabelecer a visão entre o sujeito e o mundo. Neste sentido, identificamos na composição verbo-visual dos textos, a presença de elementos biográficos associados aos personagens políticos Lula e Obama, tomando como base categorial os itens temáticos verificados em exercício metodológico anterior (história de vida, marco histórico, identidade familiar, traço de época, jornada, mensageiro, instantâneo,

cotidiano), mas também consideramos a possibilidade de verificar outros itens não contemplados neste teste prévio. Com a análise do corpus integral, percebemos que os itens “instantâneo” e “cotidiano” não tinham sustentação ao longo do ano eleitoral, suas características se apresentavam diluídas em outros itens e, por isso, foram excluídos como dimensões autônomas da análise. O item “mensageiro” (no qual o personagem é apresentado como aquele que é predestinado a realizar mudanças), em conjunto com outros atributos, foi redirecionado para a análise no nível da imagem, apenas em Barack Obama. Além disso, identificamos a presença frequente de um novo item – traço de personalidade – conforme argumentaremos a seguir. Cabe salientar que os “itens temáticos” são uma espécie de grade de leitura, construídas como uma forma de analisar as revistas e seus acionamentos. Vários deles podem ser associados às noções/conceitos que existem em diferentes disciplinas (a exemplo de marco histórico, traço de época), mas não é nosso objetivo teorizar sobre cada um deles, ou seja, os itens são dimensões de análise que o material sugeriu e não conceitos importados de algum quadro teórico.

Todavia, caracterizamos os itens da seguinte maneira:

- *História de vida*: trata dos percursos de vida, fragmentos e experiências vividos pelo personagem político. Os elementos biográficos são acionados no discurso jornalístico numa relação temporal passado-presente, ou seja, recorta-se um determinado acontecimento do passado, vivenciado pelo personagem, que foi significativo e decisivo para justificar um fato situado no tempo presente.

- *Identidade familiar*: centra-se no conjunto de informações que identificam a genealogia do personagem político, seja origem étnica, tradições, costumes, lugares, relações parentais que caracterizam a origem do personagem enquanto ser humano. As relações temporais variam de acordo com o uso dos elementos biográficos

- *Traço de personalidade*: item temático percebido em virtude da recorrência do acionamento das qualidades, virtudes, defeitos, ideias, entre outros atributos do personagem político, que são reconhecidos pelas revistas e acionados nos textos jornalísticos ao longo do ano eleitoral. A relação temporal presente-futuro (como o candidato de hoje se apresenta e o que esperar dele) ou passado-futuro (como o presidente no passado agiu e o que podemos esperar no futuro de alguém com características semelhantes) reforça esse convite à reflexão sobre o personagem político o que, conseqüentemente, significa retornar à análise de sua

biografia (as revistas podem argumentar que certos traços de personalidade podem ser herdados dos pais ou ser inerente à trajetória de cada indivíduo).

- *Traço de época*: quadro temático caracterizado pelo acionamento das memórias de uma sociedade, que pode ser efetuado através da menção e/ou comparação com outros presidentes e/ou líderes políticos ou através do acionamento das características de um determinado momento ou período importante que demarca cronologicamente o acontecimento de um fato, uma personalidade ou certas conjunturas. Assim como o marco histórico, o quadro de época pode acionar no discurso jornalístico tanto elementos históricos como os elementos biográficos, através da relação temporal passado-presente-futuro. Essa dinâmica produz um efeito comparativo entre duas “eras” ou dois “períodos”.

- *Marco histórico*: caracteriza os acontecimentos que marcam certo momento histórico, provocando rupturas e/ou mudanças seja na economia, na política ou na vida social. Esse item temático abrange os acontecimentos considerados “divisores de águas” (o antes e o depois). Neste caso, o discurso jornalístico é marcado pela relação temporal passado-presente-futuro, onde o momento “presente” é o marco que divide o a condição anterior (passado) e sinaliza o porvir (futuro).

- *Jornada*: trata-se de uma indicação mais metafórica remetendo à trajetória e ao caminho a ser percorrido pelo personagem, ao longo da campanha eleitoral e após a vitória. Numa perspectiva mais ampla, pode estar relacionada à caminhada necessária, ao destino que precisa ser cumprido, uma expedição que atravessa décadas de lutas, na recorrência temporal presente-futuro.

b) Nível do olhar: Identificamos os atos de intencionalidade presumidos do ponto de vista editorial, ou seja, verificamos as marcas textuais presentes nos enunciados, que configuram o comportamento institucionalizado ou editorializado das revistas. Nesta instância observamos como as duas linhas editoriais determinam o olhar em relação ao personagem, o olhar do “outro” – aqui e lá, o que nos motiva a pensar, de certa forma, sobre como a cultura jornalística norte-americana, na perspectiva de *Time*, e a cultura jornalística brasileira, na perspectiva de *Veja*, determinam seus enquadramentos em coberturas de eventos como as eleições presidenciais. Trata-se especificamente de determinar o “perfil narrativo” de cada revista na abordagem dos personagens políticos.

Além disso, a dimensão do olhar preocupa-se também com a dinâmica do tempo no discurso visual. Por isso, a presença dos elementos biográficos auxilia a compreender as relações de temporalidade. Eles são o fio condutor que costura essa temporalidade e os acionamentos, de certa forma, indicam os atos de intencionalidade das revistas (Por que acionam? Qual a intenção presumida?). Da mesma forma, é importante ponderar que as relações de temporalidade acionam não só elementos biográficos, como também elementos históricos de tempo passado e acontecimentos do cotidiano (tempo presente), relacionando-se à história política dos dois países.

A análise revelou a presença de gestos textuais específicos que caracterizam o jeito de abordar o assunto e podem variar de acordo com alguns fatores como o perfil textual do repórter que assina o texto ou a natureza e dinâmica do momento eleitoral. Entre as características mais recorrentes, verificou-se uma abordagem jornalística que fornece um olhar sobre “si” e sobre o “outro”, além do uso de figuras de linguagem (metáforas, por exemplo) como estratégia textual para tratar de aspectos específicos e, também, a associação do perfil dos eleitores ao perfil biográfico do candidato ao longo das reportagens.

c) Nível da imagem: Por fim, neste nível, observamos o conjunto de significados que o texto verbo-visual permite acessar em relação aos imaginários coletivos do universo biográfico de Obama e do contexto eleitoral. Assim, refletimos sobre as imagens construídas a partir dos gestos textuais das revistas, que articulam os acionamentos biográficos e as relações de temporalidade (presente- passado-futuro). A instância da *imagem* também está associada à representação coletiva e ao peso simbólico da expressão verbo-visual (dimensão imaginária), ou seja, nela refletimos sobre a articulação da memória coletiva por meio do texto jornalístico (o jornalismo como um agente de memória que articula elementos e auxilia a remontar um passado).

Destacamos que cada dimensão do texto verbo-visual está interligada (assim como os itens temáticos revelados em cada uma). Isso significa que traços de época podem estar associados ao marco histórico, ao traço de personalidade, ou a qualquer outro item temático no nível da visualidade. Da mesma forma, esses itens podem ser verificados no nível do olhar (onde pontuamos os atos de intencionalidade que configuram o posicionamento editorial) ou ainda no nível da imagem (que sustenta os imaginários coletivos).

## **CAPÍTULO IV. BARACK OBAMA E A COBERTURA - VEJA E TIME EM 2008**

Neste primeiro capítulo de análise, apresentamos as considerações sobre a cobertura jornalística de *Veja* e *Time* em relação à disputa presidencial nos Estados Unidos, em 2008, com ênfase nos acionamentos biográficos do personagem Barack Obama nas reportagens publicadas ao longo do ano eleitoral. As considerações analíticas são apontadas em duas etapas: primeiro tratamos dos aspectos gerais do corpus empírico, dimensionando seu volume e fluxo de notícias, assim como justificando os recortes empregados para esta análise; em seguida, procedemos à análise das reportagens propriamente dita.

As impressões obtidas a partir das reportagens analisadas foram possibilitadas pela identificação das marcas biográficas visíveis no texto jornalístico, em sua dimensão verbal e visual e pela leitura interpretativa à luz da perspectiva semiótica textual. Assim, a análise está dividida de acordo com os níveis de visualização pontuados no capítulo metodológico: visualidade, olhar e imagem. Cabe ressaltar que os subitens desses níveis foram nomeados de acordo com a leitura possibilitada pelas reportagens. No nível da visualidade verificamos a presença de todos os itens temáticos presumidos (história de vida, identidade familiar, traço de personalidade, traço de época, marco histórico, jornada). A leitura analítica nos níveis do olhar e da imagem não deve ser tomada como uma categorização fixa, pois foi possibilitada pela leitura interpretativa dos sentidos propostos pelos textos jornalísticos.

### **4.1. Aspectos Gerais do corpus**

O primeiro procedimento desta análise consistiu na catalogação das edições das revistas publicadas ao longo do ano eleitoral, afim de perceber a dinâmica de pautas sobre a temática em questão durante amplo período. Em *Time*, catalogamos edições publicadas entre 14 de janeiro de 2008 e 02 de fevereiro de 2009, totalizando 43 exemplares, porém com ausência de algumas edições em virtude da indisponibilidade no acervo (*The Vault*)<sup>30</sup>. Em

---

<sup>30</sup> No mês de outubro, por exemplo, apenas uma edição está disponível no acervo.



*Veja*, observamos as edições publicadas durante o período de 09 de janeiro de 2008 a 28 de janeiro de 2009, somando um total de 56 edições.

Para triagem do material empírico, selecionamos apenas as edições em que houve alguma referência às eleições presidenciais norte-americanas e/ou referências ao personagem Barack Obama, considerando todo o conteúdo jornalístico das revistas. Devido à dimensão de conteúdos (notas, notícias, reportagens, charges e artigos de opinião), optamos por analisar apenas a reportagem, enquanto gênero jornalístico (textos jornalísticos em profundidade): em *Veja*, refletimos especificamente sobre o conteúdo da seção “Internacional”, por se tratar do espaço da revista onde predominam as reportagens sobre os principais fatos sociais, políticos e econômicos ocorridos em outros países, a exemplo dos Estados Unidos; em *Time*, analisamos o conteúdo da seção *The “Well/ Nation”* por abordar os principais fatos relacionados à política nacional e, conseqüentemente, o local das reportagens sobre a campanha eleitoral.

Após a seleção, as reportagens foram agrupadas do ponto de vista temático, respeitando as especificidades do ano eleitoral. Neste sentido, os textos foram categorizados da seguinte forma: *Reportagens que se referem principalmente a Obama em campanha eleitoral* (falam do personagem político de forma direta, no contexto de campanha e/ou se referem ao ineditismo de sua ascensão e vitória política); *Reportagens que se referem a Obama em comparação ao candidato opositor* (apresentam resultado de pesquisas de intenções de votos para os candidatos, nos dois momentos da disputa – Eleições Primárias e Eleições Gerais); *Reportagens que se referem principalmente ao personagem Obama e aspectos historiográficos dos Estados Unidos* (destacam algum aspecto da história política dos Estados Unidos relacionando ao perfil de Obama).

**Quadro 1: Volume de reportagens sobre as eleições presidenciais**

<b>Categorias</b>	<b>Veja</b>	<b>Time</b>
Reportagens exclusivamente sobre Obama	26	20
Reportagens sobre Obama e demais candidatos	13	20
Reportagens sobre Obama e a história dos Estados Unidos	08	13
<b>TOTAL DE EDIÇÕES</b>	<b>56</b>	<b>43</b>
<b>TOTAL DE REPORTAGENS ANALISADAS</b>	<b>47</b>	<b>53</b>

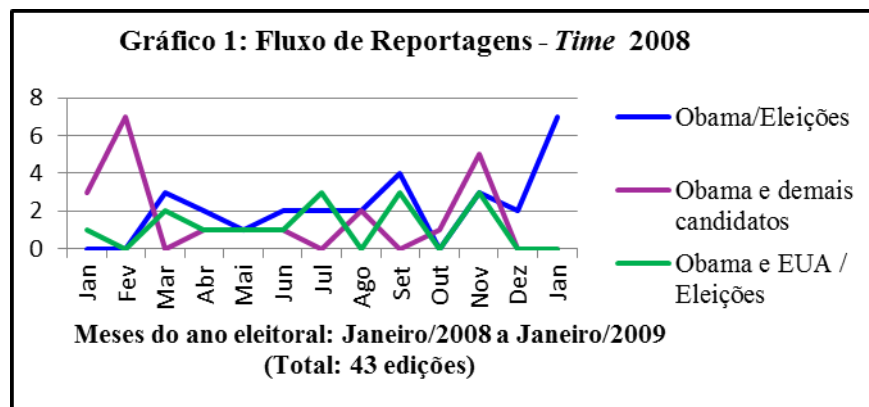
(Fonte: Elaborado pela autora)

O fluxo de notícias ao longo o ano eleitoral revela algumas especificidades dos períodos de concentração de cada uma dessas categorias.

A revista *Time* destaca-se por ser a anfitriã na cobertura eleitoral. É a partir de sua cobertura que observamos o “olhar sobre si” e a forma como ela informa o leitor e interpreta os acontecimentos em âmbito político. Durante o ano eleitoral, a cobertura sobre a disputa presidencial foi intensa, com reportagens publicadas em praticamente todas as edições. Destaca-se o equilíbrio do conteúdo, sobretudo em relação aos candidatos, porém com algumas ressalvas. Durante o período das Primárias, a cobertura da revista privilegia a disputa entre os Democratas Hillary Clinton e Barack Obama, com menor destaque para a disputa entre os Republicanos (no máximo o nome de John McCain entra em evidência). Com a indicação da candidatura de Obama, Mc Cain vira seu oponente e ganha mais destaque nas reportagens. No entanto, à medida que Obama se fortalece na reta final das Eleições Gerais, o foco das coberturas passa a convergir para o ineditismo de sua possível vitória. Daí em diante, a cobertura fica mais centrada na figura de Obama, ainda que compare com outros personagens.

Outro aspecto interessante é o fato de que a revista utiliza algum gancho para ligar à discussão eleitoral. Discussões sobre comportamento (temperamento, experiência política, etc.) e questões raciais, por exemplo, são utilizadas como motivadores para manter o debate e a compreensão sobre os personagens políticos em pauta. Barack Obama é um dos candidatos que mais motiva esse tipo de reportagem, em virtude da peculiaridade em torno de sua história de vida.

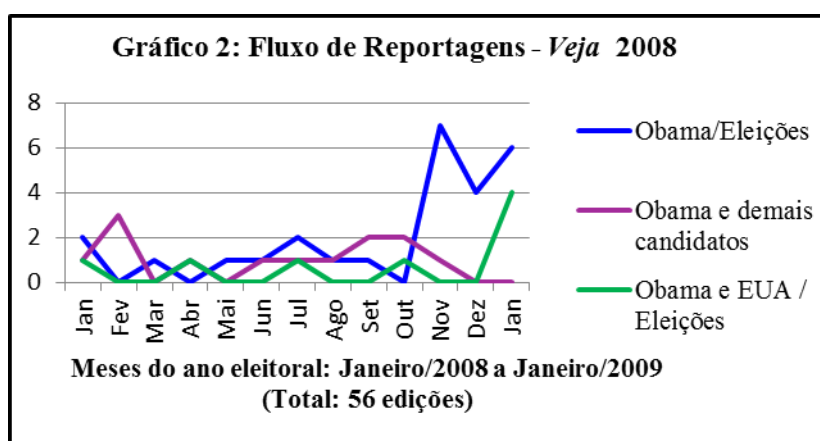
Ao observar o gráfico de fluxo de reportagens, é possível perceber os picos de publicação e os temas em evidência. *Time* manteve uma frequência de publicações centradas em Obama (linha azul), porém com mais evidência nos meses de março (período das Primárias), setembro e novembro (Eleições Gerais) e janeiro de 2009, atingindo o ápice em virtude da posse. No caso das reportagens que tratam de Obama em comparação com outros candidatos (linha rosa), percebe-se maior destaque nos meses de fevereiro (Primárias) e em novembro (Eleição Geral). As reportagens que trazem algum elemento histórico dos Estados Unidos ou outro tema como gancho para comparar aos candidatos (linha verde), mantiveram uma frequência homogênea (sem picos), porém associadas às outras temáticas (as edições mesclam os temas).



(Fonte: Elaborado pela autora)

No caso da revista *Veja*, que oferece o “olhar sobre o outro”, o aspecto peculiar da abordagem é dado pelo caráter de exclusividade que a revista emprega ao falar de Obama em sua primeira disputa presidencial. Quando os adversários de Obama são acionados, acontece de forma comparativa, mas não com a exclusividade do candidato democrata. Tal comportamento editorial pode ser observado a partir da primeira edição da revista, no início da cobertura das Primárias, quando Obama vence Hillary Clinton na disputa pela indicação do partido, no estado de Iowa. As reportagens “*O massacre de Iowa*” e “*Terremoto Obama*” são exemplos dessa abordagem comparativa.

*Veja* mantém uma frequência nas reportagens que se referem exclusivamente a Obama ao longo de todo o ano (linha azul do Gráfico 2), atingindo o ápice na cobertura de novembro, mês das Eleições Gerais. Da mesma forma, o fluxo de reportagens de abordagem comparativa (Obama versus outros candidatos) se mantém frequente, com poucos hiatos e oscilações (linha rosa). Já as reportagens que tratam do personagem Obama em relação a história dos Estados Unidos aparecem apenas em momentos específicos da campanha e atingem o ápice em janeiro de 2009, na posse (linha verde).



(Fonte: Elaborado pela autora)

Convém ressaltar que não utilizamos apenas as edições com “manchete de capa” para seleção do corpus de análise. Essa decisão restringiria a análise, considerando a vasta cobertura que foi dedicada ao personagem Barack Obama nas duas revistas. No entanto, é importante pontuar que a revista *Time* publicou mais edições com algum destaque na capa se comparada à cobertura de *Veja*. Esse comportamento editorial da revista norte americana é esperado e reflete uma postura interpretativa diante do cenário de decisão dos rumos político dos Estados Unidos.

*Time* publicou 20 edições, com algum destaque na capa em referência direta ou indireta a Obama e/ou o contexto eleitoral, distribuídas ao longo do ano eleitoral (com maior concentração durante o período das Eleições Primárias, às vésperas da Eleição Geral e no mês da posse). Desse total, 13 edições apresentam Obama como manchete principal (sozinho ou em comparação com outro candidato político) e as demais apresentam pequenas manchetes, localizadas na parte superior da página.

*Veja*, por sua vez, publicou três edições, em momentos distintos, em que Obama foi destaque principal na capa: a primeira logo após o resultado das eleições primárias (edição nº 2064, 11/06/08); a segunda edição é publicada após o resultado das Eleições Gerais, quando a revista registra sua vitória (edição nº 2086, 12/11/08); e a terceira, registra a posse de Obama (edição nº 2096, 21/01/09). A revista também publicou em três edições pequenas manchetes, localizadas na parte superior da página, com referência a Obama em contexto eleitoral.

#### **4.2. Análise no nível da visualidade**

De modo geral, as reportagens de *Time* e *Veja*, sugerem simpatia pelo personagem Barack Obama e indicam uma expectativa em relação à sua possível vitória na disputa presidencial de 2008. Essa expectativa crescente em torno dos nomes que disputarão o cargo presidencial está envolta em uma sensação de mudança, que aparenta ser positiva diante do cenário de crise do governo Bush. O destaque concedido a Obama, portanto, vai se intensificando ao longo do ano e com algumas variações na abordagem a depender do momento eleitoral. Mas, é justamente a partir do acionamento de elementos biográficos que as revistas qualificam o diferencial de Obama e estruturam a teia argumentativa da cobertura sobre a disputa presidencial.

No nível da visualidade, identificamos na composição verbo-visual dos textos, a presença de componentes biográficos associados ao personagem político, seja a partir do que é expresso verbalmente no texto escrito, seja nas fotografias ou ilustrações, ou na composição de ambos. Identificamos, portanto, os seguintes itens biográficos:

- *História de vida*: Há um forte gesto intencional nesse tipo de acionamento que está atrelado à exploração da identidade racial de Obama (pai negro e mãe branca) e aos movimentos que percorreu ao longo da vida em virtude da sua estrutura de “família” (os pais separados na infância, a adolescência com os avós, as vivências em localidades distintas, os estudos em Harvard, a experiência política no Senado, entre outras). Esse quadro de leitura, no entanto, ampara-se principalmente na “origem” de sua história de vida e nas circunstâncias que levaram ao encontro do pai e da mãe de Obama, passando por sua infância e parte da adolescência. Há pouco interesse em explorar sua vivência em Harvard, quando estudou direito, ou sua curta experiência política como senador.

O foco nos pais de Obama para explicar sua história de vida ocorre nas duas revistas, mas *Time* é percussora nesse acionamento. A edição de 21 de abril publica na capa a manchete “Criando Obama - Como sua mãe o tornou quem ele é<sup>31</sup>” (Vol.171, nº16), com reportagem especial intitulada “História de uma mãe” (*A mother's story*) (Figura 6). Neste momento da campanha, os resultados das Primárias já sugerem um cenário mais consistente e favorável a Obama sobre a indicação partidária. Há toda uma expectativa em relação a sua possível candidatura e a consequente curiosidade sobre sua história de vida, uma vez que sua trajetória política como senador é muito curta se comparada à sua oponente Hillary Clinton.

Obama não é um personagem político qualquer. É negro, filho da miscigenação - mãe branca norte americana e pai negro africano. E sua trajetória é resultante das experiências vividas por seus pais, sobretudo por sua mãe, personagem que, segundo a revista, possui destaque na composição da personalidade do filho (o que não significa que a revista apague a influência do pai ou silencie em relação a esse aspecto paterno). A estratégia utilizada pela revista para “conhecer” Obama, então, consiste em remontar os passos percorridos ao longo de sua existência. A reportagem oferece alguns argumentos ao longo da narrativa textual que auxiliam o leitor a compreender quem é Ann Dunham (a mãe), quem é Sir. Barack Hussein Obama (o pai), quem são seus avós paternos e que influência eles tiveram para que Obama seja quem é (ou o entendimento que tínhamos sobre esse personagem político pouco conhecido naquela época).

---

<sup>31</sup> Texto original: “Raising Obama – How his mother made him who he is”(Vol.171, nº16).

O ponto de partida é a história da mãe: a revista traz acima do primeiro parágrafo uma frase de Obama: “O que há de melhor em mim devo a ela<sup>32</sup>”. Esse “critério de notícia” atípico é justificado na seguinte passagem do texto: “Na maioria das eleições, a mãe falecida de um candidato nas primárias não é tema de um perfil em uma revista. Mas Ann Soetoro não era como as outras mães<sup>33</sup>” (Id. p.37). Ao apresentar os principais acontecimentos da vida de Ann, a revista justifica sua singularidade: “Ann Soetoro foi uma mãe adolescente que mais tarde obteve um Ph.D. em antropologia; [...] alguém com dom natural para ser mãe, mas obcecada por seu trabalho; uma pragmática romântica, se é que isso é possível<sup>34</sup>. (Time, Vol.171, nº16, 21/04/08, p. 36).

Figura 6: Reportagem especial sobre a origem de Obama



(Fonte: Acervo Time – The Vault, Vol.171, nº16, 21/04/08, capa e páginas 36-37)

Além disso, a mãe de Obama também é retratada como “uma mulher do mundo” (“*a woman of the world*”), porém não de forma promíscua, mas como uma “sonhadora”, em virtude das escolhas que fez ao longo da vida (Figura 7). Casou-se duas vezes com colegas, estudantes de países distantes - o pai de Obama era queniano e o segundo marido da Indonésia. Os casamentos fracassaram e ela se apoiou, sobretudo, nos pais para ajudar a criar os filhos. Obama morou em Jacarta, na Indonésia, de dois aos dez anos de idade, quando Ann o mandou de volta para o Havaí para viver com os avós e estudar em colégio de elite.

<sup>32</sup> Texto original: “What is best in me I owe to her” (21/04/08, p.37).

<sup>33</sup> Texto original: “In most elections, the deceased mother of a candidate in the primaries is not the subject of a magazine profile. But Ann Soetoro was not like most mothers” (21/04/08, p.37).

<sup>34</sup> Texto original: “Ann Soetoro was a teen mother who later got a Ph.D. in Anthropology; a white woman from the Midwest who was more comfortable in Indonesia; a natural-born mother obsessed with her work; a romantic pragmatist, if such a thing is possible” (Time, Vol.171, nº16, 21/04/08, p.36).

Figura 7: Identidade da mãe de Obama




(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, Vol.171, nº16, 21/04/08, recortes das páginas 38-42)

Um ponto curioso é o fato de a reportagem enfatizar mais o contexto que favoreceu o encontro dos pais de Obama, ao invés de detalhar aspectos da figura paterna que possam determinar alguma herança em Obama. Segundo o texto de *Time*, Ann encantou-se com o filme *Orfeu Negro* (*Black Orpheus*), que trata da história de um amor trágico, ambientado no Brasil, e que refletem as fantasias proibidas a uma garota branca da classe média do Kansas. Essa experiência sugere um encantamento de Ann com o exótico e diferente. O texto, no entanto, não é tão incisivo em relação a história do filme e ao simbolismo que esse olhar “branco” sobre o outro “negro” produziu nela.

Seguindo a mesma perspectiva narrativa, a revista *Veja* cita essa mesma experiência com o filme, porém, com mais detalhamento. A reportagem “Obama entra para a história” (ed.2064), publicada após o resultado das Primárias, registra o contexto sócio cultural caracterizador do ambiente vivido pelos jovens Stanley Ann Dunhan e Barack Hussein Obama, até o início da década de 1960, quando se conhecem e se encantam, em uma aula de russo, no Havaí (essa mesma informação é citada em *Time*). No entanto, não é a circunstância do encontro dos pais de Barack Obama que *Veja* considera determinante para sua existência. A revista atribui a Vinícius de Moraes e sua peça *Orfeu da Conceição*, o encantamento Ann nutriu pelos “negros exóticos em um país tropical” (Id.p.94), quando no auge dos seus 16 anos, assistiu o primeiro filme estrangeiro de sua vida, “*Orfeu Negro*”, do francês Marcel Camus, que a revista enfatiza ser baseado na obra de Vinícius (diferente de *Time* que não cita Vinícius).


Figura 8: Obama e sua origem, segundo *Veja*

No começo da década de 80, ela visitava seu filho em Nova York e soube que *Orfeu Negro* estava em cartaz. Convidou-o para assistir ao filme, mas, no meio da sessão, seu filho estava entediado com aqueles negros infantilizados na tela. Ele fez menção de sugerir à mãe para ir embora. Levou um susto. Iluminado pelo clarão azul da tela, o rosto de Ann exibia um olhar fascinado. Seu filho então compreendeu tudo.



Compreendeu que, no fim dos anos 50, sua mãe, uma menina branca do Kansas, no conservador e recatado Meio Oeste americano, amara aquilo tudo, amara aqueles negros exóticos num país tropical. Logo depois dessa experiência inesquecível, Stanley mudou-se com os pais para uma terra exótica, o Havaí. E, aos 18 anos, ela, “branca como leite”, o encontraria, “negro como breu”, numa aula de russo. Ela ficou grávida, casou-se — nessa ordem —, teve o filho e três anos mais tarde já estava separada. Seu filho, ali no cinema, agora compreendia que a trajetória da mãe talvez tenha se dado ao embalo dos sonhos daquela outra vida que o Kansas lhe negava. “Uma vida quente, sensual, exótica, diferente”, escreveu o filho, em sua autobiografia. O filho, claro, é Barack Hussein Obama. Sua existência, portanto, talvez deva um fiapo de crédito à sonoridade dos versos que caíram no ouvido de sua mãe naquele cinema em Chicago, ela ainda na flor de seus 16 anos:

“A gente trabalha o ano inteiro  
Por um momento de sonho  
Pra fazer a fantasia  
De rei, ou de pirata, ou de jardineira  
Pra tudo se acabar na quarta-feira”.  
Mas nada se acabou na quarta-feira.



Um negro parido do sonho da jovem Ann, mulher de personalidade tão fascinante, misto de ingênua e libertária, quanto a do seu filho.

(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2064, 11/06/08, recortes do texto e da ilustração, p.94)

Sobre a figura paterna e sua influência na história de vida de Obama, há considerável discrepância entre as abordagens das duas revistas. A revista *Time* pouco aciona a história do pai de Obama e sua representatividade na trajetória do filho. Há um ocultamento ou silenciamento de aspectos negativos ou positivos (não é dito quando Obama pai morre, por exemplo, e se isso causou algum impacto para o filho). No entanto, quando o texto de *Time* faz alguma referência à figura paterna de Obama, deixa marcas positivas que nos fazem pensar sobre certas semelhanças em relação ao seu pai, como a “personalidade magnética” capaz de atrair a atenção daqueles que o cercam, virtude oratória e capacidade opinativa sobre o mundo.

Quando chegou à faculdade, Stanley já começara a apresentar-se como Ann. Ela conheceu Barack Obama, pai, numa aula de russo. Ele era um dos primeiros africanos a estudar na Universidade do Havaí e alvo de muita curiosidade. Ele falava em grupos de igreja e era entrevistado por muitos jornais locais. “Ele tinha personalidade magnética”, recordou Neil Abercrombie, deputado do Havaí que foi amigo de Obama, pai, na faculdade. “Tudo o que saía de sua boca era um discurso, até mesmo a observação mais corriqueira.” O pai de Obama rapidamente atraiu uma multidão de amigos na universidade. [...] Eles falavam do Vietnã e da política. ‘Todo mundo tinha opinião, e todos eram da opinião de que todos queriam ouvir sua opinião. E ninguém era mais assim que Barack’<sup>35</sup> (*Time*, Vol.171, nº16, 21/04/08, p. 38).

<sup>35</sup> Texto original: “By college, Stanley had started introducing herself as Ann. She met Barack Obama Sr. in a Russian-language class. He was one of the first Africans to attend the University of Hawaii and a focus of a great curiosity. He spoke at church groups and was interviewed for several local newspapers stories. “He had this magnetic personality”, remembers Neil Abercrombie, a member of Congress of Hawaii who was friend with



*Veja*, ao contrário, aciona de forma negativa as informações sobre o pai de Obama, como discutiremos nos atos de intencionalidade, no nível do olhar.

- *Identidade familiar*: Esse item trata do acionamento da raiz genealógica (ancestrais paternos e maternos) de Barack Obama. Mas, enquanto quadro de leitura, não tem a mesma frequência nas duas revistas.

As relações parentais são pontuadas na revista *Time* em momentos específicos e tem como objetivo esclarecer ao leitor quem são os avós maternos de Obama e qual o papel que tiveram em sua criação, como ocorre na reportagem “*A mother’s story*” (21/04/08). Nesse texto, há um forte comprometimento da revista em explicar a trajetória de vida da mãe de Obama e o papel significativo dos avós maternos, a partir dos dez anos de idade (Figura 9), quando ele se separou da mãe (que morava na Indonésia) para morar com os avós no Havaí.

**Figura 9: *Time* destaca o apoio dos avós maternos durante a infância de Obama**



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, Vol.171, nº16, 21/04/08, recortes da página 40)

Outro momento em que *Time* aciona a genealogia com o intuito interpretativo, porém mais ilustrativo, foi em “Família Obama – Com raízes no Kansas, Kenya e muito mais, o candidato é uma fantasia da genealogia<sup>36</sup>” (01/09/08), publicado durante a campanha para as Eleições Gerais, em edição especial (*The Democrats*), onde a revista apresenta uma série de

---

Obama Sir. in college. “Everything was oratory from him, even the most commonplace observation”. Obama’s father quickly drew a crowd of friends at the university. [...] They talked about Vietnam and politics. “Everyone had an opinion about everything, and everyone was of the opinion that everyone wanted to hear their opinion – no one more so than Barack” (*Time*, Vol.171, nº16, 21/04/08, p.38).

<sup>36</sup> Texto original: “The Family Obama – With roots in Kansas, Kenya and beyond, the candidate is a genealogist’s fantasy” (01/09/08).

textos sobre o candidato democrata Barack Obama. Nesta composição (Figura 10), cujo peso da informação está amparado nas imagens e legendas, *Time* apresenta os componentes da família, a partir dos seguintes itens: ancestrais, avós, mãe, pai, meio irmãos, esposa e filhas.

Figura 10: Ilustração da Genealogia de Obama em *Time*



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, Vol.172, nº9, 01/09/08, p.46-47)

A revista *Veja*, ao contrário, enfatiza os atributos genealógicos ao longo de todo o ano eleitoral, como se fosse um acessório adjetivo de Obama cada vez que se refere às peculiaridades de sua origem (esse acionamento está diretamente relacionado à imagem de indivíduo “globalizado”, como será abordado, posteriormente, no nível da imagem). Na edição de janeiro de 2008, por exemplo, quando a revista registra o desempenho positivo de Obama no início das Primárias, sua identidade familiar é enfatizada em duas reportagens diferentes. O primeiro acionamento ocorre em “Terremoto Obama”, na qual são utilizados apenas recursos verbais para “qualificar a identidade de Obama”. No segundo acionamento, o texto “Eu me esforço em ouvir” apresenta trechos do livro de Obama (A Audácia da esperança), porém não há referências expressas à sua genealogia.

O texto está estruturado em itens eleitos pela revista (auto avaliação, futuro dos Estados Unidos, valores e ideias, economia e protecionismo), a partir dos quais a revista relaciona ao conteúdo do livro escrito pelo candidato. Assim, a imagem utilizada para ilustrar essa página não cria uma relação direta com seu texto, mas complementa o teor argumentativo e o peso simbólico da reportagem anterior. Da mesma forma, os trechos do livro de Obama consistem em uma forma de oferecer ao leitor mais conhecimento sobre o que pensa esse

candidato dito como “novidade” e pouco conhecido no cenário político da época. A ilustração (Figura 11) mostra Obama aos dois anos com sua mãe, seu pai ao centro e, na adolescência com sua avó no Quênia, caracteres biográficos pontuados no texto da reportagem anterior.

Figura 11: Composição verbo visual da identidade familiar de Obama em *Veja*

Há outro modo, bem distante da cor, de qualificar a identidade de Obama. Ele é um cidadão globalizado: filho de um africano, neto de muçulmanos, passou parte da infância na Indonésia, foi criado pela família de sua mãe, brancos do Meio-Oeste (isso significa, no folclore local, ser um americano da gema). Tem uma irmã meio indonésia, parentes com ascendência chinesa e, por parte do pai, uma enorme parentela vivendo na África. Só se pode imaginar o impacto positivo que um presidente com tal currículo teria sobre a imagem internacional dos Estados Unidos. Barack Hussein Obama nasceu em 1961 no Havaí, onde seu pai, um estudante queniano, conheceu sua mãe. Ele abandonou a família quando o filho tinha 2 anos. Dos 6 aos 10 anos, o pequeno Obama viveu com a mãe na Indonésia, onde ela se casou com um muçulmano. De volta aos Estados Unidos, ele se formou em Harvard e trabalhou na assistência a grupos comunitários de Chicago. Em seguida, tornou-se professor de direito constitucional. Obama estreou na política como senador estadual em Illinois, há onze anos. Fez duas viagens ao Quênia, em 1987 e 1992, para conhecer os parentes. Sua avó Sarah Obama, de 83 anos, ainda vive na mesma fazenda onde seu pai nasceu, cresceu e está enterrado.



**“EU ME ESFORÇO EM OUVIR”**

O senador Barack Obama — nome em homenagem ao herói — é um raro político que realmente escreve os próprios livros. Porém, além disso, é um leitor voraz. A *Autobiografia de Papai* — *My Father and Me* — é o primeiro de uma série de livros que ele escreve sobre sua família. Obama não é apenas um leitor voraz, mas também um escritor talentoso. Ele escreveu o livro *Um Sonho de Liberdade* em 2005, que se tornou um best-seller. Em 2008, ele escreveu *Um Amor Pequeno*, um livro sobre sua infância na Indonésia. Em 2010, ele escreveu *Um Mundo em Movimento*, um livro sobre sua experiência de trabalhar para o senador Barack Obama.

**AUTO-AVALIAÇÃO**  
 Obama é um homem de poucas palavras, mas suas ações falam por si mesmas. Ele é um líder nato, um homem que inspira outros a fazerem o melhor de si mesmos. Ele é um homem que acredita na justiça e na igualdade para todos. Ele é um homem que acredita na importância da educação e da ciência. Ele é um homem que acredita na importância da família e da comunidade.

**FUTURO DOS ESTADOS UNIDOS**  
 Obama acredita que o futuro dos Estados Unidos depende de nós mesmos. Ele acredita que devemos trabalhar juntos para resolver os problemas que nos enfrentamos. Ele acredita que devemos lutar pela justiça e pela igualdade para todos. Ele acredita que devemos lutar pela educação e pela ciência. Ele acredita que devemos lutar pela família e pela comunidade.

**VALORES E IDEIAS**  
 Obama acredita em valores como a honestidade, a integridade, a coragem e a compaixão. Ele acredita em ideias como a justiça social, a igualdade de oportunidades e a sustentabilidade ambiental. Ele acredita em um futuro melhor para todos os americanos.

(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2043, 16/01/08, recorte do texto, p.60; ilustração p.62)

Apenas na cobertura da vitória das Eleições Primárias que *Veja* destaca a origem genealógica de Obama, apresentando os registros visuais dos parentes paternos assim como os avós maternos (nesse caso, percebe-se o uso da mesma fotografia que ilustrou a revista *Time*).

Figura 12: Obama e sua representação genealógica em *Veja*

**AS ORIGENS DE OBAMA**

Obama aparece em todas as fotos destas páginas, em diversas fases de sua vida. Em sentido horário, começando pela foto pequena, logo acima: na década de 60, com o pai, queniano; no colo da mãe, Ann, que morreu de câncer nos ovários e útero, em 1995; com sua mulher, Michelle, e as filhas, Malia (à esq.) e Sasha (à dir.), em maio passado; no seu casamento com Michelle, em 1992; com os avós maternos, na década de 80; e na primeira visita à sua família queniana, em 1987 (*Mama Sarah, madrasa de seu pai, é a de vestido amarelo*)



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2064, 11/06/08, recortes da ilustração, p.94 - 95)

- *Traço de personalidade*: Esse item temático não foi inserido em estudo exploratório anterior, mas foi percebido durante a análise em profundidade do material empírico. Descrevemos as qualidades, virtudes, defeitos, ideias, entre outros atributos que são reconhecidos pelas revistas e acionados nos textos jornalísticos. Do ponto de vista da relação temporal, está situado no tempo presente porque faz parte do “ser”, no aqui e no agora, ou seja, do que é característico e que o diferencia dos demais. Uma das estratégias das revistas é o acionamento de comportamentos atuais ou experiências passadas na tentativa de elucidar suas virtudes (que podem ser herdadas) ou associar de forma pejorativa a conduta de Obama. Desse modo, os aspectos de personalidade podem sugerir especulações e expectativas futuras, considerando o comportamento presumido do indivíduo. As revistas *Veja* e *Time* utilizam esse quadro temático, porém com as especificidades de cada linha editorial.

As virtudes de Obama constituem os traços de personalidade acionados na revista *Veja*. Ao longo de toda a campanha, o personagem político é “celebrado pelo talento retórico”, usado para “inflamar as massas”, como é citado na reportagem “A constelação Barack Obama” (*Veja*, ed.2067, 02/07/08, p.92). Essa virtude já era reconhecida desde a cobertura das primárias como é mencionado na reportagem “Terremoto Obama”: “Os dotes de orador com voz de barítono, o jeito calmo e a habilidade de explicar temas enfadonhos com simplicidade são a mais poderosa ferramenta de Obama para angariar votos. Nos discursos sempre empolgantes promete mudança e conciliação.” (*Veja*, ed. 2043, 16/01/08, p.60). Além disso, Obama também é retratado na revista como um indivíduo “flexível” e “cabeça aberta” (ed.2067, p.93) ao diálogo antes de tomar decisões.

As marcas da personalidade também estão presentes nas capas de *Veja*. Na capa de 11 de junho, apenas o rosto de Obama aparece em evidência, seguido da manchete “Barack Obama - Ele pode ser o homem mais poderoso do mundo”. Ele está “olhando para o leitor”, sorrindo, com expressão autoconfiante. Essa composição sugere um candidato focado no presente (olhar direcionado para frente), que projeta uma expectativa futura (esse indivíduo de sorriso confiante pode ser o presidente dos Estados Unidos, então o que podemos esperar de sua gestão?). Nessa edição, *Veja* traz reportagem especial, incluindo informações sobre a história de vida e a influência dos pais em sua trajetória. A capa focada apenas no rosto de Obama é, então, um convite para que o leitor conheça o que está por trás desse “sorriso” e novo rosto da política norte-americana (influências, intenções) e, a partir disso, projete suas expectativas.

Em contrapartida, a capa publicada após a cerimônia de posse, enfatiza sua objetividade durante o discurso inaugural, contrapondo o ideal de orador até então pregado

nas reportagens anteriores. Ao pontuar “a frieza do presidente PowerPoint”, *Veja* destaca uma diferença entre o discurso de Obama em comparação ao discurso de outros presidentes norte americanos. O termo “*PowerPoint*”, que se refere ao programa de informática utilizado para criar e exibir apresentações, não deixa de demarcar um presidente “moderno”, cujo teor discursivo é objetivo (assim como as apresentações do programa). Essa acepção sugere uma crítica sobre as formas discursivas tradicionais, onde os antecessores do então atual presidente gastavam horas em bancada discursando.

**Figura 13: Traço de personalidade nas capas de *Veja***



(Fonte: Acervo *Veja*, capas das edições 2064 (11/06/08) e 2097 (28/01/09)).

A revista *Time* é mais meticulosa com as descrições da personalidade de Obama. Uma estratégia que auxilia a leitura desse item e colabora para materializar o gesto textual é a cobertura fotográfica assinada por Callie Shell, com registros que apresentam não só os bastidores de campanha, mas capturam um personagem político em ações e comportamentos não mediados normalmente (seja sozinho, interagindo com o público, com sua equipe de campanha ou com sua família). Esses registros da intimidade fornecem ao leitor uma “chave de leitura” para conhecer o personagem político. Cabe ressaltar que essa estratégia informativa não está restrita a Obama, mas é feita com os demais candidatos (Hillary Clinton nas Primárias e depois McCain nas Eleições Gerais).

Destacamos alguns momentos em que ocorre o registro fotográfico sobre a intimidade do candidato. Na composição visual da reportagem “*The long way home*” (17/03/08), Obama trabalha ao telefone, de forma despojada, com os pés sob a mesa. Destaque para o solado gasto do sapato e de sua autobiografia “*The Audacity of Hope*”. Na imagem seguinte, em registro da reportagem “*The Great Divide*” (18/03/08), Obama está trabalhando em um discurso, quando Michelle Obama passa para dizer: “*I love you. You are*

*great*”, segundo legenda. E o ensaio fotográfico “Na trilha com Obama. Um olhar sincero por trás dos bastidores”<sup>37</sup>, também assinado por Shell, os registros mostram Obama focado nos discursos, em família (o pai presente).

**Figura 14: A campanha eleitoral e o registro da intimidade e dos bastidores**



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, recortes de Vol.171, nº11, 17/03/08, Vol.171, nº7, 18/02/08 e Vol.172, nº9, 01/09/08).

Esses registros que mostram Obama como um indivíduo comum, com experiências cotidianas, são materializados também texto escrito. A reportagem “*The long way home*” (17/03/08, p.37), por exemplo, destaca sua capacidade de autocontrole, confiança e competitividade diante das adversidades, conforme grifamos: “Ele não joga duro apenas; ele joga para ganhar, principalmente quando enfrenta perdas difíceis [...] E ele sabe qual é o jogo que está jogando agora”<sup>38</sup>.

As capas também sugerem essa interpretação. Assim como observamos em *Veja*, Obama olha para o leitor em duas circunstâncias: a primeira capa, publicada na reta final das Primárias, a manchete já “legenda” seu sorriso, sugerindo que ele é o vitorioso na indicação partidária (destaque para a postura despojada, sem o terno, com uma mão sob a mesa e a outra apoiando o queixo, indicando uma finalização); na segunda capa, a manchete única (situada na parte superior da página), destaca o rosto de Obama, com o olhar focado e expressão facial

<sup>37</sup> Texto original: “*On the trail with Obama. A candid look behind the scenes*” (18/03/08).

<sup>38</sup> Texto original: “He not only plays hard; he plays to win, rubs it in sometimes if he does and takes losses hard[...] And he knows what game he’s playing now” (17/03/08).

que simula um sorriso (o candidato em reta final de campanha demonstra confiança). Em outra circunstância, com a manchete “*Anger Management: Why Obama is keeping cool*” (29/09/08), em destaque superior, a revista ressalta o espírito pacífico do candidato para lidar com a conturbação do cenário (esse traço de personalidade será explorado no nível da imagem, ao tratá-lo como mensageiro portador do discurso de paz, tolerância e esperança).

**Figura 15: Autocontrole e confiança em foco em *Time***



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, capas de Vol.171, nº20, 19/05/08, Vol.172, nº9, 01/09/08 e Vol.172, nº13, 29/09/08).

Na mesma perspectiva de significados gerados pelos textos jornalísticos, é possível identificar no quadro de leitura traço de personalidade, um acionamento da reflexão sobre a experiência, temperamento, caráter e carisma de um candidato e a forma como esses atributos podem refletir na condução de sua gestão presidencial. A reportagem “*Does experience matter in a President*” (10/03/08), que também é manchete de capa da mesma edição (“*How much does experience matter?*”), questiona o leitor sobre a importância da experiência política na escolha do candidato. Nesta mesma edição, *Time* chega a publicar um infográfico com o currículo dos presidentes norte americano para sustentar essa avaliação (e auxiliar as conclusões do leitor), mostrando que Abraham Lincoln, por exemplo, representa o paradoxo no quadro presidencial por ser um dos presidentes com menos experiência para o cargo.

A mesma estratégia foi utilizada na manchete de capa “*Does temperament matter?*” (27/10/08), cuja reportagem especial, com mesmo título, questiona o leitor se o temperamento influencia na escolha do candidato político (“*Como a personalidade do Presidente pode determinar sucesso – ou derrota – em tempos de crise.*”<sup>39</sup>). A reportagem trata das qualidades essenciais do Presidente. Interessante destacar que a capa dessa edição traz uma comparação

<sup>39</sup> Texto original: “How a President’s personality can determine success – or failure – in times of crisis” (27/10/08).

entre os candidatos atuais e os antecessores, na tentativa de aproximação por semelhança (Obama é comparado a Lincoln e McCain é comparado a Franklin Roosevelt), enfatizando o caráter e o carisma de ex-presidentes.

**Figura 16: Experiência e temperamento em foco na revista *Time***



(Fonte: Acervo *Time* – *The Vault*, “experiência” na capa em Vol.171, nº10, 10/03/08 e “temperamento” em Vol.172, nº17, 27/10/08).

A discussão sobre a experiência política e a personalidade dos candidatos articula uma relação de temporalidade e de memória na medida em que se associa a outros representantes políticos que passaram pelo mesmo cargo político. O acionamento presente-futuro (como o candidato de hoje se apresenta e o que esperar dele) ou passado-futuro (como o presidente no passado agiu e o que podemos esperar no futuro de alguém com características semelhantes) reforça esse convite à reflexão sobre o personagem político o que, conseqüentemente, significa retornar à análise de sua biografia (as revistas podem argumentar que certos traços de personalidade podem ser herdados dos pais ou da trajetória de cada indivíduo).

- *Traço de Época*: Esse quadro temático é caracterizado pelo forte acionamento das memórias de uma sociedade, que pode ser efetuado através da menção e/ou comparação com outros presidentes e/ou líderes políticos ou através do acionamento das características de um determinado momento importante que demarca cronologicamente o acontecimento de um fato. O intuito desse gesto é estabelecer comparações entre conjunturas, produzindo um efeito comparativo entre duas “eras” ou dois “períodos”. O quadro de época pode acionar no discurso jornalístico tanto elementos históricos como os elementos biográficos, através da relação temporal passado-presente-futuro.



A revista *Time* recorre com frequência a esses gestos textuais, seguindo a estratégia da comparação histórica com outros presidentes norte-americanos. Nas duas capas ilustradas abaixo (Figura 17), é possível perceber as aproximações históricas e a força simbólica dos significados gerados a partir da sua composição: na capa “*Does temperament matter?*” (27/10/08), o leitor é convidado a refletir sobre a influência do temperamento do personagem político na condução do cargo presidencial (se Lincoln ou Roosevelt agiram de determinada forma, o que podemos esperar do candidato que possui temperamento semelhante?); a capa “*The new new deal*” (24/11/08), trata da transição do cargo presidencial e, em alusão à forma como Obama estaria conduzindo a fase, destaca que ele está adotando o modelo de Franklin D. Roosevelt – daí a referência ao “New Deal”<sup>40</sup>. Devido à crise econômica que o país enfrentava naquela época, a revista sugere em manchete o que Barack Obama deve aprender com Roosevelt e o que os Democratas devem fazer<sup>41</sup>. Há elementos visuais decisivos para essa associação, como o modelo de chapéu-panamá utilizado por Roosevelt enquanto aparece ao volante de um carro de época<sup>42</sup> (assim como Obama), sugerindo o “espelhamento” da imagem.

**Figura 17: Traço de época na composição das capas de *Time***



(Fonte: Acervo *Time* – *The Vault*, capas: Vol.172, nº17, 27/10/08 e Vol.172, nº21, 24/11/08).

O texto da reportagem também utiliza esse gesto em que algo do biográfico remete à história política do país. No recorte do texto da reportagem “*This is our time*” (17/11/08), segundo grifo em imagem, a história de vida de Obama é a novidade do momento, sobretudo, porque o país elegeu um indivíduo com sua trajetória para governar o país. Segundo a revista,

<sup>40</sup> Série de programas implementados nos Estados Unidos, sob o governo de Franklin Roosevelt, com o objetivo de recuperar e reformar a economia norte-americana.

<sup>41</sup> Manchete: “What Barack Obama learn from F.D.R. – and what the Democrats need to do”.

<sup>42</sup> Imagem de Roosevelt disponível em:

[http://obviousmag.org/archives/2011/03/os\\_chapeus\\_mais\\_famosos\\_de\\_sempre.html](http://obviousmag.org/archives/2011/03/os_chapeus_mais_famosos_de_sempre.html)

“Obama presidente” é uma mudança radical na história política do país, acostumada com a trajetória de personagens políticos tradicionais como aqueles que carregam o nome das famílias (Bushes, Kennedys, Roosevelts, Adams).

A revista *Veja* é menos expansiva nesse quadro temático, restringindo seu uso às reportagens em momentos específicos e mais direcionada ao simbolismo histórico, em detrimento da biografia (ainda que ela perpassasse as demandas políticas). Na reportagem “Obama entra para a história” (11/06/08), o apoio da família Kennedy à candidatura de Obama é colocado em *box*, na parte inferior da página, destacando que a política sempre está à procura de um personagem que possa suprir o vácuo deixado por John Kennedy, assassinado em 1963, assim como existe uma carência por uma primeira dama que sucedesse a Jackie Kennedy (em referência à Michelle Obama). Essa associação, feita após o resultado das Primárias, mostra que “em campanha, Obama comporta-se como se carregasse o estandarte político dos Kennedy” (Id.p. 100).

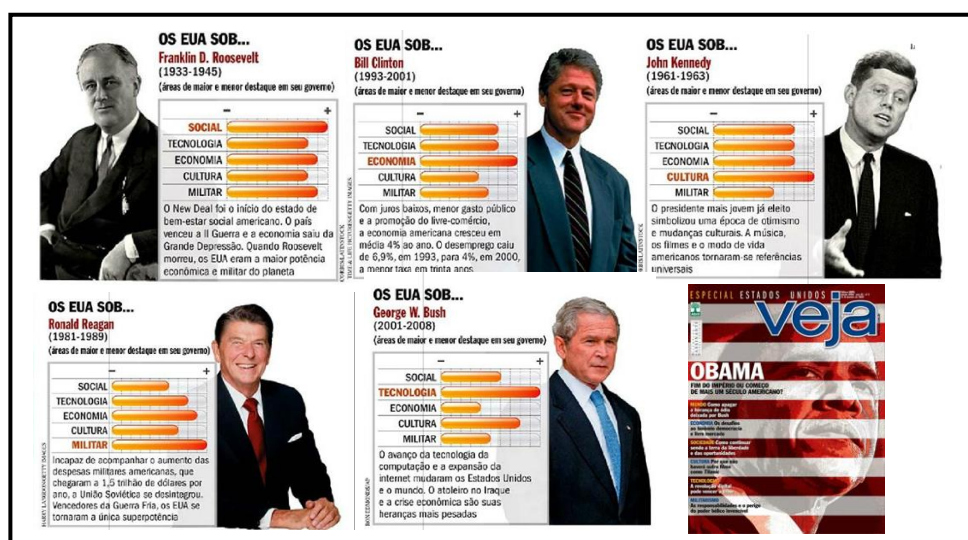
Figura 18: Obama e os Kennedy nas Primárias



(Fonte: Acervo *Veja*, box da edição nº 2064 (11/06/08), p.100-101).

Em ocasião de cobertura sobre os preparativos para a posse de Obama, *Veja* indaga o leitor se a chegada de Obama representa o fim de uma era e início de outra ou a continuidade de um ciclo político com algumas mudanças, com a manchete de capa “Obama: Fim do império ou começo de mais um século americano?” (21/01/09). A teia argumentativa desta edição segue coesa com a reportagem especial “É o começo ou o fim”, que discute, em várias áreas, a atuação de ex-presidentes norte-americanos, sugerindo as semelhanças e discrepâncias em relação ao que se espera de Obama.

Figura 19: Traço de época na composição ilustrativa de *Veja*



(Fonte: Acervo *Veja*, capa e recortes da edição nº2096 (21/01/09), p.78-92).

- *Marco histórico*: Este item temático é um dos mais explorados nas duas revistas, porém com observações distintas, considerando o significado das eleições para os Estados Unidos (país diretamente afetado com a escolha presidencial) e o significado para o Brasil (país latino americano que observa o resultado para avaliar os reflexos nas relações internacionais entre os países).

A revista *Time*, desde o início da cobertura da campanha das Primárias, pontua que, independente do resultado, a disputa presidencial de 2008 marcaria a história política dos EUA. Na reportagem “*Game On!*” (21/01/08), focada nos bastidores das primeiras disputas pelas Primárias, faz referência à campanha apostando que aquela seria uma “campanha histórica”, empregando expressões como “*election saga*” e “*victory rally*”. Esse reconhecimento foi se estabelecendo à medida que a campanha avançava como foi destacado no subtítulo do ensaio fotográfico seguido de reportagem intitulado “*The Great Divide*” (18/03/08), conforme expressão grifada: “TIME dá uma olhada intimista no duelo dos Democratas, enquanto eles se preparam para o próximo capítulo da **campanha que já histórica**<sup>43</sup>.” Esse destaque também se estende aos nomes que disputaram a indicação Partido Democrata – Hillary Clinton e Barack Obama. Segundo a revista, qualquer um deles faria história. Ela, por ser a primeira mulher concorrendo a presidência; ele, o primeiro negro, como é destacado na reportagem “*Breaking down the black vote*” (28/01/08): “[...] uma vez

<sup>43</sup> Texto original: “[...] TIME takes an intimate look at the Democrats’ dueling candidates as they prepare for the next chapter in an already historic campaign” (18/03/08).

que Hillary Clinton e Barack Obama levaram o concurso de início, ouvimos muito sobre auto satisfação sobre como o partido faria história com a primeira candidata mulher ou o primeiro representante das minorias<sup>44</sup>”.

Com o resultado da vitória de Obama, a revista reitera a especificidade da campanha de 2008, ao nomear as “10 coisas que nunca aconteceram” (*“10 Things that never happened before”*) por se tratar de uma campanha que mais registrou marcos inaugural na história dos Estados Unidos. Entre os acontecimentos destacados, a vitória de um candidato afro americano (Figura 20) representa não só um avanço nas questões raciais e na dívida histórica com os negros no país, mas sua ascendência também demarca e reforça a especificidade da vitória. No texto, a revista aciona um discurso de Robert Kennedy, de 1961, no qual ele sugeria que a nação avançava tão rápido nas relações raciais que um negro poderia se tornar Presidente em “30 ou 40 anos”. Esse argumento é sustentado pelas conquistas que as minorias alcançaram ao longo das ultimas quatro décadas no país.

**Figura 20: A vitória de Obama é registrada como um dos marcos da disputa de 2008**



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, recorte de Vol.172, nº20, 17/11/08, p.53).

<sup>44</sup> Texto original: “[...] once Hillary Clinton and Barack Obama had each taken an early contest, we heard a lot of self-satisfied gloss about how the party would make history with the first female presidential nominee or the first minority one”. (Time, Vol.171, nº4, 28/01/08, p.34).

As capas de *Time* também apresentam composições que indicam elementos de marco histórico, sobretudo em quatro edições (Figura 21). A primeira, com manchete em margem superior da página, foi publicada após o resultado das Primárias (a revista não produziu capa com manchete principal, mas *Veja* que deu ênfase total na capa para destacar a indicação de Obama). Com a manchete “*Why politics will never be the same*” (16/06/08), *Time* continua mantendo uma coesão na aposta da peculiaridade das eleições de 2008, conforme já vinha pontuando desde o início do ano eleitoral. A foto de Obama, sorrindo, sustenta a opinião da revista que “a política nunca mais será a mesma” com a sua indicação partidária.

As capas que registram a vitória em novembro (17/11/08) e a que antecipa a cerimônia de posse (26/01/09), respectivamente, também reforçam esse quadro temático. Embora a composição da página sustente sua carga significativa no peso visual do rosto de Obama, o enquadramento sugere que se trata de um registro histórico: o recorte do rosto apresenta Obama com o olhar voltado para o futuro, como se vislumbrasse uma nova era. Na capa que destaca a preparação para a posse há um elemento que tonifica essa simbologia histórica – a ilustração confere destaque aos traços faciais que indicam identidade racial (a exemplo do volume dos lábios, que parece maior que o normal<sup>45</sup>) – em consonância com a manchete “*Great expectations*” (grandes expectativas) em torno de sua gestão. Por fim, a capa que registra a cerimônia da posse (02/02/09), põe em destaque verbal apenas o nome do Presidente e a data histórica (20/01/09) e em destaque visual a fotografia que enquadra o momento do juramento de Obama (vide a mão direita), ao lado da primeira dama, Michelle Obama, que também inaugura um marco como a primeira esposa negra de um presidente negro.

Figura 21: Marco histórico nas capas de *Time*



(Fonte: Acervo *Time* – *The Vault*, capas Vol.171, nº24, 16/06/08, Vol.172, nº20, 17/11/08, Vol.173, nº3, 26/01/09 e Vol.173, nº4, 02/02/09).

<sup>45</sup> Ilustração de C.F.Payne.

Em *Veja*, a expectativa em torno da possibilidade de Obama tornar-se o primeiro presidente negro dos Estados Unidos também é registrada desde o início das Eleições Primárias. Naquele momento da disputa pela indicação partidária, a participação de Obama já é reconhecida como um marco para a campanha de 2008, ainda que ele não ganhasse a indicação do Partido Democrata. No mês de janeiro, quando a disputa ainda estava em estágio inicial, essa expectativa já era pontuada pela revista, como no trecho abaixo:

**Mesmo que perca a nomeação do Partido Democrata** para competir com o indicado do Partido republicano, **Barack terá reescrito os termos da campanha de 2008**. Ele é um político raro, daqueles que o tempo só melhora, dando-lhe justamente o que agora lhe falta, experiência e gravidade. (*Veja*, ed. 2043, 16/01/08, p. 57, grifos nossos).

Essa expectativa é confirmada com a vitória nas Primárias, conforme registro de *Veja* na reportagem “Obama entra para a história” (ed. 2064, 11/06/08), publicada logo após o resultado da disputa. A composição verbo visual das primeiras páginas da reportagem (Figura 21) reforçam o significado do momento: em cenário com a bandeira norte-americana ao fundo, o público em expressão de euforia tenta tocar Obama e registrá-lo em fotografias que eternizarão o que *Veja* descreve como “o **primeiríssimo dia** como o **primeiríssimo negro** na história dos Estados Unidos a virar candidato à Casa Branca por um partido grande e, portanto, com chance de ser eleito presidente do país” (Id. p.95, grifos nossos).

Figura 22: Cobertura de *Veja* pós indicação partidária



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2064, 11/06/08, p.92-93)

Os superlativos empregados pela revista são justificados não pela simples excepcionalidade do feito (um negro ter a chance de concorrer às eleições presidenciais), mas

amparados na simbologia das lutas históricas pelas questões raciais vivenciadas nos Estados Unidos, o que fica evidente no trecho:

Obama é o primeiro negro a chegar a essa posição depois de 389 anos do desembarque da leva inaugural de escravos africanos na América inglesa. É o primeiro a chegar lá quando os Estados Unidos vão celebrar no mês que vem 232 anos de vida independente – e democrática. É o primeiro decorridos 143 anos da Guerra Civil Americana, na qual 20 000 negros morreram como combatentes das forças da União.[...] No início da década de 60, quando Ann se encantou com o jovem Barack Hussein Obama, então com seus 23 anos e recém-chegado do Quênia, os casamentos inter-raciais eram proibidos em pelo menos dezesseis estados. Em agosto de 1961, quando ela deu à luz o menino a quem chamaria pelo mesmo nome do pai queniano, a discriminação racial em empregos e lugares públicos não era apenas tolerada. Tinha amparo legal. A vitória de Obama, por tudo isso, tem a moldura dos feitos que abrem uma nova era. (*Veja*, ed. 2064, 11/06/08, p.95-96).

Esse marco histórico, portanto, está associado ao que a revista chamará de “trajetória negra” nos Estados Unidos (tratamos no item da jornada), além de articular uma relação de temporalidade que costura presente-passado-futuro. Ou seja, Obama inaugura reconhecidamente um novo momento político no país e no mundo em virtude dos atributos biográficos que estão associados ao seu nome (esses atributos e articulações textuais ficarão mais evidentes ao longo desta análise). O recorte abaixo corresponde ao parágrafo inicial da reportagem “Obama, a resposta”, (ed.2086, 12/11/08), publicada por *Veja* após o resultado final das Eleições Gerais. O texto reitera o simbolismo histórico de sua vitória e a mesma estratégia argumentativa utilizada no exemplo anterior, após o resultado das Primárias:

Na galeria dos presidentes americanos há dois Adams, dois Franklins, três Georges, quatro Williams, cinco James e dezenas de outros sobrenomes anglo-saxões de quatro costados como Jackson ou Grant. Com a eleição da última semana, a lista passará a incluir um exotismo inimaginável até há pouco: um sujeito com um nome africano (Barack), um sobrenome árabe (Hussein) e outro bastante popular em uma tribo queniana (Obama). Barack Hussein Obama tomará posse como o 44º presidente dos Estados Unidos, o primeiro negro a ocupar o cargo mais poderoso do mundo. (*Veja*, ed. 2064, 11/06/08, p. 92-93).

O coroamento desta nova etapa da política norte-americana ocorre com a posse. Cabe destacar que *Veja* publicou duas edições para tratar desse momento de transição: nº 2096 (21/01/09) e a nº 2097 (28/01/09). A primeira é a mais significativa do ponto de vista interpretativo, pois destaca como manchete de capa o olhar de Obama direcionado para o futuro (enquadramento semelhante ao que foi utilizado pela *Time*), porém a imagem apresenta-se carregada de simbolismos adicionais: o rosto de Obama sobreposto à imagem da bandeira norte americana denota forte nacionalismo, além de conotar o peso da responsabilidade de dirigir a principal potência mundial.

Essa edição traz uma série de reportagens especiais com o intuito de conduzir o leitor a uma reflexão sobre as mudanças históricas nos EUA nos campos sociais, econômico, cultural, tecnológico e militar, associando aos principais presidentes que se destacaram e um desses segmentos (Figura 22). Esse gesto textual, em seu conjunto, promove uma relação de temporalidade passado-futuro sugerindo as expectativas em relação ao por vir. Ou seja, ao mesmo tempo registra-se um fechamento de ciclo e o início de uma nova etapa, conforme sugere a reportagem “É o começo ou o fim?” (indicando a expectativa de futuro).

Figura 23: Reportagem Especial de *Veja* antes da Posse



(Fonte: Acervo *Veja*, Capa e reportagem ed. 2006, 21/01/09, p.92-93)

- *Jornada*: Esse item temático refere-se a três jornadas percebidas ao longo da análise nas duas revistas: a histórica (remete ao passado, às lutas travadas ao longo dos anos); a contemporânea (remete ao tempo presente, à trajetória de Obama durante as fases da campanha eleitoral); e a futura (trata do caminho a ser trilhado após a vitória eleitoral e das lutas que permanecem em pauta).

A jornada contemporânea, marcada pelos acontecimentos imediatos do tempo presente, está relacionada às etapas da corrida eleitoral nos Estados Unidos e todos os obstáculos que precisam ser superados e ultrapassados para chegar à vitória. O primeiro desafio de Obama, até então um jovem senador com pouca experiência política, consiste em vencer Hillary Clinton nas Eleições Primárias. Com a indicação partidária, seu segundo desafio era vencer o oponente republicano John McCain nas Eleições Gerais. Não abordaremos os altos e baixos da campanha eleitoral (tais como resultados de pesquisa de intenção de votos, questões partidárias), entre outros temas ligados à dinâmica eleitoral imediata.



Nosso foco analítico, no entanto, situa-se na trajetória histórica, que é mais longa por tratar das questões raciais nos Estados Unidos. Essa trajetória invoca uma trama narrativa cuja temporalidade retoma o passado, passa pelo presente e supõe o futuro. Ela trata das conquistas que se constroem ao longo dos anos e acionam outros personagens que ajudaram a construir esse trajeto de lutas e conquistas.

A revista *Time* destaca a ideia de jornada associada aos passos de Barack Obama, principalmente, em duas perspectivas: a jornada de campanha (a saga para chegar à Casa Branca) e a jornada histórica (associada principalmente ao “sonho de liberdade” de Martin Luther King). A perspectiva histórica se destaca em várias ocasiões. Uma das mais expressivas foi registrada na reportagem “*The ghosts of Memphis*” (07/04/08), que registra o aniversário de 40 anos do assassinato de King e apresenta a opinião daqueles que estiveram com ele naquele dia. Essa abordagem, associada ao contexto eleitoral, sugere os progressos da América para a realização do sonho do líder negro. No trecho abaixo, a revista questiona qual seria a opinião de King se tivesse vivido para ver Barack Obama:

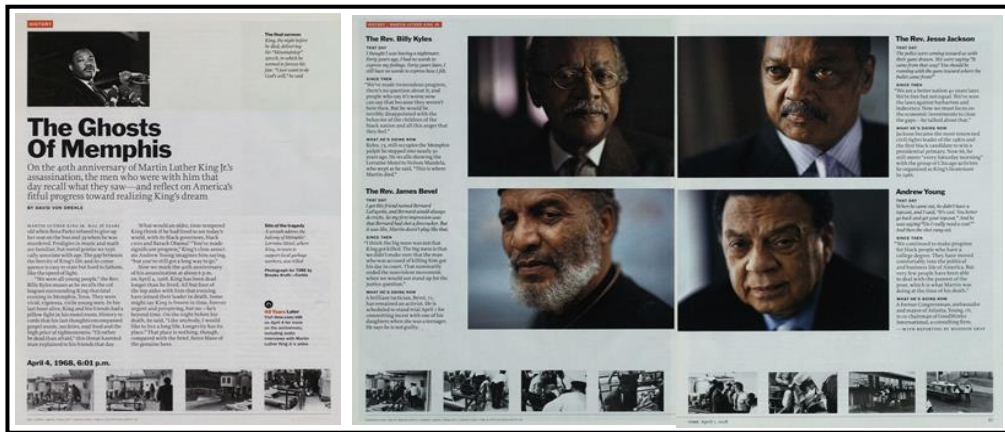
Martin Luther King Jr. tinha 26 anos quando Rosa Parks se recusou a dar o lugar a ele no ônibus e 39 quando foi assassinado. **Prodígios na música e na matemática são familiares, mas gênios morais são tipicamente associados com a idade.** O espaço entre a brevidade da vida de King e sua consequência é fácil de pontuar e difícil de entender, como a velocidade da luz. [...] **O que um homem mais velho, amadurecido pelo tempo pensaria se ele tivesse vivido para ver o mundo hoje, com governantes e executivos negros e Barack Obama?** “Vocês fizeram progressos significantes”, imagina Andrew Young, amigo próximo de King, “mas vocês ainda tem um longo caminho a percorrer”. [...] <sup>46</sup>. (*Time*, Vol.171, nº14, 04/04/08, p. 34).

A reportagem foi publicada no começo das Primárias, quando Obama já se destacava com resultados positivos nos estados, o que possibilitou essa associação entre os dois personagens (King e Obama). Nas páginas seguintes, outros líderes raciais que estiveram com King relatam o que ocorreu no dia do assassinato, os impactos após o fato e que atividades exerciam no momento da reportagem, entre eles, os Reverendos Billy Kyles, James Bevel e Jesse Jackson, além do político e diplomata Andrew Young.

---

<sup>46</sup> Texto original: Martin Luther King Jr. was 26 years old when Rosa Parks refused to give up her seat on the bus and 39 when he was murdered. Prodigies in music and math are familiar, but moral genius we typically associate with age. The gap between the brevity of King’s life and its consequence is easy to state but hard to fathom, like the speed of light. [...] What would an older, time-tempered think if he had lived to see today’s world, with it’s black governors, blacks CEOs and Barack Obama? “You’ve made significant progress”, King’s close associate Andrew Young imagines him saying, “but you’ve still got a long way to go”. [...] (*Time*, Vol.171, nº14, 04/04/08, p.34).

Figura 24: 40 anos da morte de Luther King e os avanços das questões raciais



(Fonte: Acervo Time – The Vault, Vol.171, nº14, 04/04/08, p.34-37).

Em circunstância da posse de Obama, a discussão sobre a jornada histórica é retomada sob a mesma perspectiva de reconhecer que a trajetória foi construída ao longo dos anos, com a contribuição de outros líderes negros que atuaram politicamente na defesa dos direitos de liberdade. O texto “*One dream realized*” (26/01/09) tem o peso informativo apoiado no conteúdo visual: as páginas são ilustradas com fotografias de sete ícones que fizeram história na luta pelos direitos civis; eles seguram fotografias que acionam passagens dessa trajetória, contrastando passado e presente; ao lado, pequenos textos sintetizam a simbologia e as expectativas de cada um com a posse de Obama. Entre eles: John Lewis (então congressista de Georgia), Andrew Young, Clarence B.Jones (acadêmico residente em Stanford), a cantora Aretha Franklin (que cantou no dia da cerimônia de Posse), Reverendo Jesse Jackson, James Lawson (professor na Universidade Vanderbilt) e Julian Bond (membro da *National Association for the Advancement of Colored People - NAACP*). O subtítulo reforça a importância de cada um desses representantes do movimento dos direitos civis (“Eles abriram o caminho para a histórica posse de Barack Obama”). Segundo a revista, eles refletem em termos de progressos e contratempos, o significado da data de 20 de janeiro de 2009, dia da posse de Obama, realizada um dia após a celebração anual de Martin Luther King.

Figura 25: A realização do sonho com a posse de Obama



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, Vol.171, nº24, 26/01/09, p.44-47).

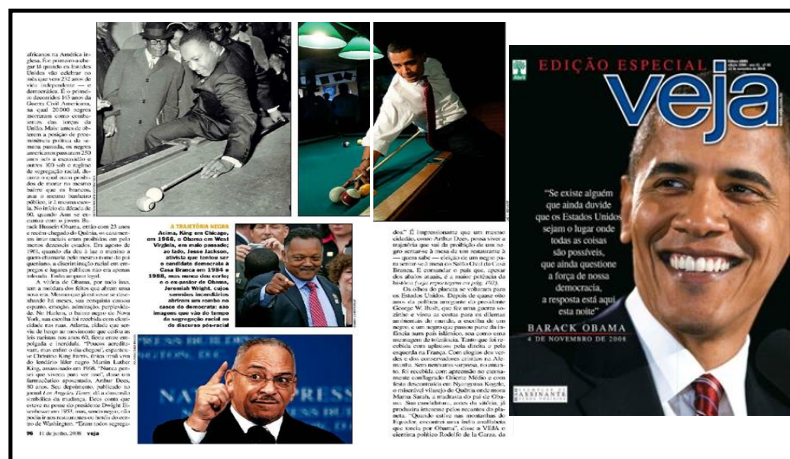
Cabe destacar que, em algumas ocasiões, a campanha eleitoral em si também é reconhecida como uma jornada (é o que definimos como jornada contemporânea, diferentemente da jornada histórica). *Time* emprega algumas expressões que sugerem essa empreitada, como ocorre na reportagem “*The long way home*” (17/03/08) e no ensaio fotográfico registrado por Callie Shell, intitulado “*Obama’s journey*” (17/11/08). No primeiro caso, o título se refere ao longo caminho que precisa ser percorrido até a chegada à Casa Branca (a reportagem foi publicada no início das Primárias) e, no segundo caso, o ensaio fotográfico apresenta imagens que foram capturadas, ao longo de dois anos, pela fotógrafa que acompanhou a campanha e os bastidores (incluindo momentos intimistas de Obama sozinho ou em família).

No caso de *Veja*, a jornada histórica também é reconhecida em várias edições, a partir de várias marcas textuais verbo visual. Na cobertura da vitória de Obama (desde a indicação partidária nas Eleições Primárias à vitória coroada nas Eleições Gerais), o texto jornalístico tece uma cronologia que mostra a superação da barreira da raça em uma perspectiva temporal mais ampla, um recuo pretérito que retoma desde o processo de colonização dos Estados Unidos e que ainda se estenderá por muitos anos, mesmo com a passagem de Obama pela Casa Branca (insinuando que agora começa a jornada futura). Esse entendimento de que a jornada continua é registrada no trecho abaixo, da reportagem “*A longa jornada noite adentro*” (12/11/08):

**Sua escolha para presidente não marca o fim do racismo individual**, que pode estar oculto na alma de muitos brancos, **mas é um marco de igualdade racial entre negros e brancos no convívio social**, que é o que importa. De certo modo impõe aos negros americanos um novo desafio - deixar de atribuir ao passado escravocrata e segregacionista todas as misérias do presente. (Veja, ed. 2086, 12/11/08, p.86, grifos nossos).

A composição visual das páginas também fornece elementos que qualificam a temática da jornada, assim como em *Time*, através do uso de fotografias dos líderes negros que tiveram influência na luta racial no país. Na reportagem “Obama entra para a história” (ed.2064, 11/06/08), as imagens selecionadas para ilustração trazem líderes políticos negros que simbolizam a trajetória de lutas sobre discussão racial nos Estados Unidos. A legenda “trajetória negra” sustenta essa simbologia da jornada percorrida por Martin Luther King (na imagem superior ao lado de Obama), Jesse Jackson (centro da página) e o ex-pastor de Obama, Jeremiah Wright (na parte inferior). Outro exemplo desse acionamento pode ser identificado na composição da capa da edição especial que trata da vitória em novembro. A imagem em destaque apresenta Obama sorrindo, com o rosto voltado para o lado oposto (que pode ser o passado que abriga esses líderes e as trajetórias individuais), conotando o alívio da conquista e da promessa cumprida (em estratégia parecida com a *Time*, a revista *Veja* destaca parte do discurso de Obama, seguido de seu nome e a data do feito histórico).

Figura 26: A trajetória dos líderes personificada na composição visual



(Fonte: Acervo *Veja*, recorte de páginas da ed. 2064, 11/06/08, p.96-97, e capa da ed. 2086, 12/11/08).

No entanto, a composição visual mais significativa de *Veja*, no tocante ao enquadre da jornada, foi verificada na reportagem “A longa jornada noite adentro” (ed.2086). Ela materializa visualmente a sensação histórica do acontecimento. A composição em preto e branco traz na parte superior King e parte de seu discurso histórico, na véspera de sua morte.

Abaixo, a imagem de Malcom X, líder da Nação Islâmica, em registro de 1963. Na página seguinte, a revista traz um *box* (“Abrindo portas”) listando os primeiros negros que derrubaram barreiras no acesso à escola, artes e ao poder ao longo da história dos Estados Unidos, reforçando a ideia de jornada histórica.

Figura 27: A jornada histórica que se cumpre



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2086, 12/11/08, p.84-86)

### 4.3. Análise no nível do olhar

Neste nível, verificamos os atos de intencionalidade e posicionamento editorial, caracterizados no texto jornalístico. Entre eles, encontramos gestos textuais específicos que caracterizam o jeito de abordar o assunto e podem variar de acordo com alguns fatores como o perfil textual do repórter que assina o texto ou a natureza e dinâmica do momento eleitoral. A análise das reportagens publicadas no ano da primeira disputa presidencial de Barack Obama permitiu verificar as seguintes características nos textos de *Veja* e *Time*:

- *Abordagem jornalística que fornece um olhar sobre “si” e sobre o “outro”*: A simbologia em torno da imagem de Obama ao longo da campanha e a reflexão que sua vitória suscita, principalmente em âmbito internacional, mostram que as duas revistas utilizaram uma abordagem jornalística atenta aos significados daquele momento eleitoral para “si” (o país de origem da revista) e para o “outro” (a perspectiva internacional).

No caso de *Time*, situada na instância do “olhar sobre si”, verificou-se que (quase) tudo que se referia a Obama foi comparado com a simbologia de fatos históricos partilhados pela memória coletiva da sociedade norte-americana. Ou seja, o que era partilhado do ponto

de vista do registro histórico foi explicado através da comparação com outros acontecimentos históricos, outros presidentes ou com outros ícones da luta pelos direitos civis e questões raciais. Esses movimentos foram discutidos nos itens temáticos traço de época, marco histórico e jornada, no nível da visualidade.

Outra estratégia utilizada pela revista foi a reconstrução dos atributos biográficos de Obama. Para que o leitor conhecesse o personagem Barack Obama e suas intenções políticas, a revista investiu na reconstrução dos principais acontecimentos de sua vida, partindo da trajetória e do encontro dos pais, seguindo pelos lugares onde passou ao longo da infância e adolescência, porém com pouca ênfase em sua fase acadêmica em Harvard e experiência política como Senador. Esse gesto sugere a intenção de contar a história de vida de Obama, com maior ênfase em sua condição de negro, filho de mãe branca e pai negro, do que em sua formação em direito. Ao público, “presume-se”, deve interessar saber mais sobre a origem do candidato (considerando sua curta trajetória política) e suas heranças genealógicas, como foi discutido nos itens temáticos história de vida, identidade familiar e traço de personalidade.

A cobertura de *Veja*, por sua vez, está situada na instância do “olhar sobre o outro”. Diferentemente de *Time*, as reportagens da revista brasileira, sobre a cobertura eleitoral dos Estados Unidos, são assinadas pelo mesmo jornalista - André Petry. Seu perfil narrativo é caracterizado pela frequente comparação e associação dos fatos ou aspectos da política norte-americana aos acontecimentos da política brasileira. Nos textos jornalísticos, há uma comparação constante entre os partidos e personagens políticos (associações com o Partido dos Trabalhadores e com Luís Inácio Lula da Silva). Essas associações, no entanto, podem confundir o leitor ou reduzir o significado de certas questões de âmbito político, considerando as diferenças culturais, históricas e políticas entre os dois países.

Na reportagem “... E a lua de mel acabou” (ed.2051), Petry associa o cáucus norte-americano ao orçamento participativo<sup>47</sup> “do PT” no Brasil, insinuando desaprovação em relação ao mecanismo de decisão e deliberação popular: “Obama tem levado vantagem nos cáucus – que, em geral, são uma baderna parecida com o orçamento participativo do PT” (Id. p.58). Mais adiante, ele cita a relação entre Obama e um rico empresário acusado de tráfico de influência e compara à relação entre Collor e PC Farias: “Obama não é acusado de ter feito nada de errado com Rezko, mas para quem já viveu sob as traquinagens da dupla Collor e PC Farias, Rezko cheira a enxofre de longe” (Id. p. 58). Tais associações não agregam sentido ao texto, são informações supérfluas que nos fazem perguntar: sobre quem o jornalista está

---

<sup>47</sup> Instrumento de governo democrático, pelo qual o cidadão debate e define os destinos de uma cidade. Disponível em: <http://www.portaldatransparencia.gov.br/controlesocial/OrcamentoParticipativo.asp> .

falando e quem ele estaria criticando, o contexto político brasileiro ou o cenário eleitoral norte-americano?

Em *Veja*, há sempre um gesto textual intencional amparado pelo uso das associações e comparações entre os dois países. Neste trecho, por exemplo, Petry sugere outra condição racial para Obama caso estivesse em solo brasileiro, considerando sua descendência de pai negro e mãe branca: “**No Brasil**, caso não tivesse mirando em alguma cota, Obama se consideraria e **seria considerado mulato**.” (ed. 2064, 11/06/08, p. 98, grifos nossos). Além disso, o jornalista também compara as ações do pai de Obama ao pai de Lula, confundindo o leitor sobre a pertinência da discussão e o real foco da reportagem. A reportagem “A incrível chacina da genética” (ed.2075) questiona a seriedade do livro *The Obama Nation*, de Jerome R. Corsi, que chegou ao topo da lista dos mais vendidos nos Estados Unidos. A obra apresenta ataques ao pai de Obama, à mãe, à mulher e ao próprio candidato, tratando-o como “esquerdista”, “radical” e “revolucionário”. Na carona da argumentação sobre a influência paterna de Obama, Petry constrói uma narrativa oportunista que sugere semelhanças com o pai de Lula, logo no primeiro parágrafo do texto (a reportagem é sobre uma obra biográfica de Obama, mas o *lead* jornalístico é centrado em Lula) com o intuito de criar um efeito de realidade a partir da semelhança:

O pai do presidente Lula chamava Aristides. Era analfabeto, alcóolatra e violento. Morreu em 1978. Foi enterrado como indigente. Uma irmã de Lula assim o definiu: “Meu pai era um verdadeiro cavalo. Ele não era gente, sabe?”. Lula disputou cinco eleições presidenciais e jamais seus adversários recorreram à biografia do pai para enxovalhar o filho. Desde a denúncia aborteira de Fernando Collor, em 1989, ficou mais ou menos convencionado que mexer com a família é baixeza excessiva. Na campanha presidencial nos Estados Unidos não é bem assim. (*Veja*, ed. 2075, 27/08/08, p. 106).

Cabe destacar que a reportagem, além de relatar o sucesso do livro nos Estados Unidos, conta que as informações que constam na obra podem “aterrorizar o leitor-eleitor em relação ao legado paterno de Obama”. No entanto, *Veja* escreve aos leitores brasileiros; logo, não há uma preocupação direta em informar leitores norte-americanos. Com o acionamento da história paterna de Lula, há sim uma possibilidade de escrever aos leitores-eleitores brasileiros, tomando como exemplo o outro, ou seja, é a herança parental de Lula que está em debate.

Por fim, outra comparação emblemática entre Obama e Lula, ocorre na reportagem “Obama a reposta” (ed.2086), publicada após o resultado da vitória de Obama nas Eleições Gerais, que de forma antagônica, nega as semelhanças entre os dois personagens. Essa associação entre os dois personagens políticos, no entanto, é restrita aos termos genealógicos,

ignorando os simbolismos de classe e raça que ambos representam. A maioria pobre no Brasil, assim como a minoria negra nos Estados Unidos tiveram em Lula e Obama, respectivamente, a possibilidade de romper padrões políticos eleitorais. No Brasil, Lula personifica a chegada das classes populares ao poder e, nos Estados Unidos, Obama personifica a chegada do negro, ou seja, a coroação dos excluídos (maioria ou não):

**Muito se disse sobre a semelhança entre a ascensão de Lula, o primeiro presidente de origem humilde do Brasil, e a de Obama, o primeiro negro eleito presidente nos Estados Unidos. As diferenças são intransponíveis.** A comparação seria possível se Lula tivesse nascido na Ilha de Marajó, filho de um angolano com uma sexóloga de Cuiabá, tivesse morado em Bangcoc, na Tailândia, e fosse formado em Direito na Universidade de São Paulo (USP). Lula, com sua origem pobre, pertence à maioria étnica brasileira. Obama, como negro, é da minoria nos Estados Unidos. O eleitorado negro americano, mesmo com o maciço comparecimento às urnas agora, subiu para apenas 13% do total. Lula venceu a eleição presidencial na quarta tentativa. Obama, na primeira. Lula, ao ser eleito, era o político mais conhecido do Brasil, e conhecia o Brasil de norte a sul. Obama não. (Veja, ed. 2086, 12/11/08, p. 106).

Em *Veja* também identificamos a reconstrução dos atributos biográficos de Obama como estratégia para explicar o “olhar sobre o outro”. A ênfase nas raízes genealógicas ocorre mesmo quando o tema central da reportagem não é sua origem familiar. A rememoração das origens estabelece marcante relação de temporalidade, com efeitos diversos. Um dos mais recorrentes é o “embranquecimento” de Obama, a partir da supervalorização da mãe branca (e dos avós maternos). Essa ação discursiva “suaviza” o fato de Obama ser negro e, conseqüentemente, toda a simbologia em torno das questões raciais. Em muitas ocasiões, Petry diz que ele é “metade branco, metade negro”, filho de um “casal misto”.

Sobre a herança materna então, há dois pontos que devem ser discutidos: o primeiro é o “fascínio” da mãe de Obama pelos “negros” que, conforme a revista aponta na edição 2064<sup>48</sup>, pode soar como traço de um discurso estereotipado, preconceituoso e colonialista de olhar o outro. Não está claro no texto da reportagem se essas descrições foram retiradas de algum livro biográfico de Obama ou se foi uma interpretação da revista; no último caso, sendo a revista a interpretante, ela estaria induzindo o leitor a olhar o comportamento da mãe de Obama da mesma forma como os registros históricos brasileiros relatam o olhar exótico do europeu colono em relação aos índios e negros que habitaram nosso país. Sendo assim, quem estabelece esse “olhar exótico” em relação ao outro? *Veja* ou o próprio Obama em relato biográfico? Não está claro.

---

<sup>48</sup> Reportagem de André Petry, intitulada “Obama entra para a história”.



Outro ato intencional reiterado em alguns textos é a “demonização” do pai negro que abandonou a família. Na reportagem “A incrível chacina da genética” (ed.2075), Petry assume uma intencionalidade logo no subtítulo ao perguntar ao leitor se ele compraria um livro que chama o pai de um candidato de alcóolatra, violento, polígamo, fracassado e suicida – “defeitos” atribuídos ao pai de Obama na obra *The Obama Nation*. Esse questionamento, carregado de juízo de valor, sugere hereditariedade dos atributos negativos paternos, sobretudo quando o jornalista comenta que Obama consumiu maconha e cocaína em sua juventude, conforme os trechos a seguir:

**O velho Barack**, acusa o livro, se encharcava de uísque e espancava a mulher da hora. Teve várias, e ao mesmo tempo, porque era polígamo. Ganhou bolsa para estudar nos Estados Unidos por injunções políticas e não por mérito intelectual. Foi um burocrata fracassado. Perdeu as pernas em um acidente de carro, bêbado. Morreu em outro acidente, também dirigindo bêbado, razão pela qual o autor diz que o velho Obama se matou. **Eis o resumo: alcoólatra, polígamo, violento, fracassado e suicida.** Debulhando a autobiografia que Obama lançou em 1995, o autor questiona se **Obama terá mesmo abandonado a maconha e a cocaína, que confessadamente consumiu na juventude. Até especula: não terá consumido drogas no Senado?** [...] A pancadaria contra o candidato é do jogo, mas o que espanta mesmo é o ataque aos familiares. (*Veja*, ed. 2075, 27/08/08, p. 106-107, grifos nossos).

- *Uso de metáforas como estratégia discursiva para tratar de aspectos específicos:* Neste nível de análise centrado no olhar, tratamos apenas das marcas metafóricas (figuras de linguagem) que constituem as intenções editoriais visíveis. No nível da imagem abordaremos os sentidos produzidos a partir de algumas construções.

Há duas perspectivas metafóricas que caracterizam o gesto textual de *Time*: uma faz referência ao ritmo da disputa presidencial; a outra, ao indivíduo Barack Obama e a forma como conduz sua campanha. No primeiro caso, apesar de os pormenores eleitorais não serem o foco desta análise, é importante observar que a presença de Barack Obama na disputa, como foi pontuada em outra ocasião, fez da campanha de 2008 uma disputa peculiar e histórica. Na reportagem “*Game on!*” (21/01/08), o ritmo de incerteza das Primárias está associado às condições climáticas e suas oscilações:

**Primeiro vieram os ventos frescos do outro lado da pradaria, Mike Huckabee e Barack Obama subindo rápido fora linha na linha de suposições arrumadas e certezas mortas.** Como essa frente seguiu para o leste, o clima mudou; primavera, a estação do renascimento, veio para New Hampshire [...] Ao anoitecer, John McCain e Hillary Clinton, dois veteranos, relegados à morte, tinham voltaram à vida. **Em uma corrida que tem tudo para ser como a mudança climática, quase todas as**

**previsões estavam erradas** – que de certa forma foi a melhor parte.<sup>49</sup>. (*Time*, Vol.171, nº3, 21/01/08, p.26, grifos nossos).

No segundo caso, o uso metafórico é empregado quando se trata das habilidades de Obama para conduzir sua campanha. A reportagem “*The long way home*” (17/03/08) destaca sua jogada política para lidar com Hillary Clinton, sua adversária nas Primárias, baseado em sua aptidão com o basquete. Segundo o texto, Obama acumula as habilidades de capitão, treinador, árbitro e, além disso, seu instinto sugere que ele jogue sem perder de vista seus oponentes, mantendo a marcação muito próxima (“*play opponents very close*”), desequilibrando seus adversários. Para a revista, o fator que distingue Obama na campanha é como ele tem batalhado, sem transparecer, devido ao seu autocontrole: ele engana e dribla o adversário (“*crossover dribble*”), forjando que vai para a direita, mas segue pela esquerda, conquistando espaço para acertar a “cesta” com sua mão esquerda (“*a lefty*”), por ser canhoto.

O gesto textual metafórico em *Veja* se resume ao impacto de sua campanha na disputa pelas Primárias, sobretudo no cenário de rejeição ao Governo Bush e de críticas à política tradicional norte-americana, que, na opinião da revista, é representada por Bush e Clinton. Isso acontece, por exemplo, na reportagem “Terremoto Obama” (ed.2043), onde a revista sugere que as bases do eleitorado americano estão sendo sacudidas por um “terremoto”, indicando que nada será como antes após a passagem de Obama pela disputa presidencial.

Essa estratégia textual ajuda a explicar o significado da figura de Obama naquela disputa presidencial. O texto da mesma reportagem estabelece comparações com outros presidentes norte-americanos e outros líderes políticos que marcaram a história do país, pontuando marcos associados à própria trajetória de vida de Obama, como no exemplo abaixo. Esse movimento insinua uma construção de sentido que nos leva a crer que o personagem político em questão pode ser aquele indivíduo que é predestinado a mudar o cenário. Esses efeitos de real são simulados a partir dessas associações, entre os eixos temáticos marco histórico, traço de época e aspectos da trajetória de vida.

---

<sup>49</sup> Texto original: “First came the fresh winds across the prairie, Mike Huckabee and Barack Obama rising fast and blowing away row up on row of tidy assumptions and dead certainties. As that front moved east, the weather changed; spring, the season of rebirth, came to New Hampshire [...] By nightfall, John McCain and Hillary Clinton, two veterans once left for dead, had sprung back to life. In a race that turns out to be all about climate change, just about every forecaster was wrong – which in a way was the best part”. (*Time*, Vol.171, nº3, 21/01/08, p.26, grifos nossos).

**Figura 28: Obama e sua metáfora existencial**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2043, 16/01/08, p.58).

- *Associação do perfil dos eleitores ao perfil biográfico do candidato*: Durante a cobertura de campanha, *Time* e *Veja* apresentam dados demográficos que caracterizam o perfil dos eleitores, de forma que o leitor possa associá-los a certos traços do perfil biográfico não só de Obama, mas também de seus adversários. Essas associações entre o perfil dos eleitores e os atributos biográficos do candidato são materializadas no texto verbal e visual (através de infográficos e outras ilustrações informativas).

Em *Time*, há uma vasta associação do perfil do eleitor ao perfil do candidato. Isso ocorre principalmente no período de cobertura das Primárias. Enquanto Obama disputava a indicação partidária com Hillary Clinton, a revista procurou pontuar os grupos de apoio às candidaturas de cada um, considerando os estados em que disputavam. A reportagem "*Game on!*" (21/01/08), aborda as vitórias de Obama em Iowa e de Hillary em New Hampshire, pontuando as peculiaridades de cada uma. No caso do segundo estado, apesar de o resultado ter sido favorável à Clinton, é pontuado que havia três vezes mais jovens no cãucus se comparado à disputa presidencial de 2004 e, além disso, Obama teria recebido mais apoio e voto do público feminino se comparado à sua oponente ("*Obama captured more female supporters than his rivals*"). Em outras reportagens fica mais evidente que Obama está associado ao público jovem e também feminino, o oposto de Hillary que atraía os veteranos políticos desde os tempos do governo de Bill Clinton.

Na edição seguinte, a reportagem "*Breaking down the black vote*" (28/01/08) aprofunda essa relação entre o perfil do eleitor e o candidato em virtude da cobertura da disputa realizada nos estados de Nevada e Carolina do Sul. Segundo o texto, um quarto da população de Nevada é hispânico e metade dos eleitores Democratas da Carolina do Sul é Afro Americano. A disputa nesses dois estados ganhou contornos de questão racial. Na

Carolina do Sul teve início a Guerra Civil dos Estados Unidos, em 1861, e segundo a revista, o fator da segregação ainda divide a vida na igreja e nas organizações civis, mas a questão racial não parecia determinar o voto. Neste sentido, a reportagem apresenta uma análise detalhada da relação entre a o eleitor afro americano e a escolha do voto, defendendo uma polarização e dificuldade para a escolha. Para esse grupo de eleitores específicos isso ocorre porque a questão da “dupla” identidade racial de Obama (“*Obama’s biracial identity*”) não está devidamente rotulada, além de certa desconfiança em relação ao “novo”.

A Para demonstrar essa polarização de opiniões sobre Obama, entre um mesmo grupo de eleitores, *Time* ilustrou a reportagem com a fotografia de afro americanos, de diversas faixas etárias, pertencentes aos diversos segmentos sociais e também mostra uma pesquisa com informações referentes à opinião dos negros em relação à expectativa de vida, liderança política, entre outros e gráficos de ascensão social.

**Figura 29: Polarização dos eleitores segundo *Time***

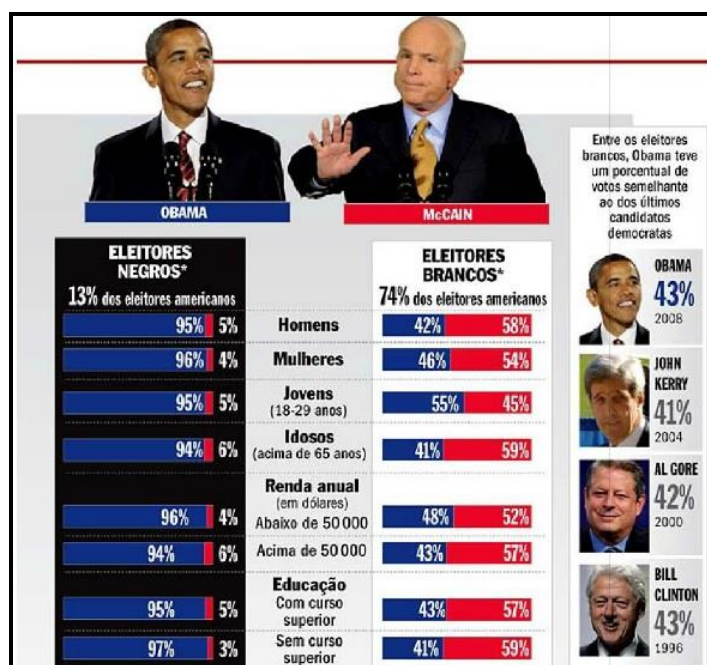


(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, recortes de Vol.171, nº4, 28/01/08, p.36-37).

Em *Veja*, encontramos uma relação de faixa etária, gênero, renda, nível de escolaridade, entre outras variáveis. No texto verbal, observamos que a o contexto da reportagem “Terremoto Obama”, publicada no início das Primárias, favorece a curiosidade em torno de Obama, um personagem político relativamente jovem, com capacidade retórica, detentor de um discurso de tolerância e afinado com as exigências do mundo moderno: “Quase 20% dos eleitores registrados têm entre 18 e 29 anos. Entre os eleitores democratas com menos de 24 anos, Obama tem 60% dos votos. [...] É natural que Obama encarne a figura transformadora que os novos tempos exigem. Não apenas por suas ideias, mas também pela biografia.” (*Veja*, ed. 2043, 16/01/08, p. 59).

Na reportagem “Obama, a resposta”, publicada após o resultado das Eleições Gerais, a revista usa a estratégia ilustrativa para mostrar a proporção dos votos entre brancos e negros, reforçando essa disparidade. Um aspecto curioso é que a ilustração apresenta a proporcionalidade de votos dos brancos para Obama e de negros para McCain, segmentando entre homens, mulheres, jovens, idosos, renda anual e educação.

Figura 30: Estratégia visual para destacar o perfil do eleitorado



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2086, 12/11/08, p.81)

#### 4.4. Análise no nível da imagem

Como vimos nos eixos temáticos do nível da visualidade, as reportagens trazem enunciados e ilustrações recorrentes e significativos. Da mesma forma, no nível do olhar, destacamos alguns atos de intencionalidade que são reiterados e peculiares à linha editorial de cada uma das revistas e ao universo jornalístico onde se desenvolvem. Neste nível da imagem, portanto, observamos o conjunto de significados que a composição verbo visual permite acessar em relação aos imaginários coletivos do universo biográfico de Obama e do contexto eleitoral. Não é nossa intenção quantificar as recorrências, mas interessa-nos uma leitura a partir de sua presença no texto, ou seja, uma reflexão sobre as imagens construídas a partir do uso desses enunciados, que estão ligados ao conjunto temas biográficos e são costurados por relações de temporalidade.

As revistas permitem perceber em Obama os seguintes imaginários:

- *Obama, a novidade eleitoral*: A eleição presidencial de 2008, nos Estados Unidos, desde o seu início era dita como um marco. Durante a campanha para a indicação partidária, a disputa se configurou como um grande desafio que precisava ser vencido em cada estado. Os resultados até então previsíveis, como em Ohio e Hampshire, foram desestruturados por conquistas inéditas, como a vitória de Obama em redutos eleitorais majoritariamente demarcados por eleitores brancos e de valores tradicionalistas. A oficialização de sua candidatura, após as primárias, deixou mais claro que independente do resultado final, sua participação na disputa eleitoral já indicava um marco histórico.

Em *Time*, a ideia de novidade associada a Obama foi reforçada pelo discurso de mudança (“*change*”) e esperança (“*hope*”) que ele pregava durante a campanha. Na reportagem “*Game on!*” (21/01/08), a revista usa a expressão “*mantra of change*” em referência ao seu discurso reiterado, mas a noção de mudança também está estampada na capa, com a manchete superior “*Mr. Change recharges*”, (“Sr. Mudança recarregado”, em referência ao resultado favorável em Iowa) e na fotografia que ilustra o texto, com destaque para a pose de Obama, em postura de descanso, olhando para a frente (o que vem adiante) e, ao seu lado, uma de suas armas de campanha, a mensagem “Mudança, nós podemos acreditar” (“*Change we can believe in*”).

**Figura 31: Obama e seu discurso de mudança**



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, capa e ilustração de Vol.171, nº3, 21/01/08).

A ideia de mudança está relacionada à ruptura com os candidatos tradicionais que acumulam experiência política, mas que não refletem os anseios e avanços da então sociedade

norte americana. Hillary Clinton e John McCain personificam essa velha política, não só pela idade, mas pela trajetória e pelos ideais que não dialogam com segmentos da sociedade. A revista, no entanto, deixa claro que existe a desconfiança por parte do eleitor em relação à candidatura de Obama (ver “associação do perfil do eleitor ao perfil do candidato”). Em quatro edições, *Time* apresentou na capa essa dualidade entre os candidatos: Obama e Hillary, em edições publicadas durante as Primárias; Obama e McCain em edições publicadas durante a campanha para as Eleições Gerais.

Figura 32: A novidade Obama versus a política tradicional



(Fonte: Acervo *Time* – *The Vault*, capas Vol.171, nº7, 18/02/08; Vol.171, nº18, 05/05/08; Vol.172, nº12, 22/09/08; Vol.172, nº19, 10/11/08).

Em *Veja*, Obama enquanto a “grande novidade política” também foi apresentado no início das Primárias, como ocorreu em *Time*. A manchete de capa, em destaque superior, “Barack Obama – Por que ele é a grande esperança nas eleições americanas”, convida o leitor a compreender a expectativa em torno de sua candidatura: Obama em discurso, olhando para o futuro, com a bandeira dos Estados Unidos ao fundo (Figura 33). A reportagem “Terremoto Obama” (ed.2043), apresenta a composição visual das duas primeiras páginas com a fotografia de Obama otimista, com largo sorriso no rosto, por ocasião da sua vitória em Iowa. Segundo o dicionário de língua portuguesa, “terremoto” significa tremor de terra, sismo. Obama, portanto, apresenta um abalo na disputa pela indicação do Partido Democrata: desbancou Hillary Clinton em Ohio e, naquele momento, o “jovem senador” angariava muitos entusiastas com seu discurso que “personifica a esperança de mudanças pós-Bush” (conforme subtítulo).

Figura 33: “Terremoto Obama”



(Fonte: Acervo *Veja*, capa e ed. 2043, p.56-57)

Em postura de braços abertos, simulando um voo, Obama carrega ao redor de suas “asas” militantes partidários, em sua maioria mulheres brancas, poucas negras. Essa imagem traz um simbolismo em relação ao seu eleitorado e as questões de gênero, raça e cor. Como no próprio texto da reportagem sugere em duas passagens Obama rejeita uma associação de sua imagem à identidade racial de seu eleitorado:

Barack Obama superou as fronteiras raciais e as do confronto anos 70 homem-mulher. **Ele é um negro que não concorre por ser negro.** É um democrata que não teme ir à guerra. **O candidato nega-se a usar a cor da pele como ímã para atrair eleitores.** Quando fala em desigualdade, enfatiza a necessidade de reconciliação racial e não deixa de incluir referências aos direitos das mulheres e dos trabalhadores. **Ele recusa o papel de candidato dos negros** e aquilo que chama de “vitimização” racial. (*Veja*, ed. 2043, 16/01/08, p. 57, grifos nossos).

- *Obama e as faces do mensageiro*: Do início ao fim da campanha, Barack Obama manteve alguns atributos ligados à sua imagem, que possuem relação direta com sua trajetória biográfica e com o simbolismo creditado em sua existência. A articulação textual dos atributos varia de acordo com a linha editorial das revistas e da simbologia do “olhar sobre si” (no caso de *Time*) e o “olhar sobre o outro” (no caso de *Veja*).

Obama é figurado como fenômeno político pelas duas revistas, em momentos distintos da campanha. A revista *Time* descreve o personagem como “*Barack Star*” (a estrela Barack) ainda no início das Eleições Primárias, mas não se atém a esse atributo como *Veja* (veremos adiante): “Barack Obama projeta-se para fora de Iowa, saltou nas pesquisas e inspirou as pessoas nos estados vizinhos a pegarem seus carros e dirigir por horas para ver o



candidato que as manchetes passaram a denominar **Barack Star**.<sup>50</sup>” (*Time*, Vol.171, n.3, 21/01/08).

Os principais atributos atribuídos pela revista estão concentrados na reportagem “*The five faces of Barack Obama*” (01/09/08). Em sua composição visual e textual percebe-se que a primeira página foi “esvaziada” de colunas e textos, valorizando as áreas em branco de forma que o olhar do leitor seja atraído para a segunda página, onde a fotografia de Barack Obama ilustra a página na íntegra. O uso tradicional de título e subtítulo foi substituído pelo questionamento “Quando você olha para essa foto, o que você vê?<sup>51</sup>”, com as alternativas de repostas abaixo: 1) *Black man*; 2) *Healer*; 3) *Novice*; 4) *Radical* 5) *The Future*; e a opção “*All of the above*”. A resposta para essa indagação é explicada nas páginas seguintes. Cada um desses itens, portanto, compreendem as cinco faces de Obama. A estratégia é auxiliar o leitor a escolher a melhor resposta que, por sua vez, ele só encontrará na última página da reportagem, com o destaque para a marcação do item “*All of the above*” (todas as anteriores).

Figura 34: As cinco faces de Obama



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, capas Vol.172, nº9, 01/09/08, p.28-33)

Escolhemos apenas essa reportagem para tratar desse item, pois seu texto sintetiza os principais atributos que são explorados, ao longo do ano eleitoral, em outras coberturas sobre a disputa presidencial. Mas, o ponto de partida da defesa das cinco faces de Obama é justamente a necessidade de compreender o que está por trás desse personagem político. O texto diz que, ainda que se discuta tanto sobre Obama, ele ainda é uma figura enigmática e

<sup>50</sup> Texto original: “Obama go this bounce out of Iowa, jumped in the polls and inspired people in the surrounding states to get in their cars and drive for hours to see the candidate whom headline writers started calling the Barack Star.” (*Time*, Vol.171, n.3, 21/01/08).

<sup>51</sup> Texto original: “When you look at this photo, what do you see?”

que sua retórica e disposição arraigada não revelam muito sobre ele. Isso faz com que aliados e adversários busquem em sua biografia, discursos e ideias que ajudem a “remontar” seu perfil e identidade. Um fator que reforça esse enigma em torno de sua imagem é a questão da origem familiar, suas vivências em muitos lugares, assim como a influência e respaldo que possui em diversos setores da sociedade, conforme o trecho destacado:

Tanto seu estilo retórico e a sua disposição arraigada tendem a obscurecer, ao invés de revelar. Assim Obama permanece enigmático, não importa o quanto vemos sobre ele. [...] Tanto os aliados como os opositores querem uma imagem mais clara sobre Obama, e eles estão selecionando elementos de suas palavras, propostas políticas, registros públicos e biografia para moldar suas interpretações conflitantes. Esses pedaços de Obama estão abertos à interpretação, porque poucos estão são carimbados em qualquer molde presidencial familiar: o pai polígamo, a mãe solteira e com experiência global, a teia de raízes espalhadas do Kansas ao Quênia, amigos e parentes de favelas de África à Washington e Wall Street, e influências intelectuais variando de Alexander Hamilton a Malcolm X.<sup>52</sup> (*Time*, Vol.172, nº9, 01/09/08, p. 30-31).

Todas as peculiaridades em conjunto articulam cada um dos itens que a revista elenca. O primeiro trata de sua condição racial – *black man* (“filho de um homem negro do Kenya e uma mulher branca do Kansas com irmãos, irmãs, sobrinhos e sobrinhas, tios e tias, de todas as raças e matrizes de três continentes”). Obama, no entanto, deixou claro em vários discursos de campanha que rejeita uma política baseada somente em identidade racial, de gênero, orientação sexual ou vitimização generalizada. Conforme sua tese, pontuada pela revista: “Não existe uma América negra, América Branca, América Latina e América asiática; Existem os Estados Unidos da América<sup>53</sup>” (Id.p. 31).

O segundo item – *healer* (uma espécie de “curandeiro”) está relacionado às crenças e ao seu espírito de trabalho. Segundo o texto, a fé nas pessoas é o lar de Obama, sobretudo as pessoas dispostas a confiar, cooperar e comprometer-se. “Trazendo as pessoas para a ação, o que ele chama de ‘organização’, sustenta a “promessa de redenção”<sup>54</sup>” (Id.p. 32). É através de sua mensagem de otimismo, esperança e mudança que ele incorpora o ser “predestinado” –

---

<sup>52</sup> Texto original: “Both his rhetorical style and his ingrained disposition tend to obscure rather than reveal. This is how Obama remains enigmatic no matter how much we see of him. [...] Supporters and opponents alike want a clearer picture of Obama, and they are selecting elements of his words, policies, public record and biography to shape their clashing interpretations. Those pieces of Obama are also open to interpretation, because so few of them are stamped from any familiar presidential mold: the polygamous father, the globe-traveling single mother, the web of roots spreading from Kansas to Kenya, friends and relatives from Africa slums to Washington and Wall Street, and intellectual influences ranging from Alexander Hamilton to Malcolm X.” (*Time*, Vol.172, nº9, 01/09/08, p.30-31).

<sup>53</sup> Texto original: “There’s not a black America and White America and Latino America and Asian America; There’s the United States of America” (Id.p.31).

<sup>54</sup> Texto original: “Bringing people together for action, what he calls “organizing”, holds “the promise of redemption” (Id.p.32).

“*the messiah*” (o Messias ou mensageiro como veremos de forma mais evidente em *Veja*), a mudar a América:

**“E sem dizer exatamente, Obama se oferece como a personificação da própria mensagem, a coalizão arco-íris de um homem. Você não acredita que negros e brancos possam coexistir pacificamente e produtivamente? Pensa que nunca será erguida uma ponte entre a parte sul de Chicago e a Escola de Direito de Harvard? Você tem receio de que as massas mulçumanas da África e da Ásia sejam incompatíveis com a modernidade do oeste ou que a América cosmopolita e a América cristã nunca verão olho no olho? Olhe para mim!”<sup>55</sup>** (*Time*, Vol.172, nº9, 01/09/08, p. 31, grifos nossos).

O terceiro – *novice* (novato) – trata da sua condição de pouca experiência na política americana, que é constantemente criticada por oponentes. Segundo a revista, ele é considerado como um indivíduo que lê belos discursos cheios de retórica, porém apresenta apenas palavras. Isso porque ele não tem tradição em fazer negócios nem colecionar cargos na vida política. Além disso, *Time* destaca que a pouca permanência em determinados ambientes revela inquietude: “Dois anos na Faculdade Ocidental, dois anos na Universidade de Columbia, um ano com negócios, três anos como organizador comunitário e depois a faculdade de Direito”<sup>56</sup> (Id.p. 32). O máximo de permanência foi como Senador de Illinois, mas parte do tempo esteve ocupado em busca de cargos mais altos. Essa inconstância, segundo a revista, poderia gerar no eleitor certa dificuldade para identificar nele um senso de organização.

Sobre a quarta face – *the radical* – *Time* destaca que Obama é considerado um presente de Tróia para alguns críticos. “Eles encontram nas experiências dele e naquilo que ele deixa por dizer, sinais de que ele seja um radical”<sup>57</sup> (Id.p.33). Essa suposição em relação a Obama está associada às suas referências e afinidades com ideias de esquerda, seu interesse pelos movimentos africanos de independência. Mas, há aqueles que também acreditam que ele é liberal. A terceira desconfiança é justificada pela natureza do seu nome que sugere uma identidade mulçumana.

Por fim, a quinta face pontuada pela revista se refere ao futuro (*The future*). Ele seria o primeiro político nacional a fornecer a sensação de avanço na política devido à mensagem

---

<sup>55</sup> Texto original: “And without exactly saying it, Obama offers himself as the embodiment of his own message, the one-man rainbow coalition. You don’t believe white and black can peacefully, productively co-exist? Think the gulf between Chicago’s South Side and the Harvard Law Review can never be bridged? Do you fear that the Muslim masses of Africa and Asia are incompatible with the modernity of the West or that cosmopolitan America and Christian America will never see eye to eye? Just look at me!” (*Time*, Vol.172, nº9, 01/09/08, p.31, grifos nossos).

<sup>56</sup> Texto original: “Two years at Occidental College, two years at Columbia University, a year in business, three years as a community organizer and then law school”.

<sup>57</sup> Texto original: “They find in his background and in what he leaves unsaid telltale signs of a radical”.

de mudança enraizada nos discursos. E essa sensação de “estar à frente” também se reflete nas ferramentas tecnológicas que utilizou na campanha que foi considerada a mais conectada na Internet (durante décadas o Partido Democrata angariou votos em sindicatos, igrejas de negros e grupos liberais de interesse único, porém a campanha de Obama inovou em 2008 com as ferramentas tecnológicas). De modo geral, a revista defende que essa última face pode superar as demais, ou seja, se ele agregasse à sua imagem a marca do futuro poderia neutralizar a inexperiência; se ele construísse uma teia política forte então teria credibilidade.

Em *Time*, a coroação de Obama é dada com a cobertura da vitória nas Eleições Gerais e, posteriormente, com a posse. A cobertura fotográfica se sobressai na construção simbólica em torno de sua imagem. Toda a desconfiança sobre o “enigmático” e as especulações sobre as faces do personagem político arrefecem com sua vitória e se concretizam no momento em que ele assume o cargo presidencial. As reportagens “*This is our time*” (17/11/08) e “*We are ready to lead*” (02/02/08) apresentam nas primeiras páginas o registro de Obama em duas circunstâncias: a primeira destaca o sorriso de Obama, contemplando o futuro (*The Future*), com o título equilibrando a imagem “Agora é a **nossa** vez”, no qual o pronome possessivo “nossa” (*our*) reitera um projeto que é plural, dele e de todos, não apenas um propósito individual; a segunda retrata Obama em postura cívica e, ao mesmo tempo, meditativo, complementando-se com o título “**Nós** estamos prontos para liderar”, no qual o pronome pessoal “nós” destaca mais uma vez seu discurso e mensagem.

**Figura 35: Coroação de Obama**



(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, Vol.172, nº20, 17/11/08 e Vol.173, nº4, 02/02/08)

A revista *Veja*, por sua vez, destacou com mais ênfase a ideia de que Obama era uma “estrela” no cenário político, ou um “Messias” esperado para a conquista do sonho americano de liberdade. Atrelado a esse ideal, Obama também foi destacado como um “mensageiro” por conta de seu discurso de tolerância e igualdade amplamente registrado pela imprensa. Essa

tríade que qualifica Obama foi explorada no texto verbo visual a partir dos itens temáticos que tratam de sua trajetória biográfica.

A imagem de “estrela” é substituída em algumas ocasiões por expressões como “astro pop”, “pop star” ou “celebridade”, sendo que todas estão relacionadas à sua participação na campanha como uma novidade. No início de 2008, o que se sabe sobre Obama é que ele é um jovem senador com “pouca experiência” conforme foi criticado por opositores, mas munido de carisma e boa oratória. A reportagem de *Veja*, “... E a lua de mel acabou” (ed.2051), que trata da derrota de Obama em três estados norte-americanos, ainda na fase da disputa pelas Primárias, traz essas expressões em referência à popularidade do candidato até o referido momento. É possível considerar dois aspectos sobre a carga semântica do enunciado “estrela” (assim como expressões sinônimas apontadas no texto).

O primeiro se refere ao peso visual da fotografia que ilustra a página (Figura 36): Obama não sorri, ao contrário, com linhas de expressão marcando seu rosto em perfil, percebe-se um candidato que está ofuscado por sua luz (as três derrotas dariam esse contraste, insinuando certa preocupação em sua expressão facial, mas o que não significa que ele teria perdido totalmente seu brilho de “estrela”). Considerando que as estrelas são corpos celestes luminosos (que possuem luz própria), Obama é visualmente tratado como tal, à medida que é perceptível no contorno da silhueta de seu corpo (busto e cabeça), uma luz que parece ser emitida por ele mesmo. O refletor ao fundo seriam os “ataques” mencionados na reportagem que estariam ofuscando seu brilho. Eles estão ilustrados nos quatro alvos ao redor desse corpo celeste “Obama” que gravita no universo político norte americano (o fundo escuro da imagem remete à imagem de universo tal qual é compartilhada pelo imaginário coletivo). O segundo aspecto se refere ao conteúdo verbal que é descrito no parágrafo inicial da reportagem. Ele favorece que o leitor faça a projeção mental do cenário, reforçando o imaginário coletivo que associa Obama à imagem de “pop star” (uma celebridade).

**Figura 36: Obama, a “estrela” eleitoral**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2051, p.54-55)

Em outra ocasião da disputa presidencial (após a indicação partidária), na reportagem “A constelação Barack Obama” (ed.2007), a revista *Veja* reitera esse imaginário dando ênfase na equipe composta por sete assessores criteriosamente selecionados e qualificados, que auxiliam a campanha do candidato. O texto sugere que, juntos, eles formam a “constelação” e que conhecer os atributos desses assessores favorece um entendimento dos planos de Obama. Visualmente, a revista assume objetivamente a associação que fizera de forma tímida na edição de março. Obama aparece na mesma postura em perfil (porém a imagem foi invertida), com a mesma projeção de luz, enquanto astro luminoso, mas em perspectiva de astro que ocupa um lugar central (Figura 37). Ao seu redor, gravitam as “estrelas” que auxiliam a jornada da campanha e formam a constelação rumo à vitória. Percebem-se feixes de luzes que ligam uns aos outros, na projeção do fundo azul escuro que remete à galáxia. Por conseguinte, essa composição azul escuro versus estrelas é parte da composição da bandeira norte-americana reforçando o nacionalismo em questão.

Figura 37: Obama e sua constelação



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2007, p.92-93)

A coroação da “estrela” Obama ocorre com a oficialização da indicação do Partido Democrata, registrado por *Veja* na reportagem “O show e sua estrela”. Na composição das duas páginas iniciais, Obama aparece sob o holofote iluminado, com o rosto e o braço direito inclinados para o alto e o braço esquerdo apontado para o chão, num equilíbrio entre céu e terra (Figura 38). Na legenda da imagem, a revista registra e atesta a “consagração do pop star”.

Figura 38: Obama, a estrela coroada



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2076, p.76-77).

Mas, Barack Obama é negro. E a cor da sua pele condiciona outros atributos que foram associados ao personagem político, em consonância com a reflexão sobre a histórica questão racial nos Estados Unidos. Daí a associação à ideia de ser iluminado, messiânico (aquele que é enviado para cumprir uma missão) como é sugerido na passagem: Barack Obama é a estrela da noite. [...] **A multidão** – brancos e negros, homens e mulheres, mais jovens que velhos – **queria vê-lo, ouvi-lo, aplaudi-lo e, se possível, tocá-lo.** (*Veja*, ed. 2051, 12/03/08, p.55, grifos nossos).

Esse trecho lembra as passagens da Bíblia que relatam o comportamento do povo em relação a Jesus, seja para *ouvir* seus ensinamentos e mensagens em parábolas (“E, levantando-se dali, foi para os termos da Judéia, além do Jordão, e a multidão se reuniu em torno dele; e tornou a ensiná-los, como tinha por costume”, Marcos 10:1), como também *tocá-lo*, na busca pela cura de suas enfermidades, tal qual a mulher do fluxo de sangue, que “Ouvindo falar de Jesus, veio por detrás, entre a multidão, e tocou na sua veste. Porque dizia: Se somente tocar nas suas vestes, sararei.” (Marcos 5:25-28).

Segundo interpretações bíblicas de religiões de matriz cristã, as parábolas de Jesus transmitiam ensinamentos e mensagens que anunciavam a boa nova, qualificada como libertadora. Sob essa perspectiva, considerando a mobilização espontânea e a reação dos eleitores e simpatizantes de Barack Obama, conforme descrito pela revista, ao ler essa passagem acionamos a lembrança do sonho americano de liberdade defendido por outros líderes como Martin Luther King. A possibilidade de um presidente negro, então, personifica essa possibilidade de mudança e de cumprimento de uma missão e/ou ideal de liberdade.

Neste momento inicial da corrida para chegar à Casa Branca, que tem como objetivo a indicação partidária, Obama é descrito pela revista como uma estrela ou um astro pop, induzindo o leitor a diversas possibilidades interpretativas sobre a sua participação na

campanha – seria Obama apenas uma celebridade momentânea, cuja popularidade acabaria na primeira derrota para sua oponente Hillary Clinton? Ou, ele seria um ser iluminado, com missão divina, que veio em contexto sócio histórico propício para cumprir as promessas interrompidas e censuradas de outrora? O que se sabe, a partir da leitura dos textos de *Veja*, é que Obama se destaca na relação com o povo, ainda que seu brilho seja ameaçado por algumas derrotas nas primárias:

“Boa noite, Houston!” **A massa delira, a música zune, um mar de celulares o contempla.** Trinta e nove minutos depois, **ele desce da passarela para se inundar de povo.** Os seguranças o cercam, a multidão cerca os seguranças. Ele pega nas mãos dos eleitores, sorri, abana. VEJA lhe dirigiu uma pergunta. **Obama pegou na mão do repórter, escancarou seu sorriso caetaneado** e balançou a cabeça negativamente, como a dizer que era hora só de diversão. **Obama é um astro pop, um rock star, a estrela da noite.** (*Veja*, ed. 2051, 12/03/08, p.55, grifos nossos).

No contexto eleitoral, Obama também incorpora a imagem do “mensageiro” em virtude das recorrentes associações às mensagens de tolerância que reproduzia em seus discursos. *Veja*, por exemplo, fala que “a escolha de um negro, e um negro que passou parte da infância num país islâmico, soa como uma mensagem de tolerância” (ed.2064, 11/06/08, p. 97). Essa interpretação por parte da revista é reiterada em outras ocasiões, principalmente na cobertura da vitória nas Eleições Gerais e na ocasião de sua posse: “[...] Num muro da cidade de Ramallah, palestinos pintaram um Obama com um ramo de oliveira e uma pomba branca na mão, saudando sua vitória como se fosse um mensageiro da paz.” (*Veja*, ed. 2086, 12/11/08, p. 93).

A construção simbólica ao longo de toda a cobertura de *Veja* faz pensar sobre a conhecida frase atribuída a Jesus: “Eu sou o caminho, a luz e a verdade”. Na reportagem “Obama, a resposta”, (ed. 2086), Obama é figurado como esse indivíduo, predestinado por todos os seus atributos biográficos, que traz a mensagem de paz e tolerância ao mundo, rompendo as fronteiras dos Estados Unidos. É ele quem dialoga com as raças, gêneros, idades, povos. É o mensageiro da boa nova.

- *Obama, negro e globalizado*: Dois atributos ligados à descendência de Obama foram acionados e reiterados intencionalmente nos textos das revistas proporcionando a multiplicidade de sentidos: sua condição racial (no uso do enunciado “negro”) e a identidade genética de seus ancestrais que propiciaram vivências e heranças de diversas culturas e localidades (daí o termo “globalizado”). A identidade racial de Obama é uma das forças



motriz que gira em torno da imagem do personagem político. Ser “negro” é a condição que agrega e aciona tantas outras discussões históricas sobre a questão racial nos EUA.

Para *Time*, Obama personifica um enigma, conforme pontuamos em item anterior. Sua condição racial, sua identidade familiar, trajetória de vida, influências e vivências, entre outros elementos, são “pedaços” (“*those pieces of Obama*”) que juntos sugerem uma interpretação, uma imagem de quem realmente é e o que é possível esperar de sua gestão presidencial. No texto “*This is our time*” (17/11/08), a revista deixa claro que a vitória de Obama não está atrelada à cor de sua pele, mas ao esforço coletivo daqueles que acreditaram em sua mensagem e no imaginário coletivo de liberdade (pregado por ícones da luta dos direitos civis), personificada em sua imagem. Da mesma forma, Obama é registrado em *Veja* como aquele que não gostava de estar vinculado à cor da sua pele durante a campanha, muito embora fosse uma condição intrínseca que a imprensa de modo geral não dissociava e sua vitória representa um marco de igualdade, porém mais uma etapa de uma luta que ainda é permanente. Os trechos abaixo exemplificam essas perspectivas:

**Alguns príncipes nascem em palácios. Outros nascem em manjedouras. Mas poucos nascem na imaginação, nos restos da história e da esperança.** Barack Obama nunca fala sobre a forma como as pessoas o vê: Eu não sou aquele que está fazendo história, ele disse que cada chance que teve. Você é. Nós somos aqueles por quem nós estávamos esperando, ele gostava de dizer, **mas o fato é que as pessoas estavam esperando por ele, esperando por alguém para finalizar o que um “King” começou**<sup>58</sup>. (Fonte: Acervo *Time – The Vault*, Vol.172, nº20, 17/11/08, p.34, grifos nossos).

**Obama queria estar acima da questão racial.** Com uma retórica incandescente, com sua fala gingada como um sermão de pastor, com uma linguagem que fala de hinos que cicatrizam a nação, ele não fazia uma campanha. Fazia um movimento. Não era um candidato. Era um transformador. Obama não tinha propostas. Tinha sonhos. Criou assim a obamamania. (*Veja*, ed.2064, 11/06/08, p.99, grifos nossos).

A discussão sobre sua identidade racial também está atrelada ao fato de ser um indivíduo “globalizado”, com vivência em localidades distintas, assim como a origem de seus ancestrais. Esses atributos fizeram de Obama um indivíduo que é admirado pelos diferentes continentes e que chama a atenção por sua mensagem de tolerância, como foi pontuado pela revista (“Obama é filho de seu tempo”). Essa singularidade do personagem político foi acionada em dois momentos distintos: após sua indicação partidária, quando *Veja* destaca que sua “trajetória extraordinária” também leva parte da militância negra a achar que Obama não é um “preto autêntico” (“É tratado como negro, mas é muito mais caudatário de sua mãe

---

<sup>58</sup> Texto original: “Some princes are born in palaces, some are born in mangers. But a few are born in the imagination, out of scraps of history and hope. Barack Obama never talks about how people see him: I’m not the one making history, he said every chance he got. You are. [...] We are the ones we’ve been waiting for, he liked to say, but people were waiting for him, waiting for someone to finish what a King began.”

branca e de seus avós brancos do que se seu pai negro [...] Isso tudo lhe dá uma experiência multirracial única”, ed.2064, p. 100); e após sua vitória nas eleições gerais, quando a revista defende sua excepcionalidade “pelo que carrega na memória, no sangue, na carne”, em referência aos pais (“Obama é fruto desse caldeirão multicultural”, ed.2086, p. 79).

E, por fim, com a reportagem “O presidente do mundo” (ed. 2086) *Veja* aborda a repercussão da vitória de Obama estampada nas capas dos diferentes jornais de todo o mundo (Figura 39), reforçando o “olhar sobre o outro”. Essa ilustração autentica visualmente a ideia de que sua chegada à presidência dos Estados Unidos projeta uma possibilidade de mudança nas relações que o país estabelece com outras nações.

**Figura 39: Obama em pauta nos jornais pelo mundo**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 2086, 12/11/08 p.92-93)

A leitura analítica das revistas *Veja* e *Time* revela que Barack Obama foi pauta constante nas duas revistas, nos principais momentos do ano eleitoral. Mas, é justamente a partir do acionamento de elementos biográficos que as revistas qualificam o diferencial do candidato democrata e estruturam a teia argumentativa da cobertura sobre a disputa presidencial. Sua identidade racial (filho de pai negro e mãe branca), assim como os movimentos que percorreu ao longo da vida em virtude da sua estrutura de “família” (os pais separados na infância, a adolescência com os avós, as vivências em localidades distintas, os estudos em Harvard, a experiência política no Senado, entre outras), configuram um quadro de leitura amparado em suas origens.

A análise também revelou que (quase) tudo que se referia a Obama foi comparado com a simbologia de fatos históricos partilhados pela memória coletiva da sociedade norte americana. Ou seja, o que era partilhado do ponto de vista do registro histórico foi explicado através da comparação com outros acontecimentos históricos, outros presidentes ou com outros ícones da luta pelos direitos civis e questões raciais. Mas, também em algumas

ocasiões, seus atributos biográficos foram associados ao perfil dos eleitores. Do ponto de vista da articulação dos imaginários, as revistas possibilitaram a leitura de um Obama que era a novidade eleitoral (a estrela), mas que personifica a face do mensageiro, o ser “predestinado” (*the messiah*) a mudar a América, trazendo em si a identidade racial (o negro) num contexto globalizado, ávido por mudanças.

## CAPÍTULO V. LULA E A COBERTURA DE *VEJA* E *TIME* EM 2002

Neste segundo capítulo de análise, apresentamos as considerações sobre a cobertura jornalística de *Veja* e *Time* em relação à disputa presidencial no Brasil, em 2002, com ênfase nos acionamentos biográficos do personagem Lula nas reportagens publicadas ao longo do ano eleitoral. Assim como no capítulo anterior, dividimos as considerações analíticas em dois momentos: primeiro apresentamos os aspectos gerais do corpus empírico, dimensionando seu volume e fluxo de notícias, assim como justificando os recortes empregados para esta análise; em seguida, procedemos à análise das reportagens nos níveis da visualidade, do olhar e da imagem.

A análise foi elaborada a partir da busca por marcas biográficas visíveis no texto jornalístico e pela identificação dos efeitos de sentido gerados pela informação em sua composição verbo-visual. Os subitens desses níveis foram nomeados de acordo com a leitura que foi possibilitada pelas reportagens. No nível da visualidade permanecem os mesmos itens destacados na análise em Obama, porém apenas *Veja* revelou marcas em todos os temas perceptíveis na esfera do visual (ainda assim, em alguns a percepção é precária ou pontual). A análise nos níveis do olhar e da imagem foi possibilitada pela peculiaridade no acionamento dos fragmentos biográficos, diferenciando parcialmente a estrutura da redação no capítulo de análise anterior.

### 5.1. Aspectos gerais do corpus empírico

Para selecionar o corpus empírico da revista *Time* enfrentamos algumas restrições, pois a cobertura jornalística em relação às eleições no Brasil é mais sucinta e pontual. Durante a catalogação das edições publicadas ao longo de 2002, disponíveis no acervo *The Vault*, não foi possível encontrar conteúdo relacionado ao Brasil e/ou eleições e/ou Lula. Tratava-se de uma limitação editorial da revista que pouco abordava questões relativas aos países da América Latina (além da edição norte-americana, a revista dispõe de uma versão para a África, Oceania e Ásia, com poucas variações no conteúdo). Uma alternativa para encontrar o conteúdo sobre a temática desejada foi a utilização do buscador do acervo da revista, usando como “isca” as palavras chave “Lula”, “Luís Inácio Lula da Silva”, “Brasil”, “Eleições”, entre

outras. Essa busca foi realizada várias vezes com o intuito de garimpar o máximo de informações não só no acervo da revista impressa, mas também no acervo do site *TIME.com* (que também requer assinatura para acesso na íntegra).

A partir da catalogação do acervo, observamos que as reportagens com alguma referência à disputa presidencial no Brasil estavam concentradas no acervo do site *Time.com* e foram publicadas em momentos específicos do ano eleitoral, principalmente no mês de outubro. Identificamos também a primeira reportagem que aciona o nome de Lula em uma disputa presidencial (cobertura do pleito de 1989) e verificamos que, após a vitória de Lula em 2002, *Time* amplia seu enfoque em relação ao personagem político, aumentando o número de reportagens publicadas no site que tratam de algum aspecto do governo brasileiro e de seu gestor (sobretudo nos temas ligados às relações internacionais). Por fim, identificamos também que Lula foi indicado entre as cem personalidades proeminentes, em edição especial publicada anualmente pela revista (*Time 100*). Tal feito ocorreu em dois momentos distintos: em 2004, no meio do seu primeiro mandato, e em 2010, último ano do segundo mandato.

A leitura do corpus ampliado favoreceu a percepção de que, apesar da mudança de cenário e contexto político, entre a primeira disputa de Lula, em 1989, e os acionamentos seguintes a partir de 2002, os caracterizadores de sua trajetória de vida são frequentemente os mesmos: baixo grau de escolaridade, profissão (torneiro mecânico) e a vida política sindical. Isso favoreceu a escolha por reportagens publicadas não só em 2002, como nos anos seguintes, até 2010. No total, foram identificadas 17 reportagens, duas notas (seção *Milestones*) e cinco frases de Lula (seção *Quotes of the day*), sendo utilizada pela análise 12 reportagens e as notas (ver Apêndices). As eleições no Brasil e/ou o personagem Lula não foram manchete de capa em nenhuma edição.

As edições catalogadas em *Veja* compreendem o período de 09 de janeiro de 2002 a 08 de janeiro de 2003, totalizando 52 exemplares neste período. A seção “Brasil” é o espaço da revista onde predominam as reportagens sobre as eleições presidenciais e/ou referências ao personagem Lula. Há, no entanto, em algumas edições, uma variação desse lugar “onde se fala de eleições”. Em alguns casos, a revista relaciona o conteúdo às reportagens de capa, que não estão necessariamente inseridas nesta, mas em outras seções da revista com temáticas distintas, como história e comportamento.

Inicialmente, as reportagens foram categorizadas nos seguintes grupos temáticos: *Reportagens se referem principalmente à Lula e sua campanha eleitoral* (falam do personagem político de forma direta, no contexto de campanha e/ou se referem ao ineditismo de sua ascensão e vitória política); *Reportagens que se referem a Lula e aos demais*

*candidatos* (apresentam resultado de pesquisas de intenções de votos para os principais candidatos); *Reportagens sobre outros candidatos à presidência sem referência à Lula* (os principais opositores eram Roseana, Ciro, Garotinho e Serra); *Reportagens que tratam de algum tema histórico ou comportamental* (trazem a discussão de forma ampliada e culminam na reflexão em âmbito eleitoral).

Para a etapa de análise qualitativa foram consideradas todas as categorias, com exceção das reportagens que falam de outros candidatos sem referência à Lula. Em *Veja*, foi quantificado um total de 116 reportagens (Quadro 2), porém apenas 33 foram utilizadas para análise (ver Apêndices). Sobre essa escolha de redução do corpus apresentamos duas justificativas: primeiro, consideramos os períodos de concentração das notícias (conforme sinaliza o gráfico de fluxos a seguir); segundo, a quantidade aparentemente díspar em comparação ao corpus de *Time* não prejudica a qualidade das informações extraídas, pois *Veja* apresenta marcas de acionamento biográfico de forma fragmentada, sem condensar em reportagens específicas com essa finalidade.

**Quadro 2: Volume de reportagens sobre as eleições presidenciais em *Veja***

<b>Categorias</b>	<b>Quantidade</b>
Reportagens exclusivamente sobre Lula	43
Reportagens sobre Lula e demais candidatos	52
Reportagens sobre tema histórico ou comportamental	21
TOTAL DE EDIÇÕES	52
TOTAL DE REPORTAGENS ANALISADAS	116

(Fonte: Elaborado pela autora)

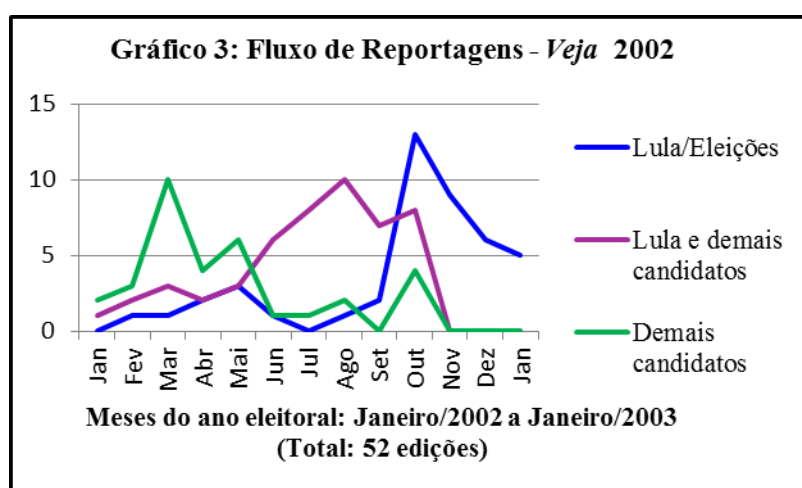
Ao analisar o fluxo de notícias ao longo o ano eleitoral é possível perceber algumas especificidades dos períodos de concentração de cada uma dessas categorias, o que ajuda a compreender alguns movimentos de construção de sentido acerca da candidatura de Lula e de seu significado enquanto personagem político. É possível, por exemplo, identificar o momento em que Lula passa a ser considerado, na cobertura da revista, como um candidato em potencial na disputa presidencial de 2002, sobretudo na edição 1744<sup>59</sup>, publicada no final de março, onde a revista destaca a vitória de Lula nas prévias realizadas pelo Partido dos Trabalhadores para indicação do candidato oficial (destaque para o início da trajetória da linha azul no Gráfico 1).

Antes dessa “indicação”, reconhecida pela revista, há uma centralização de reportagens sobre os demais candidatos (a exemplo de Roseana Sarney), sobretudo entre os

<sup>59</sup> Reportagem intitulada “Essa, Lula ganhou: Ao derrotar Suplicy, o candidato do PT obtém sua primeira vitória desde 1989e promete agora lançar o PL”, de Luís Henrique Amaral, publicada em 27/03/02.

meses de janeiro a maio, com ápice em março (destaque para a trajetória da linha verde no gráfico). Após esse período há um declínio dessa temática que enfatiza outros candidatos sem referência a Lula. Destaca-se também o fato de a candidata Roseana Sarney (PFL) ter sua candidatura prejudicada por conta da deflagração de escândalos sobre desvios de dinheiro envolvendo seu nome e do seu esposo Jorge Murad.

Nesse contexto, registra-se o que *Veja* chama de “virada na corrida presidencial” (ed.1743, 20/03/02), com a ascensão do candidato José Serra (PSDB). Nos meses seguintes, a cobertura da revista passa a publicar com maior frequência reportagens que comparam o desempenho de Lula em relação aos demais candidatos (destaque para a trajetória da linha rosa, sobretudo entre os meses de maio e outubro), declinando a temática após o resultado final das eleições. É justamente na efervescência do mês da disputa eleitoral, em outubro, que a revista atinge seu ápice em publicação de reportagens que tratam especificamente de Lula, reconhecendo e destacando o ineditismo de sua vitória<sup>60</sup>, as estratégias do Partido dos Trabalhadores, as expectativas em torno de sua chegada à Presidência, entre outros temas. Só em outubro foram publicadas ao todo 13 reportagens, na seção nomeada “Especial Eleições 2002”. A revista mantém média de publicações durante os meses de novembro (09 reportagens), dezembro (06 reportagens), e segue até o início de janeiro com a posse de Lula (neste caso, 05 reportagens em apenas uma edição).



(Fonte: Elaborado pela autora)

No ano de 2002, o personagem Lula e/ou o contexto eleitoral foi manchete de capa em nove edições da revista *Veja*, sendo que desse total, apenas três capas destacaram

<sup>60</sup> Destaque para a reportagem “Lula muda a história” e “Vinte anos na oposição”, publicadas na edição 1775 (30/10/02).

especificamente o candidato em três momentos distintos e significativos. O primeiro acionamento de *Veja*, em relação à imagem de Lula, acontece somente em maio (ed.1752), em reportagem especial que destaca a articulação de Lula junto aos empresários, sugerindo uma situação de “nervosismo” do mercado financeiro com as propostas do candidato. O segundo ocorre em outubro (ed.1775), em edição publicada após o resultado do segundo turno da disputa eleitoral quando a revista apresenta a vitória de Lula. A terceira capa é publicada em janeiro de 2003 (ed.1784), destacando a cerimônia de posse as expectativas consequentes. Nas demais edições, o destaque à Lula acontece associado aos outros candidatos, ou de forma indireta (silenciada) em referência ao Partido dos Trabalhadores.

*Veja* também publicou em nove edições<sup>61</sup> pequenas notas, localizadas na parte superior da capa, que apontam o desempenho dos candidatos nas pesquisas de intenção de votos. Além disso, a revista também publicou quatro capas com reportagens especiais que estão associadas às eleições<sup>62</sup>, seja com abordagem histórica ou sobre comportamento. Essas capas não abordam o personagem Lula diretamente, por isso não estão inseridas na quantificação acima sobre os acionamentos diretos, mas há algo na constituição verbo-visual da capa que permite uma associação ao cenário eleitoral.

## 5.2. Análise no nível da visualidade

Identificamos na composição verbo-visual dos textos, a presença de componentes biográficos associados ao personagem político, seja a partir do que é expresso verbalmente no texto escrito, seja nas fotografias ou ilustrações, ou na composição de ambos. Em alguns itens temáticos, há maior ênfase ou expressão somente em uma das revistas, porém sem comprometer a qualidade da análise.

- *História de vida*: Em *Veja*, um dos primeiros acionamentos ocorre na reportagem “Em busca do bilionário ideal” (ed.1740), publicada no final de março, período de formação das chapas partidárias. A revista trata como “exótica” a aliança entre Lula e o então senador mineiro José Alencar, porém com força simbólica em virtude da semelhança entre a história de vida dos dois personagens políticos. A origem humilde e a dificuldade para que ambos construíssem suas conquistas é o ponto de interseção destacado pela matéria:

---

<sup>61</sup> Edições: nº 1735, 23/01/02; nº 1736, 30/01/02; nº 1740, 27/02/02; nº 1742, 13/03/02; nº 1753, 29/05/02; nº 1759, 10/07/02; nº 1763, 07/08/02; nº 1764, 14/08/02; nº 1769, 18/09/02.

<sup>62</sup> Edições: nº 1755, 12/06/02; nº 1758, 03/07/02; nº 1765, 21/08/02; nº 1771, 02/10/02.



Décimo primeiro filho de uma família humilde de quinze irmãos, saiu cedo de casa e começou a trabalhar aos 14 anos como balconista, numa loja de tecidos na Zona da Mata mineira. Nessa época, o dinheiro era tão curto que Alencar não tinha como pagar um quarto de pensão – alugava, então, uma cama no corredor do pensionato. Aos 18 anos, com dinheiro emprestado por um irmão, abriu sua primeira loja de tecidos, em Caratinga [...] Como homem que se superou com esforço próprio, **Alencar tem, nesse aspecto, uma biografia semelhante à de Lula, um pernambucano que veio de pau-de-arara para São Paulo, trabalhou como metalúrgico e tornou-se o maior líder de massas do país – embora ambos tenham batalhado por destinos antagônicos: um virou sindicalista, outro virou patrão.** (*Veja*, ed. 1740, 27/02/02, p.32-33, grifos nossos).

Em edição publicada às vésperas do primeiro turno, *Veja* retoma o acionamento de fragmentos da história de vida, sem o comprometimento em aprofundar-se em detalhes de sua trajetória. Esse tipo de acionamento está vinculado ao item temático “traço de personalidade”. A intenção é mostrar ao leitor que, a forma como Lula se comporta após sua “mudança” (empreendida pela equipe de marqueteiros), contrastada com seu passado biográfico, pode sugerir sua conduta futura, caso seja eleito presidente. Na reportagem “A rota de Lula para o poder” (ed.1772), destaca-se, principalmente, sua trajetória enquanto líder sindical, demarcando um excerto específico de sua história de vida. Até esse momento, *Veja* não apresenta preocupação em explorar informações biográficas referentes à infância de Lula, por exemplo, embora destaque seu grau de escolaridade (“só chegou à 5ª série”) e a ascendência de seus pais (“migrantes pobres do interior de Pernambuco”), conforme consta no trecho a seguir:

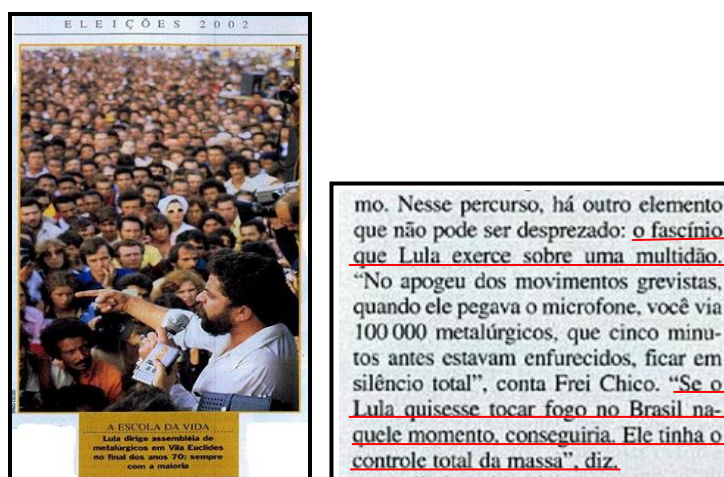
**A história de Lula dá indicações de como ele portaria no poder.** Como líder sindical, fundador, presidente do PT e quatro vezes candidato à Presidência, o petista desenvolveu uma maneira de agir muito peculiar. [...] **O sindicalismo foi a história da vida de Lula, que só chegou à 5ª série.** No governo, é previsível que vá portar-se com os cacoetes do sindicalista de sucesso e do líder partidário incontestável, conquistada por ele no PT. [...] O candidato do PT reproduz na política o que aprendeu no sindicato. Afinal, **o filho de Eurídice e Aristides, migrantes pobres do interior de Pernambuco, venceu na vida em São Paulo ouvindo os outros.** O método de decisão de Lula foi desenvolvido nos tempos das grandes greves do fim dos anos 70, quando ele era presidente do Sindicato dos Metalúrgicos. (*Veja*, ed.1772, 09/10/02, p.58-59).

A questão da ausência de formação acadêmica tradicional na história de vida de Lula é um aspecto passível de discussão em algumas reportagens. Percebe-se uma necessidade de *Veja* em atribuir uma “especialização” ao personagem político de longa trajetória sindical. Essa busca por uma rotulação profissional está ligada às especulações e expectativas futuras sobre o desempenho do indivíduo Lula – O que esperar de um personagem político que frequentou a escolar regular até a 5ª série? Como vimos, uma das alternativas era associar seu nome aos intelectuais militantes partidários (formados e especializados, em sua maioria),

como forma de respaldar suas propostas (ou questioná-las). Por outro lado, a ideia de que Lula era um “homem do povo”, alguém que saiu da pobreza do interior de Pernambuco para arriscar a vida em São Paulo e tornou-se a voz dos trabalhadores metalúrgicos, também ganhou força no discurso de *Veja*.

Em referência à sua formação, *Veja* utiliza em legenda o termo “Escola da vida” (Figura 40), para destacar que Lula aprendeu na vivência como operário e no contato com as assembleias de metalúrgicos. “Sua formação política deu-se no ambiente sindical sob a ditadura militar, ele fundou um partido de cunho socialista, bradou por anos uma cartilha na qual se pregava a revolução socialista.” (ed.1772, p. 102). Inclusive, na reportagem “Vinte anos na oposição” (ed.1775), identificamos dois depoimentos de Frei Chico, irmão de Lula, utilizados para ilustrar a capacidade que Lula tinha de “fascinar” a multidão, em sua fase sindical (conforme grifado na figura abaixo). No entanto, a grande contradição realçada pela revista é que, nas eleições de 2002, esse indivíduo de pouca formação ampliou o público das assembleias, atraindo representantes das elites brasileiras: “[...] e hoje está aí, na forma “Lulinha paz e amor”, como ele próprio se autodefiniu, aplaudindo plateias formadas de industriais, banqueiros, empresários e latifundiários e sendo aplaudido por elas” (Id., p. 102).

**Figura 40: Lula e a “Escola da Vida”**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1772, 09/10/02, ilustração, p.62 e recorte do texto ed.1775, 30/10/02, p.42).

É justamente na reportagem especial sobre a vitória de Lula no segundo turno que *Veja* retoma uma discussão sobre sua história de vida. Ainda em fragmentos, a reportagem “Lula muda a história” (ed.1775) trata da excepcionalidade do feito (como tratamos no item temático marco histórico), mas também demarca sua origem humilde como elemento de comparação com a origem de outros líderes políticos no Brasil. A frase “Meninos pobres como Lula não nascem no Brasil para ser presidentes da República”, registra a condição

social como elemento definidor dos antecessores políticos – “os mandatários da nação [...] foram todos escolhidos entre marechais, generais, fazendeiros, advogados e empresários.” (Id. p. 35). Em “Vinte anos na oposição”, na mesma edição especial, apresenta-se em ilustração de rodapé a lista com todos os presidentes republicanos (Figura 41)<sup>63</sup>, indicando que com sua vitória, Lula é incorporado à galeria dos dirigentes brasileiros como “o primeiro presidente de origem popular” (utiliza-se a mesma frase que ilustrou a capa). Essa “origem popular”, contudo, está relacionada à sua formação profissional – torneiro mecânico.

Figura 41: Galeria dos presidentes e a formação profissional



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1775, 30/10/02, ilustração, p.41).

Observa-se, contudo, que *Veja* reconhece a peculiaridade biográfica de Lula, assim como seu amadurecimento ao longo das quatro tentativas para chegar à presidência: “Com base em adversidades, **amadureceu a si e ao partido que criou e construiu uma biografia desde já extraordinária**. Agora, sai triunfante de sua quarta tentativa de eleger-se presidente da República”. (ed.1775, p. 43, grifos nossos).

A revista *Time* não apresenta reportagens exclusivas com conteúdo direcionado ao entendimento da história de vida de Lula. No entanto, a revista utiliza algumas informações (excertos ou fragmentos específicos) do universo biográfico do personagem, que estão cristalizadas no imaginário. Elas se referem principalmente à sua profissão, trajetória política e grau de escolaridade e são acionadas para realçar o temor do mercado financeiro em relação a um candidato com baixa escolaridade, que tinha a imagem de radical frente às mobilizações sindicais ou para compará-lo com outros personagens políticos, como está destacado nas seguintes passagens:

**Um ex-metalúrgico que perdeu um dedo em acidente de trabalho**, Lula às vezes parece desconfortável com a noção de que ele teve que mover-se para a “ala de Blair” para tornar-se elegível. Mas, **apesar de o Ensino Médio de Lula não coincidir com o Doutorado de Cardoso** e com os tecnocratas presunçosos do

<sup>63</sup> Para ilustrar o acionamento, recortamos apenas a sequência em que Lula aparece como o mais novo presidente, naquele momento. A galeria dos dirigentes, na íntegra, segue da página 38 à 41.

partido, ele parece estar consciente o suficiente das causas de nova crise econômica do Brasil (e na América Latina)?<sup>64</sup> (*Time*, 04/10/2002, grifos nossos).

O **aumento do desemprego** tem sido o lado negativo das políticas de livre mercado implementadas pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, e tem oscilado os eleitores mais solidamente atrás do PT. **Essa é uma questão que Lula, um trabalhador autodidata de colarinho azul e sindicalista antes de se tornar o farol da esquerda brasileira, conhece melhor que outros candidatos** – e certamente melhor que muitos investidores internacionais.<sup>65</sup> (*Time*, 04/10/2002, grifos nossos).

Somente na reportagem “*Brazil’s new hope*”, publicada no final de dezembro de 2002, em um parágrafo, *Time* rememora alguns acontecimentos marcantes da história de vida de Lula. A revista resume sua história a partir da saída do nordeste, na companhia da mãe e dos irmãos, rumo ao estado de São Paulo, em busca de melhores condições de vida, passando pelas experiências profissionais, culminando nas disputas presidenciais frustradas até a eleição vitoriosa de 2002:

Nascido no nordeste do Brasil, ele tinha cinco anos quando sua mãe pegou os oito filhos e juntou-se à multidão de imigrantes para o sul do país. Aos sete anos, Lula engraxou sapatos e trabalhou como office-boy antes de conseguir um emprego em uma fábrica na região suburbana São Paulo. Ele subiu na hierarquia dos 100.000 homens do Sindicato dos Trabalhadores e foi eleito para liderá-lo em 1975. Lula ajudou a fundar o partido dos Trabalhadores em 1980, e rapidamente tornou-se seu porta-voz. Ele disputou a presidência em 1989, 1994, 1998, perdendo entre os eleitores de classe média – temerosos de sua vigorosa retórica – disseminada por seus oponentes. Este ano foi diferente<sup>66</sup>. (*Time*, 22/12/2002).

Importante destacar que a história de vida de Lula tornou a ser pauta da revista em ocasião da estreia do filme “Lula, filho do Brasil”, em reportagem de dezembro de 2009, final do seu segundo mandato como presidente da República. Segundo o texto, o filme, dirigido por Fábio Barreto, aborda vários episódios que marcaram a vida de Lula desde a juventude e

---

<sup>64</sup> Texto original: “A former metalworker who lost a finger to a job accident, Lula at times seems uncomfortable with the notion that he’s had to move Blair-ward to make himself electable. But even though Lula’s high school education doesn’t match the Ph.D. milieu of Cardoso and the ruling party’s smug technocrats, he seems to be aware enough of one of the causes of Brazil’s (and Latin America) new economic crisis?” (*Time*, *A socialist plan to save Brazilian capitalism*, 04/10/2002)

<sup>65</sup> Texto original: “Spiraling unemployment has been the downside of the free-market policies implemented by President Fernando Henrique Cardoso, and has swung voters more solidly behind the PT. It’s an issue that Lula, a self-taught blue collar worker and trade unionist before becoming the beacon of the Brazilian Left, understands better than any of the other candidates – and certainly better than most international investors.” (*Time*, *A socialist plan to save Brazilian capitalism*, 04/10/2002)

<sup>66</sup> Texto original: “Born in hardscrabble rural northeast of Brazil, he was five when his mother packed up her eight children and joined the flood of migrants bound for the booming South. From the age of seven, Lula shined shoes and ran errands before landing a job in a factory in the gritty suburban belt of São Paulo. He rose through the ranks of the 100,000-man Metal Workers Union and was elected to lead it in 1975. Lula helped found the Workers’ Party in 1980, and quickly became its standard bearer. He ran for President in 1989, 1994, 1998, only to lose as middle-class voters – fearful of fiery rhetoric – flocked to his opponents. This year was different.” (*Time.com*, *Brazil’s new hope*, 22/12/2002).

sua “extraordinária” ascensão da pobreza ao poder. É justamente na descrição do roteiro do filme que a revista revela excertos biográficos:

Começando na caatinga do nordeste, onde nasceu entre os oito filhos, o filme segue ele até São Paulo, onde sofreu nas mãos de um pai abusivo e alcoólatra. Mostra-o como um garoto vendendo fruta e engraxando sapatos em troca de moedas e depois lutando pelo curso técnico para ganhar um emprego como metalúrgico em uma fábrica de automóveis. [...] o filme descreve ele perdendo um dedo em um acidente com o torno mecânico e depois sua esposa e filho no parto, antes que se recuperasse para liderar o poderoso sindicato dos metalúrgicos em greves históricas que desafiaram a ditadura militar do país<sup>67</sup>. (*Time.com*, 30/12/2009).

**Figura 42: História de Vida de Lula no Cinema**

The screenshot shows a web article from Time magazine. The title is "Lula Onscreen: Brazil's President as Superhero" by Andrew Downie, dated Wednesday, Dec. 30, 2009. The article discusses the film "Lula, Son of Brazil" and its portrayal of President Lula da Silva as a superhero. It mentions that the film's music, including "You're the One That I Want" and "I Will Always Love You," was chosen for the premiere. The article also notes that the actor Rui Ricardo Dias plays President Lula da Silva in the film. A related article is mentioned: "Brazil's Lula: A Bridge to Latin America's Left?".

(Fonte: Acervo *Time – The Vault*, 30/12/09)

O título destaca a expressão “*superhero*” (super-herói) como um atributo condicionado pelo filme em relação à imagem de Lula. Segundo *Time*, o filme maquia as fragilidades de Lula, descrevendo-o como um homem que não pode cometer erros, omitindo episódios que revelam suas fraquezas e defeitos (*Time* destaca que esse foi um comentário pela revista *Veja*). Além disso, *Time* critica o fato de o filme encerrar em 1980, período que produziu um Lula diferente.

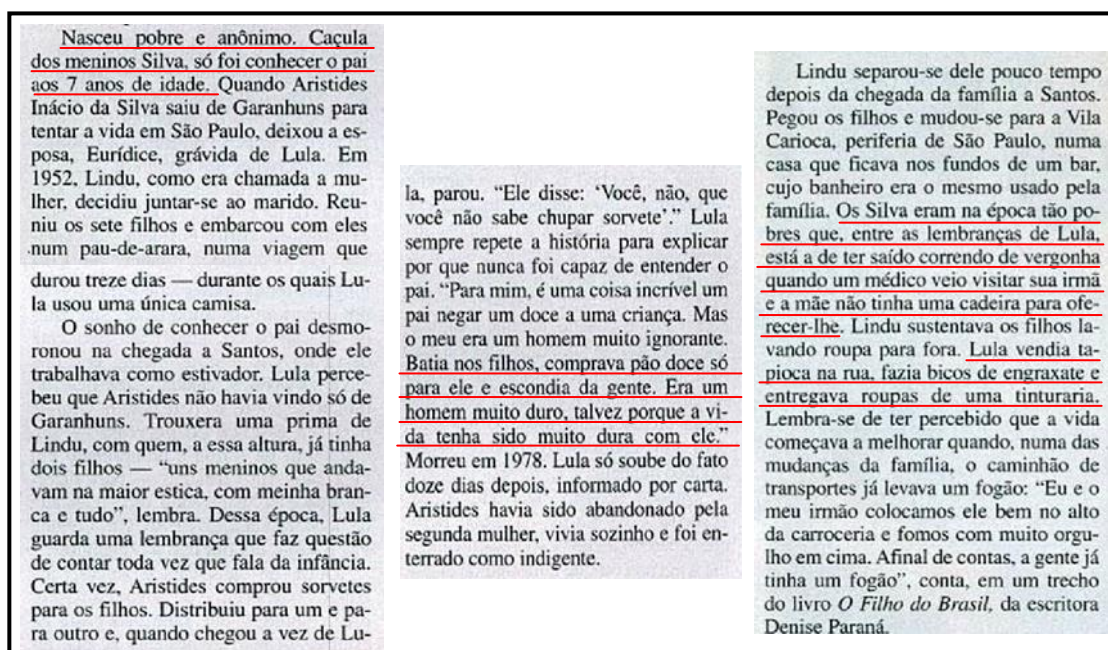
- *Identidade familiar*: A cobertura da campanha de Lula, em 2002, apresenta raras referências aos elementos que compõem sua genealogia ou identidade familiar, com alguns acionamentos

<sup>67</sup> Texto original: “Starting in the scrubland of the northeast, where he has born one of eight kids, it follows him to São Paulo, where he suffered at the hands of an abusive and alcoholic father. It shows him as a boy selling fruit and shining shoes for pennies and then struggling through technical college and winning a job as a metal worker in a car factory. [...] the film depicts him losing a finger in a lathe accident and then his wife and son in childbirth, before he bounces back to lead the powerful metalworkers’ union in historic strikes that challenged the country’s military dictatorship.” (*Time.com*, *Lula Onscreen: Brazil’s President as Superhero*, 30/12/2009).

somente na revista *Veja*. Como no item anterior, as referências à história de vida do personagem político também são acionadas em momentos específicos e de forma fragmentada e, além disso, estão relacionadas às informações sobre nível de escolaridade, profissão, classe social originária, entre outros. No caso de Lula, sua ascendência se estende no máximo aos pais, que aparecem como personagens coadjuvantes, além dos irmãos, esposa e filhos ou seus companheiros de militância (como veremos no item da trajetória).

Essa identidade familiar é acionada com mais detalhes somente na edição que trata da sua vitória no segundo turno. Dois textos específicos – “Lula muda a história” e “Vinte anos na oposição” – tratam com afinco suas origens e os dilemas enfrentados por sua família, desde sua partida do interior de Pernambuco, passando pela adaptação em São Paulo. A questão da pobreza, da vida difícil, a relação conturbada com o pai Aristides por conta da separação dos pais, a falta de posses e a luta pela sobrevivência é a principal aposta dessa edição especial. Alguns itens estão grifados no texto abaixo:

**Figura 43: Acionamento da relação de Lula com o pai**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1775, 30/10/02, ilustração, p.39-40).

- *Traço de personalidade:*

*Time* tem uma cobertura precária sobre a disputa presidencial no Brasil e, quando Lula é destacado, os elementos que tratam de sua personalidade são silenciados ou ocultados em detrimento de outros aspectos interpretativos (principalmente as implicâncias econômicas de sua possível vitória). Apenas na reportagem “*A Brazilian Blair*”, publicada às vésperas do

primeiro turno, a revista ressalta a questão da probidade associada publicamente ao caráter de Lula: “Em vez disso, em um país em que a corrupção é frequente, **Lula é conhecido por sua probidade**: A principal razão por ele estar à frente nas pesquisas é a sua promessa de adicionar um componente de **justiça social** ao projeto capitalista<sup>68</sup>.” (04/10/2002, grifos nossos).

Em *Veja*, ao contrário, Lula é analisado como um indivíduo que possui atributos comportamentais permanentes, que o acompanham ao longo da trajetória, como também em termos de atributos comportamentais que foram modificados, principalmente como estratégia de campanha (no nível da imagem aprofundaremos o processo de “desnaturalização” da imagem de Lula na campanha de 2002). Na reportagem “Carisma – a atração ao alcance de todos” (ed.1764), que trata de comportamento, como gancho para discutir o cenário eleitoral e o perfil dos candidatos presidenciais, a revista é enfática ao pontuar que nenhum deles possui **carisma**, “a aura magnética que acompanhou alguns ex-ocupantes do cargo” (Id.p.76), a exemplo de Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e Jânio Quadros. No entanto, no subtítulo, sugere-se que “o dom de impressionar e influenciar **pode ser desenvolvido** por quase todas as pessoas – até mesmo pelos candidatos a presidente”. Ou seja, mesmo que o indivíduo não seja naturalmente carismático é possível “desenvolver” esse atributo.

Esse traço de personalidade que, segundo a revista, é ausente em Lula, é trabalhado como parte da “transmutação” de sua imagem. Discutiu-se de forma recorrente nas reportagens do ano eleitoral as mudanças que Lula sofreu para amenizar alguns traços que o associavam à figura de um indivíduo rude, radical, mal vestido, encenqueiro, entre outros atributos negativos herdados dos tempos de luta sindical. O carisma é justamente um dos atributos positivos que foi desenvolvido pelo publicitário Duda Mendonça, seu marqueteiro de campanha. Em pesquisa encomendada pela revista *Veja* ao Instituto Vox Populi, sobre um debate na TV Bandeirantes, um grupo de eleitores indecisos avaliou a imagem dos principais candidatos<sup>69</sup>. Sobre Lula, a reportagem “A imagem é tudo” destaca as principais ideias associadas a ele após essa mudança: “veio do nada e venceu na vida”, “chegou a vez dele”, “parece bravo, mas na verdade é manso”, “popular”, “tem valores familiares”, ou como é destacado no trecho:

**Aos olhos dos eleitores, Lula, que ficou em segundo lugar, é o sujeito que saiu do nada e “chegou lá”.** Sua indignação soa, agora, mais parecida com a do chefe de

<sup>68</sup> Texto original: “Instead, in a nation rife with corruption, Lula is known for his probity: The main reason he’s ahead in the polls is his pledge to add a sorely lacking social-justice component to the capitalism project.” (*Time, A Brazilian Blair?*, 04/10/2002).

<sup>69</sup> Na pesquisa, publicada por *Veja*, José Serra, obteve a menor média, 2,8; em seguida, Anthony Garotinho, com 3,6; Lula obteve 6,8; e Ciro Gomes, a maior média, 8,6.

família da classe média que tenta esticar o salário no fim do mês do que a de um incendiário que prega a revolução socialista. (*Veja*, ed.1764, 14/08/02, p.84, grifos nossos).

Em relação à imagem pública do líder político, *Veja* defende que não deve aterrorizar, mas convencer, sobretudo no plano psicológico, através da “identificação com o homem do povo ou pela personificação de suas aspirações mais nobres” (Id.p.85). Para reforçar esse efeito, alguns personagens utilizam roupas baratas (ela cita o exemplo de Jânio Quadros), carregam no sotaque caipira (Orestes Quercia e José Dirceu) ou comem coxinha no boteco. Lula também passa por essa transformação que inclui desde a sofisticação da roupa que veste à suavização do jeito que fala, além da abertura ao diálogo com setores da economia (banqueiros, investidores, etc.) que tinham receio em relação às ideias políticas dele e do próprio Partido dos Trabalhadores, conforme destacamos a seguir:

Ex-operário que se manteve ligado umbilicalmente ligado às suas origens, o petista não precisa recorrer a expedientes artificiais para garantir uma identificação imediata com a maioria dos brasileiros. [...] **Não era o que ocorria, pelo menos até pouco tempo atrás, porque sua imagem desgredida, tão ao gosto dos intelectuais de esquerda, incomodava o eleitor mais pobre.** Esse via em Lula uma pessoa tão igual a ele que não parecia ser capaz de realizar saltos mais ambiciosos. O petista perdeu três eleições seguidas, uma para Collor e duas para Fernando Henrique, e **agora vem operando uma mudança radical de imagem. A conselho de seu marqueteiro, anda sempre com bons terno, tem visitado e recebido estadistas estrangeiros, discute economia com empresários** – tudo devidamente registrado pela mídia impressa e televisiva. **A mudança de estilo já começa a dar resultados nos grupos qualitativos.** (*Veja*, ed.1764, 14/08/02, p.85-86, grifos nossos).

Cabe destacar que a revista também enfatizou a mudança de Lula no plano econômico. A manchete “Por que Lula assusta o mercado” (ed.1752), capa de edição publicada em maio, estampa o contraponto das intenções de voto em Lula (linha vermelha) em comparação ao Risco Brasil (linha azul), numa fase em que os empresários disputavam sua agenda para conhecer as propostas para o setor econômico. Era um momento em que a campanha já ganhava contornos mais definidos, mas ainda iniciava o diálogo carregado de receios. A reportagem “Empresários na agenda de Lula” apresenta o registro fotográfico de Lula em palestra na Confederação Nacional das Indústrias, onde na legenda se diz que “O PT e os empresários mudaram” (referência à uma situação jamais imaginada – Lula, o ex metalúrgico, com baixa escolaridade, dando palestra para empresários e investidores do ramo econômico).



Figura 44: Lula em palestra para os investidores



(Fonte: Acervo *Veja*, capa ed.1752, 22/05/02, ilustração p.40-41)

Em contrapartida, em edição de final de agosto, a reportagem “Fazendeiros, Fiesp e Febraban” (ed.1766) já reconhece a eficácia do “desinibido cortejo de Lula às elites”, assim como destaca os “aplausos que arrancou de plateias antes hostis” (em referência aos banqueiros e pecuaristas). O texto ressalta a importância da equipe de marqueteiros para livrar a imagem do PT e do próprio Lula de movimento radical, sendo associado à imagem de “cordeiro” e “carneiro”. “[...] pode-se dizer que o barbudo Lula assusta cada vez menos. Não se sabe se o **neocarneiro** de agora se transformará em **lobo felpudo** caso tome posse na Presidência. Mas a **fase de carneiro** de Lula vai cada vez melhor” (Id.p.38, grifos nossos). Ou ainda: “**Mais elegante, barba aparada e cabelos grisalhos**, que lhe conferem a aura de uma **certa experiência**, Lula tem um discurso bastante diferente do de 1994” (Id.p.39, grifos nossos).

A imagem que ilustra as duas páginas da reportagem apresentam Lula sorridente, coerente com a “elegância” descrita no texto, registrado e legenda com “tom amistoso e negociador nas reuniões” (Figura 45). A reportagem “Cristãos-novos do capitalismo” (ed.1770) também segue essa linha de apresentar as mudanças de Lula e sua relação com públicos antes arredios à sua imagem. Nesse texto, a composição visual traz mais elementos que fortalecem essa “nova imagem” do personagem político: Lula é registrado segurando uma rosa amarela; ao fundo, a imagem das asas de um anjo tonifica sua imagem de candidato pacífico. O enunciado “cristãos”, no título, fortalece esse entendimento, assim como a legenda da fotografia descrita como “paz e amor”. “O Lula da campanha fez tudo para apagar o Lula da história recente. ‘O mundo e o Brasil mudaram. O PT e eu mudamos’, repete ele” (Id.p.43).

Figura 45: Imagem de “Lula paz e amor”



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1766, 28/08/02, p.38-39 e ed.1770, 25/09/02, p. 38-39)

Durante o mês eleitoral, a revista recomendou aos leitores como chave de leitura, a análise da história de cada candidato e a forma como cada um age e decide, além de considerar a força dos partidos e dos aliados políticos que compõem a chapa, como destaca o título “Em nome do futuro” (ed. 1772). Desse modo, *Veja* traz à tona a importância do traço de personalidade, da história de vida e da trajetória (jornada) política, itens que categorizamos nesta pesquisa e que articulam o passado às expectativas futuras em torno da imagem do candidato, conforme trecho abaixo:

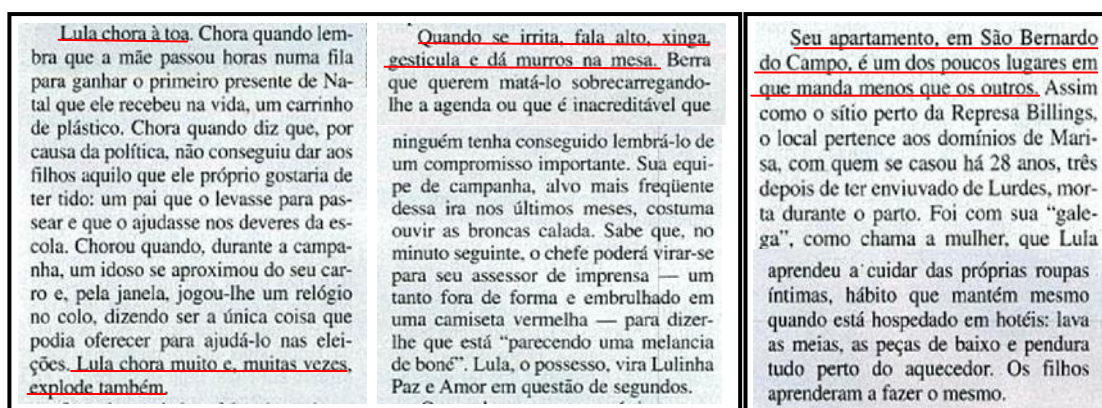
Não perca tempo, portanto, com os programas dos senhores presidenciais. O Brasil vai continuar enfrentando tempos duros. Não haverá milagres. Por isso mesmo, **o homem encarregado do leme do Palácio do Planalto terá de ter qualidades mais pronunciadas de liderança que as que se exigem de um presidente em épocas que favorecem o crescimento.** Examinem-se, por exemplo, a força dos partidos que os apoiam, quem são seus aliados, qual é a história contada pelo passado social e político de cada um deles. Também se deve levar em conta a forma de tomar decisões e agir, situação que o líder de uma nação enfrenta cotidianamente. [...] **O processo pelo qual um presidente toma decisões é tão essencial que pode moldar toda a sua passagem pelo poder – para o bem ou para o mal.** [...] Esses detalhes fazem toda a diferença no presente e, sobretudo, no futuro. (*Veja*, ed.1772, 09/10/02, p.55, grifos nossos).

O atributo preservado em Lula, apesar das mudanças implementadas para a campanha de 2002, é sua **capacidade de ouvir** (diferentemente de sua capacidade de se abrir ao diálogo com determinados segmentos da sociedade, que foi ampliada de acordo com as recomendações dos assessores de campanha). *Veja* alega que essa “disposição conciliatória” é um traço muito importante na personalidade de um presidente. Nessa mesma reportagem, a revista apresenta uma frase do próprio Lula, que repercutiu ao longo da campanha, e caracteriza esse atributo - “Sou o único candidato capaz de fazer o pacto social de que o Brasil precisa” (*Veja*, ed.1772, p. 61) - além do depoimento do jornalista Ricardo Kotscho, que

acompanhava Lula no fim dos anos 1970, período em que esteve à frente do Sindicato dos Metalúrgicos: “Enquanto os outros líderes sindicais chegam por trás do palanque para evitar a multidão, Lula passava pelo meio da peãozada, ia ouvindo o que eles queriam.” (Id. p. 59).

Em “Vinte anos na oposição” (ed.1775), publicada após a vitória no segundo turno, *Veja* aprofunda sua argumentação nas polaridades do comportamento de Lula (os momentos em que demonstra sensibilidade e derrama lágrimas, ou o momento em que experimenta acessos de fúria e irritação), assim como comenta sobre sua intimidade no convívio familiar, conforme os trechos destacados na figura abaixo.

**Figura 46: Lula e suas emoções**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1775, 30/10/02, p.40-41)

- *Traço de Época*: Esse item temático é perceptível apenas em *Veja*. Uma estratégia utilizada pela revista é debater um tema relacionado ao comportamento ou de cunho histórico como gancho para refletir sobre o momento eleitoral.

Com a manchete de capa “De onde vem o poder do presidente” (ed.1755), a revista traz uma reportagem especial que discute como as qualidades individuais do indivíduo que ocupará o cargo presidencial podem determinar mais o sucesso de um governo do que as circunstâncias políticas e econômicas. Sob a perspectiva histórica, a composição da capa apresenta o retrato de ex-presidentes brasileiros emoldurando a página, ao redor do porta retrato central, com fundo preto, preenchido pela manchete, simbolizando o espaço do próximo presidente (Figura 47). Essa composição visual da capa convida o leitor a experimentar a relação de temporalidade passado-presente-futuro, como forma de verificar nas experiências pretéritas as qualidades dos gestores e de suas gestões (rememorar o passado) e, em seguida, buscar semelhanças ou estabelecer comparações com os candidatos daquele momento (analisar o presente), vislumbrando as expectativas futuras, a partir da

forma como se comportam. Na reportagem “O poder da faixa”, a reflexão inicia centrada no presente (demarcado pela imagem dos candidatos à época) e a moldura do retrato remete ao passado. Ao redor da fotografia dos presidentiáveis, (Lula, Serra, Garotinho e Ciro) há pontilhados que sugerem o ato de recortar para colar no espaço vazio da fotografia central.

Figura 47: A história e o próximo presidente em 2002



(Fonte: Acervo *Veja*, capa ed.1755, 12/06/02)

A reportagem também traz passagens históricas de acontecimentos durante a gestão de ex-presidentes. Visualmente, segue a mesma perspectiva, porém elenca itens que enfatizam a leitura: definição da presidência, avaliação em seu tempo, avaliação pela história, como lidou com a oposição e legitimação no poder. Os presidentes destacados visualmente, sem seguir uma ordem cronológica de gestão, são: Juscelino Kubitschek, Getúlio Vargas, Fernando Collor, Washington Luís, João Figueiredo, João Goulart e José Sarney. A argumentação do texto, no entanto, não faz referência direta aos presidentiáveis de 2002, deixando a reflexão aberta ao leitor.

A pergunta que se coloca é esta: **em que medida a personalidade e a formação individual do candidato eleito interferirão em suas ações quando ele chegar ao poder?** [...] Quando se examina a galeria de presidentes brasileiros, fica claro o papel desempenhado pelo temperamento de cada um e a contrapartida, o freio, representado pelas instituições em que eles atuaram. [...] Fernando Collor mandava rezar missa antes das sessões de cinema no Alvorada. Castelo Branco trazia os sapatos sempre tão lustrosos que eles refletiam a luz ambiente. Juscelino Kubitschek cancelava reuniões para visitar a amante no Rio de Janeiro. Delfim Moreira espionava os visitantes e os funcionários do palácio pelas frestas das portas. (*Veja*, ed.1755, 12/06/02, p.108-110, grifos nossos).

Com a aproximação do primeiro turno, *Veja* “assume” a possibilidade da vitória de Lula nas eleições de 2002, na reportagem “A rota de Lula para o poder” (ed.1772). O texto

destaca que, caso seja eleito, será um dos presidentes mais acessíveis da história do país, fato que pode ser avaliado como positivo ou negativo. Para sustentar sua argumentação, a revista compara Lula aos ex-presidentes brasileiros, como João Figueiredo (“foi excessivamente influenciado pela família, pelo círculo íntimo, pelos amigos da caserna que levou para o governo”), João Goulart (“aceitava palpites discordantes que paralisavam seu processo decisório”) e Juscelino Kubitschek (“se não fosse um conservador nato, teria deixado um legado menos rico à história”).

Na cobertura da posse, *Veja* apresenta uma provocação ao leitor: quais “as chances de Lula, caso tivesse sido eleito com o discurso radical do passado”? (Figura 48). A ilustração da reportagem “E se ele ainda fosse assim?” (ed.1784) destaca historicamente um momento de sua trajetória política, caracterizado pela militância partidária e pela luta sindical. A figura do Lula, apresentada a partir desse passado “sindical”, “militante”, “revolucionário” faz apelo a um imaginário de América Latina dessas experiências à esquerda ou de luta contra ditaduras (como Salvador Allende, no Chile, e Alan García, no Peru). Essa é a “época” que as matérias evocam sempre – o que passou ou deve ficar para trás.

Figura 48: O passado “radical” de Lula



(Fonte: Acervo *Veja*, capa ed.1784, 08/01/03, p.36-37).

- *Marco histórico*: A cobertura da campanha de Lula, em 2002, pontuou de forma veemente a singularidade de sua vitória em poucos momentos específicos. Essa característica foi verificada nas duas revistas.

As reportagens de *Veja* não assumiam de forma explícita a possibilidade da vitória de Lula e a simbologia dessa conquista. Em “O poder da faixa” (ed.1755), é possível identificar “marcas” textuais que sugerem a possibilidade de um resultado que seja considerado um marco histórico ou inaugural na história da política brasileira. Na ilustração que retrata a galeria dos presidentes, ao longo de 113 anos de República, verificamos a expressão “foi o

primeiro”, onde são destacados os feitos inaugurais de cada presidente. O texto não diz de forma objetiva o marco que os presidentes de 2002 representariam. Mas, pela forma como é conduzido, aquele que mais se aproxima dessa possibilidade é Lula (o primeiro presidente oriundo das classes populares, o primeiro de um partido de esquerda, etc.).

Figura 49: Galeria de presidentes e os marcos históricos



(Fonte: Acervo *Veja*, capa ed.1771, 02/10/02)

Apenas no mês de outubro, às vésperas da realização do primeiro turno das eleições, *Veja* explicita a possibilidade da vitória de Lula e a simbologia em torno do marco histórico. Essa postura assumida é justificada por sua liderança nas pesquisas de opinião publicadas naquele período. “Nunca, porém, essa revoadada favoreceu no plano nacional, um candidato à esquerda – até porque **um candidato oriundo da esquerda nunca chegou tão perto do Palácio do Planalto**, como Luís Inácio Lula da Silva, do PT” (ed. 1771, p.48, grifos nossos).

Após o resultado do primeiro turno e baseada nas pesquisas de intenções de voto, *Veja* reforça a expectativa em relação à vitória de Lula no segundo turno. Na reportagem

“Transição na crise” (ed.1774), esse indicativo de que “os eleitores podem levar Lula ao posto de Presidente da República” é acionado nos primeiros parágrafos do texto, com simbologia reforçada pela ilustração - uma foto de Lula fazendo um “L” com os dedos indicadores e polegar, em contraste com a bandeira do Brasil ao fundo. Além de tratar mais especificamente sobre a crise econômica que o país atravessava naquele momento e as dificuldades que o presidente eleito enfrentaria durante a transição, o texto demarca a singularidade da possível vitória a partir de fragmentos biográficos, como sua formação profissional (torneiro mecânico), nível de escolaridade e origem, conforme grifado do trecho abaixo:

**A escolha se vier mesmo a se efetivar, terá marcado seu lugar na história política brasileira.** A quarta maior democracia do mundo terá escolhido para dirigir seu destino um **ex-torneiro mecânico de 57 anos** cuja carreira política foi impulsionada pela crítica impiedosa às elites e pela vigilância contra a corrupção. [...] Tudo correndo conforme esse roteiro, com base por enquanto nas probabilidades estatísticas, **seria a primeira vez na história republicana que um homem do povo, com pouca instrução formal, chega à Presidência.** (Veja, ed.1774, 23/10/02, p. 35).

A rotulação do marco histórico é dada, finalmente, após a vitória no segundo turno, na edição 1775 (30/10/02). A capa é emblemática. Ela já configura em si um marco histórico, uma vez que apresenta Lula (sorrindo) como manchete principal de uma revista que editorialmente sempre esteve vinculada às linhas políticas e ideológicas opostas ao petista (Figura 50). A revista rende-se ao acontecimento histórico e muda a maneira como costumava enquadrar Lula: se antes era apresentado com face ríspida, associações ao PT e feição ranzinza, neste momento de debate sobre sua vitória, Lula agora aparece sorridente, olhando para frente (situado no tempo presente) e segurando a bandeira do Brasil, representando um “triumfo histórico”, como é dito na manchete.

Figura 50: O simbolismo textual verbo visual da vitória



(Fonte: Acervo Veja, ed.1775, 30/10/02, p.34-35)

Pela composição de significados que produz, podemos observar duas questões: a primeira é o marco em si – “o primeiro presidente de origem popular” (a expressão pode ser entendida como um eufemismo para suavizar sua origem pobre, sua baixa escolaridade ou sua trajetória de imersão no movimento sindical, conotando a ideia de “homem do povo”); a segunda é a associação de Lula às cores da bandeira do Brasil, que também são as cores do partido tucano (PSDB), azul e amarelo, retirando as associações imediatas às cores do Partido dos Trabalhadores (vermelho e branco), promovendo um “esvaziamento dos sentidos” em torno da simbologia partidária.

Na reportagem principal, por sua vez, a composição visual denota de forma oposta as duas situações que foram suavizadas na capa. O título “Lula muda a história” reforça o marco histórico em torno de sua vitória. A tipografia é marcada pela cor branca em contraste com o fundo vermelho, emoldurando o texto e a fotografia envelhecida. As cores remetem à identidade partidária. A ilustração mostra Lula e a irmã Maria aos três anos de idade. Segundo *Veja*, a fotografia “foi tirada por um profissional itinerante, figura corriqueira no interior pobre de Pernambuco durante a infância do presidente eleito” (Id. p. 35). Em legenda, na margem esquerda da página, destaca-se a simbologia do registro – “sandálias emprestadas pelo fotógrafo” – reforçando sua origem humilde.

O texto tem como foco a argumentação em torno do significado da sua vitória seja em âmbito pessoal, dando ênfase em seus ideais, em sua trajetória pessoal e a determinação de suas tentativas para a chegada ao cargo presidencial, além da ênfase em torno da simbologia política para o Brasil, conforme grifos abaixo:

**[...] Lula desafiou a história para chegar ao posto máximo da atividade política. Sua vitória representa o triunfo de uma ideia, de uma férrea vontade pessoal, mas é também o certificado de qualidade da democracia brasileira.** Da mesma forma que os prognósticos sobre seu futuro governo variam de acordo com as simpatias ou antipatias ideológicas, **a ascensão de Lula pode ser lida de diversas maneiras. Mas sua simbologia é inegável.** Lula presidente é uma demonstração para o mundo de que a democracia no Brasil, e por reflexo na América Latina, não é exercida apenas para salvar as aparências das elites que se revezam no poder. **Ligado historicamente às esquerdas, Lula elegeu-se com uma agenda política moderada e com a aceitação das regras civilizadas de gerência das contas públicas. Estudou até a 5ª série. Projetou-se como líder sindical e político radical.** Sua posse, em janeiro próximo, estará carregada de significados, todos favoráveis ao país. O Brasil afirma-se como uma nação de extraordinária mobilidade social, com a **chegada de um homem do povo à Presidência.** (*Veja*, ed.1775, 30/10/02, p.34-35).

Após a longa trajetória até a vitória nas eleições presidenciais, o momento da posse consiste na coroação. Considerando a peculiaridade biográfica de Lula, a revista constrói um discurso carregado de simbolismos para tratar desse momento específico de desfecho



eleitoral. Seja na capa como na primeira página da reportagem especial, Lula é registrado em desfile de carro aberto (correspondendo ao pódio), acenando à multidão. Em seguida, o recorte de um trecho do discurso proferido no dia da solenidade, privilegia sua peculiaridade biográfica (“vida de retirante nordestino, menino que vendia amendoim e laranja no cais de Santos, que se tornou torneiro mecânico e líder sindical”) e rotula a posse como um dia histórico. O texto da reportagem destaca os ineditismos que ele inaugura: sua votação (com 62% dos votos úteis), vasto apoio para governar (tornando-o um “fenômeno eleitoral e de massa”), além de sua própria biografia: “a chegada ao poder do ex-operário”.

Figura 51: A posse e a coroação



(Fonte: Acervo *Veja*, capa, ed.1771, 02/10/02, p.22-23)

A revista *Time* foi mais discreta no registro da singularidade do momento no Brasil. Em reportagem publicada no final de dezembro, ela destacou alguns movimentos políticos que marcaram o ano na América Latina, como protestos na Argentina e Venezuela. Em relação ao Brasil, a revista norte-americana pontuou a vitória de Lula como o principal acontecimento em âmbito político, considerando a importância econômica do país no cenário internacional, conforme o trecho de “*Brazil’s new hope*” (22/12/2002): “Mas o mais profundo golpe contra a política tradicional veio no Brasil em 27 de outubro, quando os eleitores escolheram o ex-metalúrgico Luiz Inácio Lula da Silva, 57 anos, para dirigir o quinto maior país do mundo e décima maior economia<sup>70</sup>”.

<sup>70</sup> Texto original: “But the most profound blow against politics-as-usual came in Brazil on Oct.27, when voters chose former metal worker Luiz Inacio Lula da Silva, 57, to steer the world’s fifth largest country and tenth largest economy.” (*Time*, *Brazil’s new hope*, 22/12/2002).

A cobertura sobre a vitória de Lula está voltada para a interpretação do impacto econômico que o resultado poderia causar no mercado internacional: *Time* avalia que sua vitória foi concretizada por meio da rejeição ao mantra do livre mercado e a aposta na redução da pobreza no Brasil. Essa última é recortada como promessa do discurso de posse de Lula, acionado pela revista: “Se no final do meu mandato, cada brasileiro comer três vezes ao dia, eu terei completado minha missão<sup>71</sup>” (*Time*, 22/12/2002). Por outro lado, destaca-se em nota na sessão “*Milestones*” a excepcionalidade da posse de Lula, como o primeiro presidente de esquerda no Brasil em 40 anos. “Um ex-operário e líder sindical, ‘Lula’ chegou ao poder em outubro com 61% dos votos. Ele se comprometeu a reduzir a corrupção, melhorar a educação e reduzir a miséria econômica<sup>72</sup>” (*Time, Milestones – Inaugurated*, 06/01/2003).

- *Jornada*: O acionamento da jornada em Lula está relacionado ao acionamento de sua trajetória política, desde a década de 1970. As duas revistas enfatizam momentos que marcaram a vida pública de Lula, seja à frente do movimento sindical, como nas disputas presidenciais desde 1989.

Em *Veja*, o nome de Lula na campanha de 2002 é recorrente, em virtude de suas três tentativas anteriores ao cargo presidencial. No início da fase das prévias partidárias para formação de alianças, em fevereiro, ele fora indicado nas reportagens da revista como favorito na disputa, embora os nomes de Roseana Sarney, Anthony Garotinho e José Serra estivessem em maior evidência: “Na da semana passada, ela aparece consolidada em segundo lugar, com 22,7%, atrás apenas do **líder de sempre**, Luís Inácio Lula da Silva, do PT, com 26,1%.” (*Veja*, ed.1737, p.40, grifos nossos). A reportagem “Essa, Lula ganhou” (ed.1744) mostra a trajetória do candidato petista nas três eleições que disputou o cargo presidencial, comparando os indicativos das pesquisas de opinião e a contradição dos resultados após a votação. A ilustração utilizada também reitera essa trajetória de tentativas e derrotas através dos quadros “A trajetória de Lula” e “O sobe-e-desce de Lula”, ilustrado abaixo:

---

<sup>71</sup> Texto original: “If at the end of my mandate, every Brazilian can eat three times a day, I will have fulfilled my life’s mission”, Lula declared in his victory speech. (*Time, Brazil’s new hope*, 22/12/2002).

<sup>72</sup> Texto original: “A former factory worker and fiery trade-union leader, “Lula” swept to power in October with 61% of the vote. He has pledged to reduce corruption, improve education and reduce economic misery.” (*Time, Milestones – Inaugurated*, 06/01/2003).

Figura 52: Trajetória de Lula nas disputas presidenciais



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1744, 27/03/02, ilustração, p.49 e ed.1748, 24/04/02, p.49)

Em “A rota de Lula para o poder” (ed.1772), reportagem publicada no mês da disputa pelo primeiro turno, o título sugere a reflexão sobre o caminho ou a trajetória percorrida por Lula até o momento da disputa pela Presidência. Um aspecto interessante na ilustração dessa rota/trajetória (Figura 53) é que a imagem apresenta Lula desembarcando de um jatinho, personificando um indivíduo moderno, repaginado, bem vestido e que rompe com o imaginário do antigo Lula, o nordestino que saiu de sua terra natal em um pau de arara com a família, quando ainda era criança (a mudança em sua imagem faz parte dessa trajetória, sobretudo da campanha de 2002).

Figura 53: Rota para o poder



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1772, 09/10/02, p.56-57)

Com a vitória confirmada no segundo turno, *Veja* apresenta em “Vinte anos na oposição” (ed.1775) um texto que, desde o título, sugere a relação temporal passado-presente imbricada na trajetória de Lula dedicada, sobretudo, a um ideal político e partidário. O uso de expressões como “triunfo da persistência”, “vitória do improvável”, “trabalho político obcecado e disciplinado de duas décadas”, reforçam o tempo percorrido. A composição visual (Figura 54), no entanto, apresenta a fotografia de Lula olhando para o centro da página (como se mirasse o leitor), gesticulando com as mãos o “2”, que remete à casa decimal dos vinte anos (ou o “V” de vitória, como também pode ser interpretado), contrastando em fundo azul e tipografia branca (há silenciamento da cor partidária – o vermelho – embora a reportagem trate de sua militância). Ao lado da fotografia, o texto da reportagem enfatiza a forma como sua vitória transforma também os moldes da política tradicional, como o trecho abaixo sugere:

**O imigrante nordestino que desembarcou em São Paulo montado num pau-de-arara chega ao Planalto** ostentando não só o mérito de ter vencido a lógica que condenou tantos como ele à exclusão como o de ter virado de cabeça para baixo o script da trajetória política convencional. Lula não conquistou o mais alto posto da hierarquia do país alavancado por triunfos eleitorais. Jamais foi vereador e nunca administrou uma cidade. Também não se elegeu governador do Estado nem foi ministro de nada. Construiu sua vitória à base de derrotas. E, por meio delas, forjou o que é hoje. (*Veja*, ed.1775, 30/10/02, p. 37, grifos nossos).

Importante destacar que, somente nesta reportagem, *Veja* sinaliza que a trajetória de Lula pode ser pensada também a partir do processo de transformação do líder sindical em líder político (até então pouco explorada no ano eleitoral). Ao analisar a reportagem, percebe-se que a primeira pessoa que exerce influência nessa trajetória é a própria mãe de Lula. Ele queria ser caminhoneiro, mas dona Lindu havia decidido que, ao menos o filho mais novo, teria um diploma do Senai (em referência à sua formação no curso técnico de torneiro mecânico). Na época em que era operário e exercia a profissão de torneiro mecânico, seu irmão, conhecido como “Frei Chico”, soldador e militante do Partido Comunista, foi outro agente importante para os rumos de sua trajetória, pois ele convidou Lula para participar do movimento sindical (conforme trecho destacado na figura abaixo). Depois, o “ex-líder metalúrgico”, então líder político, experimenta três tentativas frustradas à presidência da República, mas só vence na quarta disputa, com vitória atribuída, principalmente às mudanças implementadas em seu discurso e imagem política.

Figura 54: Trajetória de oposição



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1775, 30/10/02, p.37-38; p.41-42)

A revista *Time*, por sua vez, já em 1989, destacava o simbolismo da disputa presidencial no Brasil caracterizado como a “primeira eleição presidencial em 29 anos”, conquistada quase seis anos depois das “Diretas Já”, movimento que marca a retomada democrática no país. Nessa conjuntura em que os brasileiros voltavam a escolher o presidente da República por meio do voto direto, a revista enfatizou os nomes de Lula e Leonel Brizola, como dois candidatos que dividiam os votos de esquerda (“*two candidates who split the leftist vote*”). Essa é uma das primeiras vezes em que Lula foi citado na revista<sup>73</sup>, sendo descrito como o candidato “radical socialista”, que deixou a escola “antes da oitava série, tornou-se torneiro mecânico e ingressou na militância sindical<sup>74</sup>”. Importante destacar que, em 1989, o mundo assistiu a queda do Muro de Berlim que separava as Alemanhas e, na política, os conservadores assombravam a população com o fantasma do comunismo.

No Brasil, a presença de dois candidatos de esquerda acenava como uma ameaça ao conservadorismo: de um lado, Lula representava o líder sindical combativo e, de outro,

<sup>73</sup> Considerando a pesquisa realizada no buscador do acervo digital – *The Vault* – que inclui o conteúdo publicado na revista impressa e no site *Time.com*, não foi localizado nenhum conteúdo anterior que tratasse de Lula.

<sup>74</sup> Trecho do texto original – “*Brazil outsiders are in*” (27/11/1989): “The wealthy Collor, 40, gained national attention by attacking his state’s bureaucratic “maharajas”. The radical socialist Lula, 44, left school after the eighth grade, became a lathe operator and entered union politics. The old-style populist Brizola, 67, was once governor of Rio da Janeiro state”.

Brizola personificava o “velho estilo populista”. Na disputa pela centro-direita (como define *Time*), Fernando Collor de Mello, com sua promessa de caça aos marajás.

Em outubro de 2002, às vésperas do primeiro turno das eleições presidenciais, na quarta disputa de Lula, a revista *Time* rememora os resultados das disputas de 1989, 1994 e 1998, destacando que na primeira tentativa, Lula escolheu um péssimo momento para lançar uma candidatura. Em referência à primeira disputa, a revista descreve:

[...] ele ainda era um radical, populista de esquerda que defendia o não pagamento da dívida externa, mesmo o Brasil – e o resto da América Latina, estarem embarcando em uma década de reformas de livre-mercado e austeridade fiscal. Lula terminou em segundo em 1989, assim como em 1994 e 1998<sup>75</sup>. (*Time*, 04/10/02).

### 5.3. Análise no nível do olhar

Neste nível, verificamos os atos de intencionalidade e posicionamento editorial, caracterizados no texto jornalístico. A análise das reportagens publicadas no ano da primeira disputa presidencial de Barack Obama permitiu verificar as seguintes características nos textos de *Veja* e *Time*:

- *Abordagem jornalística que fornece um olhar sobre “si” e sobre o “outro”*:

Uma das estratégias argumentativas de *Veja* para tornar clara a simbologia da vitória de Lula para o leitor é abordá-lo em comparação com outros personagens políticos, principalmente ex-presidentes brasileiros. Acionar a memória coletiva de uma gestão presidencial datada historicamente, por exemplo, é uma das formas utilizadas para explicar o olhar sobre “si” (a revista brasileira analisando o contexto no qual está inserida). Essa estratégia põe em comparação conjunturas e contextos sociais, políticos e econômicos divergentes, assim como biografias e personalidades distintas, utilizando marcas de semelhança como estratégia crítica para julgar a conduta e as propostas de Lula. Entre os personagens políticos mais acionados estão Getúlio Vargas, João Goulart e Juscelino Kubitschek, conforme pontuamos nos itens “traço de época” e “marco histórico”, no nível da visualidade.

---

<sup>75</sup> Texto original: “[...] he was still a radical, left-wing populist yammering for Brazil to default on its foreign debt even as Brazil – and the rest of Latin America – were embarking on a decade of free-market reforms and fiscal austerity. Lula still finished second in 1989, as he would in 1994 and ’98.” (*Time*, *A Brazilian Blair*, 04/10/02).

Mas, *Veja* também aciona o “outro” para olhar para “si”, especialmente ao comparar traços de personalidade de Lula com os traços de personagens políticos de outros países. O refinamento do visual e do comportamento de Lula, assim como a forma como conduziu a campanha eleitoral, foram itens de comparação com os ex-presidentes norte-americanos. Bill Clinton é o mais acionado, principalmente para destacar que ele é um exemplo de presidente intermediador (entre os líderes israelenses e palestinos) e pelo fato de ter utilizado pesquisas qualitativas com operários (a equipe de campanha de Lula utiliza pesquisas qualitativas para verificar o perfil do eleitor). Além dele, são citados de forma comparativa, Franklin Roosevelt (destacado como personalista carismático) e Harry Truman (que não tinha curso superior, era leitor de biografias e repetia conceitos sem entender muito bem).

Além desses nomes, em uma reportagem mais específica – “A grande obra do Lula da Espanha” (ed.1782), *Veja* compara a trajetória de vida de Lula com o socialista Felipe González, que governou a Espanha entre 1982 e 1996. A revista destaca o otimismo político em relação ao espanhol e, ao mesmo tempo, a incerteza econômica gerada pelo mercado desconfiado com a chegada de um esquerdista ao poder. A edição que traz essa reportagem foi publicada no final de dezembro, às vésperas da cerimônia de posse de Lula. E, apesar do hiato temporal entre o último ano de governo de González e a data da posse de Lula, o exemplo reforça o cenário de expectativas que era vivenciado no Brasil no final de 2002.

*Time* também utiliza esse recurso de comparação com outros personagens políticos. Em pelo menos duas ocasiões, a revista compara Lula a Tony Blair, primeiro ministro britânico (1997 – 2007), único líder do Partido Trabalhista que ganhou três eleições consecutivas, um marco ao longo dos 100 anos de história do partido. Importante destacar que, enquanto esteve à frente do cargo, o governo de Blair implementou melhorias no serviço público britânico, principalmente saúde e educação, por meio de um programa de investimento e de reformas.

A revista norte-americana, portanto, estabelece a comparação em termos de propostas para o governo, considerando a bandeira da filiação partidária dos dois: os trabalhadores. “[...] o antigo líder agitador do Partido dos Trabalhadores (PT), no Brasil, de várias formas se transformou no Blair do Brasil, conduzindo seu partido e suas propostas para o centro como Tony Blair fez satisfatoriamente com o Partido Trabalhista Britânico<sup>76</sup>.” (*Time*,

---

<sup>76</sup> Texto original: “[...] the erstwhile firebrand leader of Brazil’s Workers Party (PT) has in some ways repackaged himself as a Blair of Brazil, moving his party and its policies toward the center as Tony Blair has done so successfully for Britain’s Labor Party.” (*Time*, *A Brazilian Blair*, 04/10/2002)

*A Brazilian Blair?*, 04/10/2002). O uso da expressão “*Brazilian Blair*” também foi registrado na reportagem “*The war on poverty*” (03/03/2003).

*Time* também utiliza Lula e o universo eleitoral em 2002 como elemento comparativo com a tensão vivenciada no contexto político da Venezuela em outubro do mesmo ano. À época, os opositores do governo chavista deram a ele um ultimato, intimando um referendo ou ameaçando uma greve geral dos trabalhadores. O texto destaca a semelhança entre as “massas pobres” (*impoverished masses*) que apoiavam Chávez e os brasileiros pobres exacerbados (*Brazil’s exasperated poor*):

As massas pobres que marcharam por ele, e tinham pouca ou nenhuma voz na Venezuela antes de Chávez, são a chave para sua resiliência, assim como os brasileiros pobres exacerbados, fartos das promessas não cumpridas de uma década das reformas capitalistas na América Latina, estão propensos a votar no candidato do Partido dos Trabalhadores Luís Inácio Lula da Silva à presidência na próxima semana<sup>77</sup>. (*Time*, 12/10/2002).

- *Uso de figuras de linguagem como estratégias discursivas para tratar de aspectos específicos:*

A revista *Veja* utiliza figuras de linguagem, como a ironia e metáforas, para tratar das metas do programa de governo de Lula relativas à expansão de empregos e melhoria das condições dos trabalhadores. Entre as metas defendidas, ele assegurava o crescimento do PIB em média 5% ao ano, além da promessa de dobrar o salário mínimo em quatro anos, reduzir a jornada de trabalho para 40 horas semanal e gerar 10 milhões de posto de trabalho. À época, a revista ironizou a proposta, comparando-a com a história infantil “Alice no país das maravilhas”. A crítica sobre as propostas também se estende aos demais candidatos (Garotinho, Serra e Ciro) e foi aplicada na dimensão textual verbal e visual, conforme trecho abaixo e a ilustração a seguir:

**É um plano perfeitamente realizável – no País das maravilhas de Alice, a personagem de Lewis Carroll. Há de se reconhecer que Lula não é o único presidenciável que frequenta esse território de fantasia.** À medida que as eleições se aproximam e a concorrência se acirra, Anthony Garotinho, Ciro Gomes e até José Serra, habitualmente um apóstolo do princípio de realidade, vão ganhando feições parecidas com as dos amigos de Alice: o Chapeleiro Maluco, o Gato Risonho e o Coelho Branco. [...] A verdade de que todos fogem é que, se um sujeito comum administrasse seu orçamento doméstico como os candidatos pretendem gerir os cofres públicos, mereceria ter a cabeça decepada pela Rainha de Copas, a malvada abitolada do País das Maravilhas. [...] Os postulantes à Presidência da República, no entanto, querem entrar na História por obra de ficção. **Lulalice**

---

<sup>77</sup> Texto original: “The impoverished masses who march for him, and who had little if no voice in pre-Chavez Venezuela, are the key to his resilience, just as Brazil’s exasperated poor, fed up with the unfulfilled promises of a decade of capitalism reforms in Latin America, are likely to vote Workers Party candidate Luiz Inacio Lula da Silva into the presidency next week.” (*Time*, *Hugo’s crude common ground with America*, 12/10/2002).



promete mundos e fundos, mas não diz quem pagará a conta do banquete. [...] Além disso, seus planos de crescimento requerem um cenário internacional tão cor-de-rosa quanto a pantera do desenho animado. O capitalismo de Lulalice, enfim, não dá nem para brincar de Banco Imobiliário. (Veja, ed.1762, 31/07/02, p. 30-31).

Figura 55: Recurso de linguagem na composição da ilustração



(Fonte: Acervo Veja, ed.1762, 31/07/02, p. 30-31)

Ainda no uso da ironia, *Veja* destaca as diversas tentativas de Lula em relação a cargo de Presidente da República. A reportagem “Essa, Lula ganhou” apresenta tom irônico sobre sua vitória na convenção partidária, mesmo sendo candidato natural do partido (como a própria revista pontuou). “Na semana passada, **Luís Inácio Lula da Silva finalmente obteve uma vitória**. Foi contra o senador paulista Eduardo Suplicy, nas prévias organizadas pelo Partido dos Trabalhadores para escolher seu candidato à Presidência”. (*Veja*, ed. nº1744, p.48). No mesmo texto, há referências à Lula como o “eterno presidenciável” sobre a expectativa de renovação do nome do PT e as frustrações dos militantes que gritaram por “três vezes” “Lula presidente” e voltaram para casa derrotados em todas elas.

Em *Time*, também se destaca o uso de recursos de linguagem como as metáforas para falar de Lula no nível do olhar. Além da comparação com personagens conhecidos (políticos, músicos, etc.), é perceptível a associação constante com personagens do imaginário coletivo, como ocorre nos seguintes recortes de reportagens distintas publicadas no mesmo dia no site *Time.com*: “Lula seria sempre a **dama de honra do Brasil** da década de 1990

(04/10/2002)<sup>78</sup>”; **Tradicionalmente o candidato cinderela das eleições brasileiras**, desta vez o socialista Luís Inácio Lula da Silva é o favorito para vencer a disputa (04/10/2002)<sup>79</sup>”.

- *Associação do perfil dos eleitores ao perfil biográfico do candidato:*

Apenas a revista *Veja* explora esse gesto textual como um traço de intencionalidade editorial. Ela apresenta com frequência dados sobre o perfil do eleitor brasileiro. A partir dessas informações é possível verificar algumas características do perfil dos principais candidatos, principalmente Lula e seus atributos biográficos (embora às vezes não esteja dito de forma explícita).

Um ponto que deve ser esclarecido: a leitura das reportagens permite perceber que o perfil dos eleitores de Lula, em 2002, não estava associado aos segmentos de baixa renda, baixa escolaridade, como poderia ser suposto. Ao contrário, boa parte do eleitor que era presumido foi conquistada em virtude da mudança de imagem do personagem político (conforme tratamos em traço de personalidade e como será tratada sua “desnaturalização” no nível da imagem).

Segundo a reportagem “Duelo de estilos” (ed.1737), publicada no início de fevereiro, momento de especulação das candidaturas, naquele momento Lula era o candidato mais homogêneo em relação às regiões do Brasil. Seu destaque é para a região nordeste, como local com melhor desempenho. Além disso, seu eleitorado estava concentrado na faixa de renda de 10 a 20 salários mínimos<sup>80</sup> e os demais candidatos acima dessa faixa salarial, segundo pesquisa do Instituto Sensus. Na semana seguinte, a reportagem “Tolice geográfica” (ed. 1738) acrescenta mais uma informação em relação ao perfil do eleitor de Lula – as cidades e o número de habitantes que configuram o reduto do seu eleitorado – com destaque para o melhor desempenho em cidades com até 30 000 habitantes (cidades pequenas), ao passo que ele tem pior índice entre as capitais e regiões metropolitanas.

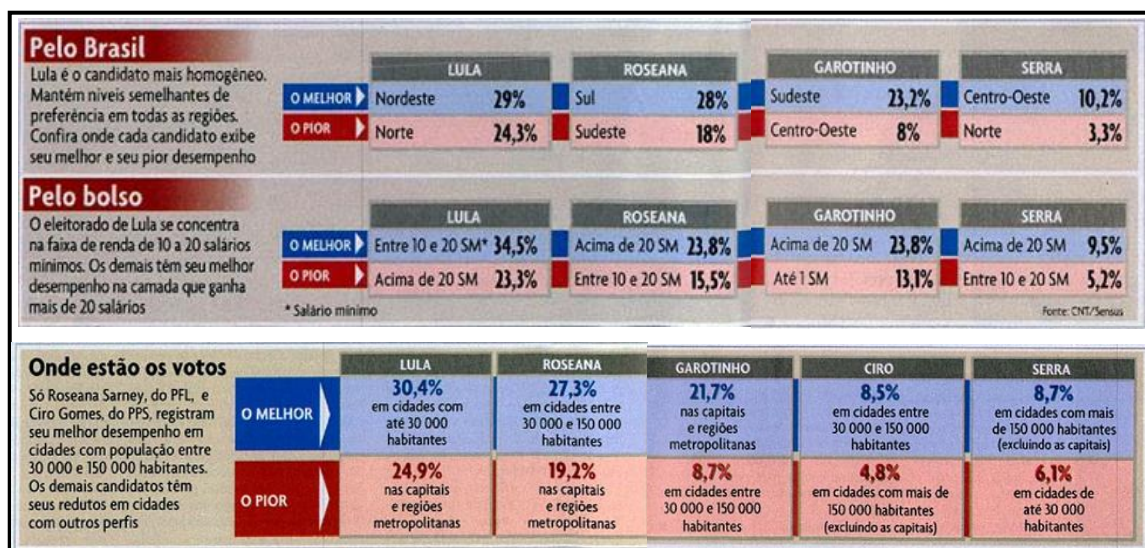
---

<sup>78</sup> Texto original: “Lula would always be the Brazilian Bridesmaid of the ‘90s.” (*Time, A Brazilian Blair*, 04/10/2002).

<sup>79</sup> Texto original: “Traditionally the Cinderella candidate in Brazilian elections, this time the socialist leader Luiz Inacio Lula da Silva is the favorite to win (*Time, A socialist plan to save Brazilian capitalism*, 04/10/2002)”.

<sup>80</sup> Em 2002, o teto do salário mínimo no Brasil correspondia ao valor de R\$200, conforme informações do Ministério da Previdência Social, previsto na Lei 10.525/2002 (MP 35 de 27/03/2002). Disponível em: <http://www.previdencia.gov.br/servicos-ao-cidadao/informacoes-gerais/historico-valor-salario-minimo-teto-contribuicao/>

Figura 56: Perfil do eleitor de Lula, por região, cidade e faixa salarial

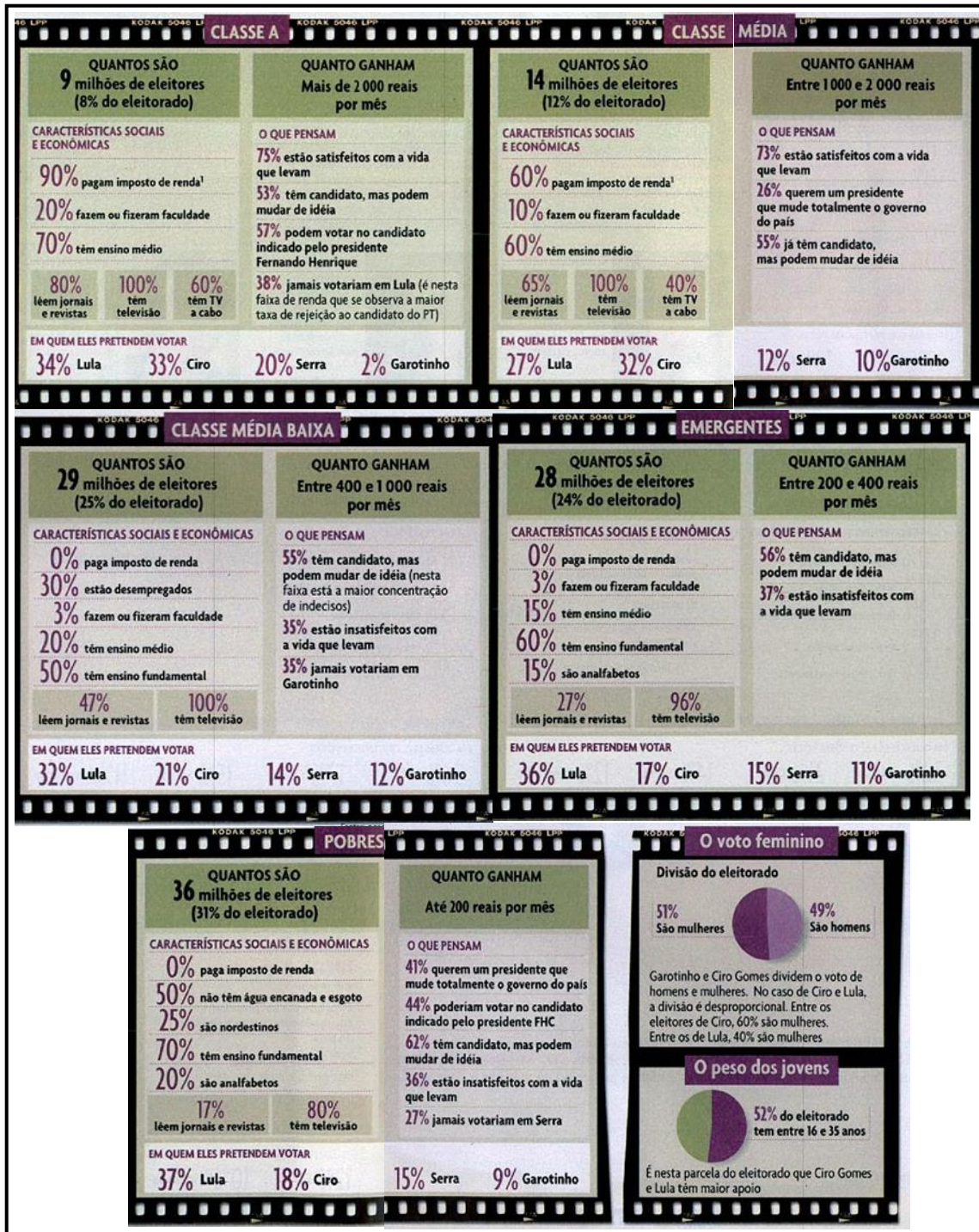


(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 1737, 06/02/02, ilustração, p.40-41; ed. 1738, 13/02/02, ilustração, p.42-43).

Cabe ressaltar que essas duas reportagens tratam das especulações em torno da formação das alianças e chapas partidárias para presidente e vice. O texto da segunda reportagem sugere a existência de uma regra implícita sobre o “equilíbrio regional” na formação das chapas, ou seja, o candidato a presidente deve ser de região diferente do vice. Naquela época, Lula fazia “acenos” ao senador mineiro José Alencar. “O eleitor brasileiro tem o hábito de só levar em conta a procedência geográfica quando se trata do próprio cabeça da chapa. [...] a questão regional pesa como chumbo para o cabeça de chapa – e pesa como pluma para o candidato vice” (Veja, ed.1738, p.44).

A reportagem “O retrato do eleitor” (ed.1762) apresenta o perfil dos eleitores e sugere um direcionamento aos candidatos. No subtítulo, não há menção à Lula, mas há marcas de significado que sugerem a referência a ele: “Perfil exclusivo dos votantes mostra que a eleição de outubro será decidida por **quem ganha pouco, não paga imposto e vê muita televisão.**” O trecho grifado faz referência a um grupo social que possui determinada renda econômica que se identifica em termos de origem com Lula (características sociais e econômicas). Essas associações ficam mais explícitas com a ilustração da reportagem que indica entre a classe A, classe média, classe média baixa, emergentes e pobres, além da segmentação por gênero e por idade.

Figura 57: Segmentação e perfil dos eleitores



(Fonte: Acervo *Veja*, ed. 1762, 31/07/02, ilustração, p.38-41)

A questão específica da conquista do voto feminino foi enfatizada na reportagem “Uma saia justa nos candidatos” (ed.1768), principalmente em relação à Lula e a “enorme rejeição entre as mulheres”. Segundo pesquisa do Ibope, publicada na revista, à época, Lula possuía 43% dos votos dos homens e contava com o apoio de 28% das mulheres. Ao longo da campanha de 2002, Lula conseguiu reduzir os índices de rejeição em vários segmentos da

população, seja em grau de escolaridade, seja em nível de renda. Porém, apesar da mudança promovida na imagem, as pesquisas qualitativas abordadas no texto indicam que as mulheres rejeitam a imagem de Lula e se referem a ele como “truculento, rude e primitivo”, além da falta de experiência administrativa.

[...] as entrevistadas revelaram-se mais atentas às questões sociais de longo prazo, como saúde e educação. Elas se preocupam com a aparência dos políticos, mas prestam mais atenção que os homens nos programas de governo e dão preferência aos candidatos que enfatizam esses temas sociais em suas campanhas. (*Veja*, ed.1768, 11/09/02, p. 75)

Um dos argumentos da revista sobre a relação entre as escolhas das mulheres e o perfil do candidato é o papel delas na sociedade moderna, que apesar da crescente inserção no mercado de trabalho, muitas ainda são donas de casa responsáveis pelos filhos e pelo lar. Segundo *Veja*, uma das estratégias utilizadas por Lula para angariar o voto feminino foi a inserção em campanha da esposa Marisa, diferentemente das disputas em eleições anteriores. A revista tratou especificamente do poder decisório do voto feminino, as expectativas das mulheres em relação aos candidatos e as tendências aguardadas naquele ano eleitoral. Entre as mulheres, a opinião positiva relaciona-se ao fato de Lula aparentar ser honesto, confiável e bem assessorado; a negativa refere-se ao fato de não ter experiência e a aparência ainda ser um item que incomoda (principalmente por causa da barba).

Após o primeiro turno, no entanto, ao perfilar os eleitores de Lula (que nem sempre são petistas), *Veja* destaca que eles estavam distribuídos de maneira praticamente uniforme por todas as faixas de renda e escolaridade, assim como estavam igualmente espalhados pelas regiões do país. A única discrepância citada está relacionada ao sexo e faixa etária. A reportagem “Nem todos que **lulam** são PT” (ed. 1744) é um exemplo de que ao analisar a imagem de Lula em comparação com a imagem do PT, apesar de estarem frequentemente associadas, é possível perceber fissuras, brechas, que permitem dissociações entre as duas imagens. A transformação do nome do candidato em verbo (lular) e em substantivo (lulista) agrega ao personagem Lula uma independência no campo simbólico das eleições e reforça a personalização eleitoral (o voto no personagem político). Dessa forma, a revista sugere uma estratégia discursiva que aproxima de Lula um perfil de eleitores que podem ser atraídos em virtude dos atributos biográficos ao invés dos atributos partidários.

- *Mudança de postura do Partido dos Trabalhadores (PT) e mudança de comportamento de Lula – dissociações:*

Uma das estratégias argumentativas mais tênues é a forma como a revista *Veja* trata da questão da mudança de postura de Lula na disputa de 2002. Essa observação é pontuada somente em relação à revista brasileira, pois a cobertura de *Time* é mais sucinta e pontual, sem explorar os meandros da natureza partidária que permeia o personagem político em questão. Em algumas ocasiões, o texto da revista apresenta Lula e o Partido dos Trabalhadores (PT) como “sinônimos”. Em outras situações, ao contrário, é perceptível uma dissociação entre o partido e o personagem político. Há também circunstâncias em que a diferenciação entre os dois é quase imperceptível, revelando atos de intencionalidade da revista: quando é conveniente esclarecer que a mudança é do personagem político e não do partido (ou vice versa)?

Um exemplo desse ato de “dissociação” é perceptível na cobertura do início do primeiro semestre, quando o PT buscava alianças para vencer a disputa presidencial, entre elas, com o então senador do Partido Liberal, José Alencar, que seria seu vice na chapa. Essa aliança foi apontada pela revista como “exótica”, considerando as divergências ideológicas entre os partidos. No entanto, um ponto que chama a atenção para reflexão é o fato de que essa “mudança de postura partidária” se confunde, muitas vezes, com a “mudança de postura de Lula”. No trecho destacado da reportagem “Em busca do bilionário ideal”, fica nítida a mudança do PT. No entanto, a informação é complementada pelo quadro (conforme o próprio texto sugere o leitor) que destaca a mudança de tom em Lula nas três eleições que disputou o cargo presidencial, gerando a dubiedade em relação aos dois elementos (Lula e o PT aderiram às mudanças igualmente?), conforme os dois recortes abaixo:

Com mais de duas décadas de história, o PT vem mudando o tom de seu discurso a cada campanha, sempre no sentido de torna-lo mais ameno e menos radical (veja quadro). A aliança de agora pode ser mais um sinal disso – e não deixa de ser uma boa notícia. Afinal, significaria que o partido está atento aos ares do mundo atual, desvencilhando-se de antigos dogmas, e disposto a percorrer o caminho já trilhado pela esquerda europeia. Mas não é um caminho fácil. (*Veja*, ed.1740, 27/02/02, p.32-33).

**Figura 58: Trajetória da mudança de Lula nas disputas presidenciais**

### Mudança de tom

O discurso de Lula mudou desde o fim dos anos 80, quando a sigla disputou sua primeira eleição presidencial. A tabela mostra algumas das principais modificações ocorridas nesse período

**O que dizia Lula na eleição de 1989**

- O sistema financeiro deve passar para o controle do Estado
- O pagamento da dívida externa precisa ser imediatamente suspenso
- O PT jamais fará alianças com partidos de centro e de direita

**O que dizia Lula na eleição de 1994**

- O Plano Real é um estelionato eleitoral
- Privatizar setores como os de energia e telecomunicações é uma afronta à soberania do país

**O que dizia Lula na eleição de 1998**

- O fim da inflação é uma conquista importante que deve ser mantida
- É preciso dar incentivo aos setores produtivos para que haja geração de empregos
- As privatizações serão revistas se o governo encontrar maracutaias no processo de licitação
- Não é preciso, num país do tamanho do Brasil, haver invasão de terra para que se possa fazer reforma agrária

**O que diz hoje Lula**

- O PT vai honrar os compromissos da dívida pública
- Privatizações de empresas como a Embraer renderam bons resultados
- A prioridade é o crescimento econômico para que seja possível o desenvolvimento social
- O PT precisa ampliar seu leque de alianças, e partidos como o PL poderão fazer parte do grupo de apoio

(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1740, 27/02/02, ilustração, p.33)

Por outro lado, a revista também destaca o investimento em nível profissional que atuou sob a mudança da imagem de Lula, atribuindo de forma intencional os nomes dos profissionais envolvidos na mudança. “Lula está caprichando mais nessa campanha. Na semana passada, criou a figura do porta-voz de campanha” (ed.1748). O cargo foi exercido pelo jornalista André Singer, que cuidava das perguntas dirigidas a Lula, sobretudo para poupá-lo de questionamentos embaraçosos. Além disso, a revista fala da contratação do publicitário Duda Mendonça, responsável pelo visual do candidato. “[...] trocou a indumentária despojada por terno e gravata tinindo de novos. Lula está todo descontraído e é todo sorrisos no comercial eleitoral do PT. Fala em amadurecimento do partido, diz que tem na cabeça os fios brancos da experiência.” (Id.p.47).

#### 5.4. Análise no nível da imagem

Neste nível, observamos o conjunto de significados que a composição verbo visual permite acessar em relação aos imaginários coletivos do universo biográfico de Lula e do contexto eleitoral. Interessa-nos uma reflexão sobre as imagens construídas a partir do uso de enunciados e expressões, que estão ligados ao conjunto temas biográficos e são costurados por relações de temporalidade. As revistas permitem perceber em Obama os seguintes imaginários:

- *Desnaturalização da imagem de Lula:* Ao elencar a “desnaturalização” da imagem como item de reflexão da dimensão textual, lançamos o seguinte questionamento: como se fixa a imagem pública de um líder político ao longo da cobertura jornalística do ano eleitoral? Na cobertura de *Veja* das eleições brasileiras, observamos que o personagem Lula, após sucessivas disputas e derrotas, precisa modificar-se, plastificar-se, abandonando suas qualidades naturais apontadas pela revista (discurso radical, vestimenta informal, barba grande, entre outros elementos que compõe a sua imagem).

O resultado desse processo de transmutação foi apresentado de forma verbo-visual na edição que trata da vitória de Lula no segundo turno, conforme ilustramos a seguir: se antes, estava fixada a imagem do Lula nordestino, com chapéu de couro e discurso radical, dito “socialista”, em 2002, foi fixada a imagem do Lula modificado, de terno e gravata, com discurso conciliador e mais “liberal”.

**Figura 59: Mudança de discurso de Lula ao longo das disputas**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1775, 30/10/02, ilustração, p.39 e 41)

Em relação aos atos de intencionalidade da revista, pontuamos o reiterado acionamento da presença de profissionais que auxiliaram o processo de transmutação da imagem de Lula, principalmente do publicitário Duda Mendonça. Essa constante repetição do



papel dos marqueteiros, revela não só a desnaturalização da imagem, como forma de adaptação ao contexto eleitoral de 2002, como também sugere a existência de um Lula “mascarado” pelo terno, barba feita, discurso manso e centralizado. No primeiro semestre do ano eleitoral, essa “mutação” do aspecto físico e de alguns traços de personalidade, assim como a trajetória das disputas anteriores, foram mais enfatizadas nas reportagens do que os atributos biográficos ligados à sua história de vida. Tratava-se da preparação de Lula e do seu diferencial na quarta tentativa eleitoral para o cargo presidencial.

Essa “desnaturalização”, que fazemos referência, (ou transmutação, segundo *Veja*) consiste no processo de transformação da imagem de radical e “sapo barbudo” (antes) em Lulinha “paz e amor” (depois). As mudanças implementadas pela equipe de campanha foram percebidas e amplamente destacadas nas reportagens. Segundo *Veja*, o trabalho do publicitário Duda Mendonça na campanha consistia em eliminar as imagens negativas enraizadas, como ser “tolerante com a baderna” (em referência a atuação de Lula nas greves e manifestações sindicais), não ter “experiência administrativa” (não acumulou cargos políticos ao longo de sua trajetória), ser “ignorante” (refere-se ao seu grau de escolaridade) e “perdedor” (acumular três derrotas em eleições consecutivas). Em referência à antiga imagem de Lula e do PT, a revista trata como “fase pré-Duda”.

Na reportagem “Empresários na agenda de Lula” (ed.1752), *Veja* fala em “grande poder de adaptação” e “questão de sobrevivência”, referindo-se às mudanças. A revista elenca quatro momentos importantes de sua vida política: em 1989, é qualificado como “radical” (defendia causas e não apresentava um projeto de governo); em 1994, é dito como “cético” (a revista não argumenta de forma consistente, mas faz referência ao Plano Real e as críticas do PT); em 1998, é um indivíduo “contrariado” e sem motivação para disputar mais uma campanha; e, em 2002, apresenta-se como um candidato “sentimental”, preparado por seu publicitário Duda Mendonça, para aparecer chorando em programa de TV.

**Figura 60: Mudança nos programas televisivos para as eleições**



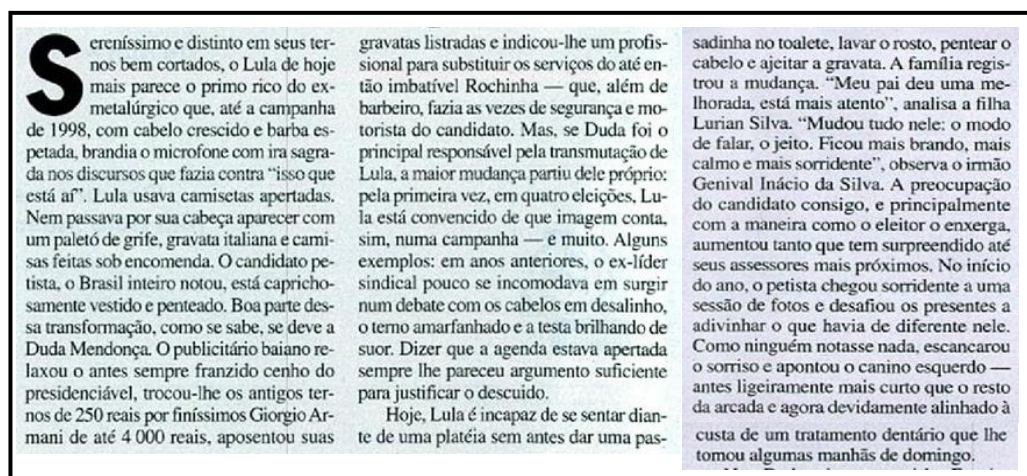
(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1752, 22/05/02, ilustração, p.40-41).

Todos esses atributos foram tratados em diversas reportagens. No texto “O brilho da estrela” (ed.1748), por exemplo, é possível perceber uma suavização da imagem e um processo de positivação dos atributos que antes eram negativos (uma nova forma de olhar para o candidato): “Se é capaz de comandar um grupo de notáveis, Lula é um homem com preparo e inteligência [...] o candidato não carrega o vírus da derrota, mas da perseverança”. (Id.p.48). Além disso, a revista apresenta, na mesma reportagem, três explicações para a ascensão de Lula nas pesquisas de opinião da campanha daquele ano, considerando as características em modificação em seu jeito de ser (*cativo, sorriso ameno, flexível, transigente*) ou pincelando marcas registradas de sua história de vida (identificação biográfica com as *camadas pobres e menos instruídas* da sociedade).

**A primeira está no programa de televisão do PT**, transmitido há quinze dias. Com cenas bem produzidas, **exibindo um Lula cativante e com um sorriso ameno**, o programa ainda está na memória do eleitor. **A segunda razão** é que, ao contrário do que se imagina, **dada a distância ideológica entre Lula e Roseana, havia uma interseção dos eleitores**. Roseana tinha **penetração nas camadas mais pobres e menos instruídas** que querem votar contra o candidato oficial – e viam na ex-governadora uma novidade. Com a renúncia de Roseana, esse eleitor foi para Lula. **Outro motivo** para o desempenho de Lula está nos motes de sua própria campanha. Até agora, **o petista tem se esforçado – com sucesso – para mostrar uma imagem mais flexível e transigente, afastando o ranço radical do passado**. (Veja, ed.1748, 24/04/02, p.46, grifos nossos).

Em “A vida começa aos 40%” (ed.1752), Lula de hoje é descrito como o primo rico do ex-metalúrgico, vestindo terno importado, com barba penteada e gravata alinhada. Até o tratamento dentário para nivelamento dos dentes é destacado e ilustrado, como forma de demonstrar um sorriso harmonioso, no ápice da mudança.

**Figura 61: Relato sobre o processo de “transmutação”**



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1752, 22/05/02, ilustração, p.48-49)

A cobertura jornalística de *Veja* durante o segundo semestre apresenta Lula em sua fase “paz e amor”, debate sobre a importância do carisma na atração dos eleitores e destaca a forma como Lula estabeleceu o diálogo com empresários e investidores do ramo econômico. Na reportagem “Eles lularam na reta final” (ed.1771), emerge a imagem do “conciliador”, em sua versão pacífica: “Há, também, entre os empresários, a esperança de que o novo Lula seja realmente um **conciliador**, uma reedição do que deveria ter sido o governo Tancredo Neves.” (ed.1771, p. 50, grifos nossos).

No entanto, na reta final da campanha, às vésperas do primeiro turno, *Veja* destacou a “crise de fadiga em relação ao estilo sorridente e apaziguador” arduamente trabalhado pelo publicitário Duda Mendonça. “De repente, aqui e ali, surgia o velho Lula durão, o radical de Vila Euclides, o “sapo barbudo”, conforme o insulto que lhe dirigiu o concorrente Leonel Brizola na eleição de 1989” (*Veja*, ed.1772, 09/10/02, p. 61). Essa “fadiga” foi rapidamente abandonada por *Veja*, considerando a euforia do resultado das eleições confirmando a vitória de Lula. A revista retornou ao imaginário de “homem do povo”, “encantador de multidões” para tratar do presidente eleito.

Na reportagem “O corpo-a-corpo não pode ser assim” (ed.1777), destaca-se uma preocupação com a forma como Lula estava interagindo com os populares após sua vitória. A revista qualifica como um comportamento “inadequado”, pelo fato de ter sido “agarrado, puxado, beijado e empurrado pelas pessoas no Rio de Janeiro e em Brasília”, cometendo assim, no julgamento da revista, todos os erros de segurança. A reportagem mostra do ponto de vista histórico como se dá a relação entre o “poder da rua”: destaca desde ex-presidentes brasileiros (João Figueiredo e Fernando Collor) aos líderes internacionais (Juan Domingo Perón, Ronald Reagan e a Princesa Diana). Esse acionamento histórico é utilizado como justificativa para tratar da segurança de presidentes populares e impopulares, mas tem como foco tratar da relação de Lula com as multidões, apresentando um viés argumentativo que destaca em Lula a essência do “rei do povo” (essa reportagem sugere a existência de uma dimensão mitológica, conforme destacado no trecho abaixo):

Para Lula não será fácil parecer mais distante e contido. Mais do que a maioria dos políticos brasileiros, **o contato popular faz parte do DNA de Lula**. O historiador Evaldo de Cabral Melo acredita que **ele se energiza com o contato popular: “Ele toca e é tocado”**. Ele lembra que essa tradição, ironicamente, não deriva do aprimoramento democrático produzido pela invenção republicana. Ela vem na monarquia. [...] Nesta fase oficial de transição, **o presidente eleito deu-se ao luxo de viver**, talvez pela última vez, **o papel de encantador de multidões que o consagrou**. Delicia-se com os afagos do povo e saboreia a sensação de ser aclamado como unanimidade. Isso tudo é muito positivo. **Mas, a partir do primeiro dia de governo**, de preferência muito antes disso, **a figura do mito deverá ceder lugar à**

figura do presidente da República. Esse papel Lula ainda terá de aprender a desempenhar. (Veja, ed.1777, 13/11/02, p.41, grifos nossos).

Figura 62: Lula e sua relação com o povo



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1777, 13/11/02, p.36-37)

Na cobertura da posse, *Veja* novamente tratou dos “perigos” aos quais Lula esteve exposto, em virtude de sua popularidade. “Luiz Inácio Lula da Silva alcançou seu momento mais glorioso de ídolo da massa petista que o aplaudia [...] A onda humana agitava-se, escorria em direção ao carro, refluía [...]” (ed. 1784, p. 26-27). O texto descreve o entusiasmo popular durante a festa de posse e critica a postura de Lula que “mandou parar o carro e misturou-se ao povo”.

Figura 63: Manifestações populares no dia da posse



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1784, 08/01/03, p.26-27).

A revista *Time* não explorou de forma aprofundada a questão da mudança da imagem de Lula, embora reconheça um movimento que ameniza seu discurso radical, de esquerda, para uma opinião “centrista”. Na reportagem “*Bush’s lot continent*” (Vol.160, 19/08/02), *Time* destaca a forma como George Bush, então presidente dos Estados Unidos, conduzia a política externa no trato com os países da América Latina: ele queria se tornar “*mejor amigo*”. Entre outros países latinos citados na reportagem, o Brasil é destaque em virtude do seu destaque econômico e do empréstimo de 30 bilhões de dólares, assinado por Bush e concedido pelo Fundo Monetário Internacional, o qual ajudou a restaurar a estabilidade financeira no país. No texto, há uma relação direta entre o setor econômico (empréstimos, investimentos, etc. realizados pelos norte-americanos) e a preocupação com a escolha do presidente em 2002.

Ao destacar a importância econômica do Brasil, a reportagem aciona o aspecto político inerente à questão e a preocupação com a eleição presidencial no Brasil, destacando dois personagens do cenário eleitoral de 2002: Lula e Ciro Gomes. Segundo *Time*, a recessão pôde ser sentida por políticos de esquerda que resgatam propostas clássicas em benefício dos pobres e do trabalhador em contraponto às tradicionais vigentes. “**Radicais de outrora como Luiz Inácio Lula da Silva, 56, inflamado líder do Partido dos Trabalhadores**, continuam correndo da rejeição do Consenso de Washington, como as reformas capitalistas<sup>81</sup>” (Vol.160, 19/08/02, p.33, grifos nossos).

Neste trecho da reportagem, destaca-se o personagem Lula como um indivíduo com imagem ligada aos quadros temáticos explorados nas eleições anteriores (radical, esquerdista, metalúrgico, líder do PT) e que ficaram impregnados em sua personificação na imprensa. Ao acionar o trecho de uma entrevista concedida à *Time*, reforça-se a ideia de rigidez e de críticas ao capitalismo norte-americano, típicos do discurso de Lula em sua trajetória política, como no trecho “A América Latina tem que parar de tratar os Estados Unidos como um império<sup>82</sup>”. O texto prossegue destacando que Lula insiste em não ceder às reformas capitalistas, mas irá executá-las de forma justa, caso eleito – começando com uma sanção severa na épica taxa de evasão do Brasil.

Ao contrário de *Veja*, a revista *Time* não aprofunda a questão da suavização e mudança de imagem de Lula e do papel dos marqueteiros. Percebe-se, no entanto, uma cobertura ligada às questões econômicas e as consequências em torno do resultado das

---

<sup>81</sup> Texto original: “Erstwhile radicals like Luiz Inácio Lula da Silva, 56, fiery head of Brazil’s Workers Party, are running on rejection of the “Washington Consensus”, as the capitalist reforms have come to be called” (Vol.160,19/08/02, p.33).

<sup>82</sup> Texto original: “Latin America, he says, has to quit treating the U.S. as an empire.” (Vol.160,19/08/02, p.33).

eleições, ressaltando as especulações em torno do futuro presidente. A revista norte-americana é caracterizada por questionamentos direcionados ao leitor sobre a capacidade de Lula para administrar o Brasil como gesto narrativo recorrente, tal como é destacado nos seguintes trechos de diferentes reportagens: “Lula é capaz de administrar a maior economia da América Latina – e a nona do mundo?”<sup>83</sup>; “Mas Lula é completamente o bicho-papão que ele parece ser nas mentes de Wall Street? E, ele como presidente, desafiaria o FMI, revogaria as reformas de livre mercado e cortaria os laços com a comunidade de investimento internacional?”<sup>84</sup>,

*Time*, no entanto, reconhece uma mudança na postura de Lula na disputa de 2002, pontuando que assim como muitos socialistas de esquerda do mundo em desenvolvimento, Lula “aceitou as regras básicas do sistema financeiro internacional” (comentário da reportagem “*A socialist plan to save Brazilian capitalism*”), trouxe o Partido dos Trabalhadores para o centro do jogo político e teve a imagem caracterizada como “Lula paz e amor” pela imprensa brasileira. A revista norte-americana também destaca seu amadurecimento como personagem político e compara sua antiga imagem (barbudo) com Jerry Garcia, vocalista e guitarrista da banda *Grateful Dead*. Os trechos abaixo ilustram essas construções:

O ex-sindicalista que costumava encarar a campanha parecendo o falecido Jerry Garcia (da banda Grateful Dead) fez a barba e começou a vestir ternos. “Hoje estou mais consciente, mais preparado, mais maduro,” disse Lula em entrevista à TIME. “Aquele PT radical não existe mais”<sup>85</sup>. (Time, 04/10/2002).

Dois anos atrás, Lula puxou o Partido dos Trabalhadores para o centro político e partiu para construir o apoio dentro da comunidade empresarial, e até mesmo prometeu que iria cumprir os termos do acordo do governo com o empréstimo de \$30 bilhões do FMI. A imprensa brasileira apelidou-o de “Lula paz e amor” - e funcionou<sup>86</sup>. (Time, 22/12/2002).

#### - *Qualificação da equipe de assessores - credibilidade ou desconfiança?*

<sup>83</sup> Texto original: “But can Lula manage Latin America’s largest economy (and the world’s ninth largest?”. (Time, *A Brazilian Blair*, 04/10/2002).

<sup>84</sup> Texto original: “But is Lula quite the bogeyman that he seems to be in the minds of Wall Street? And would he, as a president, challenge de IMF, reverse free market reforms, and cut ties with the international investing community?” (Time, *A socialist plan to save Brazilian capitalism*, 04/10/2002)”.

<sup>85</sup> Texto original: “The former trade unionist who used to hit the campaign trail looking like the late Jerry Garcia (of the Grateful Dead) has even trimmed his beard and begun wearing suits. ‘Today I’m more aware, more prepared, more mellow,’ Lula said in a TIME interview. ‘That radical PT doesn’t exist anymore’.” (Time, *A Brazilian Blair*, 04/10/2002)

<sup>86</sup> Texto original: “Two years ago, Lula pulled the Workers’ Party toward the political center and set out to build support within the business community, and even vowed that he would abide by the terms of a \$30 billion IMF agreement concluded by the government. The Brazilian press dubbed his image the “peace and love Lula” – and it worked”. (Time, *Brazil’s new hope*, 22/12/2002).

Conforme destacamos no nível da visualidade, o nível de escolaridade de Lula foi um dos elementos acionados por *Veja*, sobretudo no item temático “história de vida”, onde são realçadas expressões como “precária instrução formal”, “só chegou à 5ª série” e “extorção mecânica”. No entanto, a revista revela três etapas de “especialização” ao longo de sua trajetória de vida: a primeira se refere à formação política que foi estruturada no ambiente sindical na “escola da vida”, ou seja, na luta pelos direitos trabalhistas durante a convivência com as multidões nas assembleias sindicais; a segunda pode ser definida como o período das três tentativas eleitorais frustradas, onde Lula aprende com seus erros; e a terceira é a fase da especialização assumida, que abrange a mudança de imagem de Lula (como vimos no item anterior) e se estende na qualificação da equipe dos assessores (incluindo militantes, intelectuais e simpatizantes de esquerda).

A presença de nomes “qualificados” ao redor de Lula seja na campanha como na fase de transição governamental, suaviza seus atributos primários de formação educacional. Como é descrito em reportagem, era “gente de alta patente intelectual na hierarquia acadêmica da esquerda”. Entre eles, José Dirceu, Antônio Palocci, Luiz Gushiken, Aloízio Mercadante, José Genoíno, Marta Suplicy, Paul Singer, João Sayad, Luiz Gonzaga Belluzzo. Mas, “Lula é o comandante supremo do PT”. (ed. 1772, p. 62), ou como foi dito em outra reportagem “Luís Inácio Lula da Silva sempre foi maior que o PT” (ed.1744, p. 46). Sob esse ponto de vista, é possível identificar duas imagens: os assessores de Lula podem gerar uma sensação de credibilidade (ele não tem instrução formal, mas seus assessores são qualificados), como também pode gerar uma sensação de desconfiança, considerando que muitos dos nomes indicados na transição para compor sua equipe ministerial são oriundos de um nicho econômico oposto aos ideais dos tempos de sua trajetória sindical (Lula estaria “traindo” sua origem política?).

A imagem de credibilidade pode ser percebida através da composição visual da cobertura especial da edição que antecede o primeiro turno das eleições em 2002. Desde a composição da capa (Figura 64), Lula é colocado em primeiro plano projetando-o como uma estrela (um astro luminoso) em relação aos demais candidatos à presidência. Na reportagem “A volta que o mundo deu” (ed.1772), a ilustração “Em torno de Lula”, apresenta alguns personagens políticos que compunham a cúpula do Partido dos Trabalhadores e com quem Lula convivia e compartilhava os ideais ao longo de sua trajetória política, agregando força política, militante ao ideal do partido. Lula em *Veja* é apresentado como o sol, “o astro rei” (o comandante supremo do PT), fonte de luz em torno do qual orbitam os intelectuais partidários, divididos nas seguintes classes: o articulador, o que está ligado diretamente a Lula

(José Dirceu); alto comando – os estrategistas (Palocci, Gushiken e Luiz Soares Dulci); 2º comando – pessoas que influenciaram o candidato mas não ficaram próximas na campanha (Genoíno, Mercadante e Marta Suplicy); a turma do pé de ouvido – especialistas que Lula escuta no dia-a-dia (José Graziano e Guido Mantega); e os consultores – economistas que se reúnem semanalmente com Dirceu, Palocci, Mercadante e Mantega para fazer análises conjunturais (Paul Singer, Luiz Gonzaga Belluzzo, João Sayad e Ricardo Carneiro).

Figura 64: “Corpos celestes” ao redor de Lula



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1772, 09/10/02, capa e ilustração, p.64-65)

A imagem de desconfiança pode ser exemplificada com a concretização da vitória, principalmente no momento de transição governamental, quando os nomes da equipe ministerial foram escalados para os principais cargos. A reportagem “O médico e a fera do mercado” (ed.1782), publicada no final de dezembro, destaca em subtítulo que a “cúpula do PT será formada por um ex-trotskista e um financista internacional”. O tom questionador da reportagem ironiza as escolhas de Lula em relação com seus ideais e trajetória de militância, conforme os trechos destacados indicam:

**Quem diria que o presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva, um homem de origem sindical e cuja vida foi dedicada a mudar “tudo isso que está aí”, escolheria um banqueiro internacional e deputado tucano para dirigir o Banco Central? Pois Henrique Meirelles, o escolhido por Lula para o BC, é exatamente isso. O mesmo presidente, que demonizou o neoliberalismo e o belicismo americanos, visita o presidente George W. Bush e volta dos Estados Unidos dizendo que agora tem um “aliado” no Morador da Casa Branca. Na mesma semana, Antônio Palocci, um médico, ex-trotskista, que foi prefeito de Ribeirão Preto, é entronizado no Ministério da Fazenda e o mercado acha a coisa mais normal do mundo. Na arena política, Lula, que descreve a Câmara Federal como um bando de “300 picaretas”, bordão que até virou música do grupo Paralamas do Sucesso em 1996, agora está em franca negociação com deputados e senadores. O petista oferece alguns cargos ministeriais em troca de sustentação política com uma desenvoltura só vista em tempos mais acalorados do “toma-la-da-cá” das**



presidências anteriores. **Está tudo muito estranho. Mas, por incrível que pareça, pode ser a coisa certa a fazer neste momento.** (*Veja*, ed.1782, 18/12/02, p.36-37, grifos nossos).

A imagem de desconfiança também está estampada na composição das capas de algumas edições, principalmente quando há referências à capacidade do Partido dos Trabalhadores estar à frente da presidência (ou referência aos personagens que auxiliam Lula na condução do plano político do partido). Interessante destacar as dissociações entre a imagem de Lula e a imagem do Partido dos Trabalhadores, que conforme destacamos no nível do olhar, sem sempre são possíveis, pois elas deixam marcas implícitas de imbricamento entre os dois pólos (Lula e PT).

As capas abaixo estão agrupadas na sequência de publicação. A primeira, publicada em setembro, questiona sobre a capacidade do partido para o cargo em questão; a segunda, publicada após o resultado do primeiro turno, também questiona a atuação do partido, porém sugerindo um conflito em relação à atuação de sua ala radical; a terceira destaca os membros do PT que possuem poder decisório no governo; e, por fim, a última, publicada em meados de dezembro, sintetiza de forma irônica na manchete (“Quem diria...”) os rumos que as mudanças de Lula atingiram – alguns nomes são opostos aos ideais dos tempos de sua trajetória sindical.

**Figura 65: O PT em foco**



(Fonte: Acervo *Veja*, capas ed.1770 (25/09/2002), ed. 1774 (23/10/02), ed.1776 (06/11/02) e ed.1782 (18/12/02)).

A revista *Time* não cita em momento algum a importância e/ou nome dos marqueteiros envolvidos na transmutação da imagem de Lula, nem destaca os assessores que auxiliaram no processo eleitoral. Ao contrário, a cobertura de *Time*, está centrada na análise da conjuntura e das prospecções futuras, destacando com frequência o programa antipobreza do

governo Lula, qualificando-o como “ambicioso” e questionando a capacidade de Lula para colocar em prática suas propostas.

Diferentemente de *Veja*, a norte-americana não questiona as intenções do partido, mas personifica em Lula a responsabilidade da gestão. “Eu tenho que provar que sou capaz de fazer o que outros presidentes brasileiros não foram capazes de fazer<sup>87</sup>”, disse Lula em acionamento da reportagem “*The war on poverty*” (02/03/2003). Neste sentido, a revista destaca alguns componentes da equipe de ministros (“*Dream Team*”, como qualifica *Time*) que visam implementar diversas políticas para melhorar a vida dos mais pobres, explorando a ideia de “equipe” (*Dream Team*):

O misto de ideologias também está evidente no gabinete ministerial de Lula. O próprio presidente é um aluno que abandonou o ensino fundamental, além de ex-metalúrgico e líder sindical, mas seu presidente do Banco Central selecionado a dedo, Henrique Meirelles, é graduado em Harvard e ex-presidente do BankBoston. Ministra da Assistência e Promoção Social, Benedita da Silva emergiu de uma esqualida favela no Rio de Janeiro e foi a primeira senadora negra do Brasil, enquanto o vice presidente José Alencar é um multimilionário textil do Partido Liberal. O Ministro da Cultura Gilberto Gil, um músico pop star, usa dreadlocks; o Minsitro da Casa Civil, José Dirceu, veste poderosos ternos e ajudou a guiar Lula do perfil socialista ao centrista “Blair Brasileiro”, como especialistas brasileiros e de Wall Street passaram a chamar-lhe<sup>88</sup>. (*Time.com, The war on poverty, 02/03/03*)

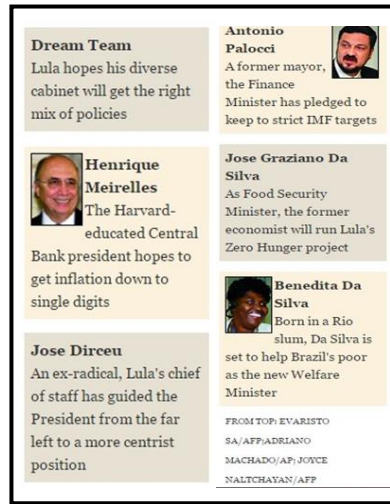
Entre os nomes da equipe, Henrique Meirelles, José Dirceu e Benedita da Silva são os integrantes do gabinete de Lula que foram citados no texto e ilustrados na reportagem. Apenas Antonio Palocci e José Graziano da Silva não foram destacados no texto, mas foram apontados na ilustração, sendo o primeiro Ministro da Fazenda e, o segundo, Ministro da Segurança Alimentar e Combate à Fome, responsável pela execução do programa Fome Zero (Figura 66).

---

<sup>87</sup> Texto original: “I have to prove I’m capable of doing what previous Brazilian Presidents couldn’t,” said Lula. (*Time, The war on poverty, 02/03/2003*).

<sup>88</sup> Texto original: “The mix of ideologies is also evident in Lula’s cabinet. The President himself is a high school dropout, former metalworker and labour union leader, but his handpicked Central Bank president, Henrique Meirelles, is a Harvard graduate and former president of BankBoston. Welfare Minister Benedita da Silva rose from a squalid Rio de Janeiro favela, or slum, and was Brazil’s first black female Senator, while Vice President José Alencar is a textile multimillionaire from the right-wing Liberal Party. Culture Minister Gilberto Gil, a pop music star, sports dreadlocks; Chief of Staff José Dirceu wears power suits and helped guide Lula from labor socialist to the more centrist “Brazilian Blair”, as Brazilian and Wall Street pundits have taken to calling him”. (*Time.com, The war on poverty, 02/03/03*)

Figura 66: Equipe de Assessores de Lula



(Fonte: Acervo Time.com – The Vault, “The war on poverty”, 02/03/03)

- *Repercussão internacional*: O desfecho da vitória de Lula e a repercussão da dupla imagem (credibilidade e desconfiança), também foram observadas pelas revistas em âmbito internacional. Lula foi destacado com desconfiança na imprensa mundial, porém tendo como foco as expectativas em relação à sua política externa e a defesa dos interesses comerciais do Brasil.

Em “O mundo decifra Lula” (ed.1776), publicada em *Veja*, a composição visual da página é objetiva para denotar o enigma em torno da imagem de Lula: a lupa sob sua fotografia, sugere que o mundo quer entender suas reais intenções e o grau de confiabilidade em suas propostas e a relação com outros países. “Passada a euforia com o inusitado da chegada ao poder do ‘presidente operário’, as questões de fundo do relacionamento do novo governo com o mundo começaram a ser tratadas”. (Id. p. 51).

Figura 67: Repercussão internacional segundo *Veja*



(Fonte: Acervo *Veja*, ed.1776, 06/11/02, p.50-51).

A revista *Time*, que representa o olhar do outro sobre nós, apresenta uma cobertura mais ampla e centrada nas consequências econômicas da chegada de Lula à presidência do Brasil, voltando-se para os impactos nas relações internacionais que um presidente de “esquerda” pode imprimir no cenário político mundial, considerando a importância econômica do Brasil. Essa preocupação é pontuada no seguinte trecho da reportagem “*A socialist plan to save Brazilian capitalism*” (04/10/2002), que trata do receio dos investidores internacionais em relação ao pagamento da dívida externa do Brasil, duramente criticada por Lula em eleições anteriores:

E o prospecto de sua vitória fez o mundo prestar atenção, mais que nunca, à quarta eleição do Brasil, desde que o país saiu da ditadura militar para a democracia em 1989 [...] Ainda assim, investidores internacionais estão inquietos com a possibilidade da vitória de Lula resultar na inadimplência das dívidas do país<sup>89</sup>.

O uso de questionamentos como gesto intencional também é utilizado para tratar da repercussão internacional em relação ao resultado eleitoral. Na reportagem “*Something to celebrate*” (21/10/2002), o subtítulo antecipa a preocupação econômica dos polos investidores dos Estados Unidos, às vésperas do segundo turno: “Wall Street e Washington verão o lado positivo da eleição no Brasil?”. No texto, Lula é apresentado como o candidato que ganhou mais votos no primeiro turno eleitoral e como um personagem político que construiu seu nome criticando o poder das elites brasileiras. Neste sentido, a revista reconhece a importância da disputa eleitoral no Brasil como um marco saudável (ou triunfo) da democracia por eleger alguém que fez oposição ao regime político vigente. “[...] valerá a pena torcer se o Brasil escolher um homem de esquerda no final deste mês. ‘O Brasil mudou’, disse Lula à TIME, ‘Eu sou o resultado da evolução política da sociedade brasileira’<sup>90</sup>.” (*Time*, Vol.160, 21/10/2002, p. 59).

A revista *Time* não investe na composição visual da página (Figura 68). O conteúdo informativo da ilustração apresenta Lula liderando a disputa presidencial às vésperas do segundo turno, segurando a bandeira do Brasil (ênfatisando seu nacionalismo), em enquadre fotográfico parecido com a composição da capa de *Veja* publicada após o resultado da vitória no segundo turno, apresentada no item “marco histórico”, no nível da visualidade.

---

<sup>89</sup> Texto original: “And the prospect of his victory has the international paying more attention than ever to Brazil’s fourth election since the country’s returned from military dictatorship to democracy in 1989 [...] Still, international investors are skittish about the possibility that a Lula victory may result in a default on the country’s foreign debt obligations” (*Time, A socialist plan to save Brazilian capitalism*, 04/10/2002)”.

<sup>90</sup> Texto original: “[...] it will be worth cheering if Brazil chooses a man of the left later this month. ‘Brazil has changed’, Lula told TIME, ‘I am the result of the political evolution of Brazilian society’.” (*Time*, Vol.160, 21/10/2002, p.59)

Figura 68: Expectativa em relação a vitória de Lula em 2002



(Fonte: Acervo Time – The Vault, Vol.160, nº17, 21/10/02, p.59)

Vale ressaltar que Lula esteve duas vezes entre os cem personagens proeminentes, indicados anualmente pela revista *Time*. Em 2004, no meio do primeiro mandato, Lula foi indicado na lista dos “Líderes e Revolucionários” mais influentes, que inclui vinte nomes, como George W. Bush, Osama Bin Laden, Bill e Hillary Clinton, Papa João Paulo II, Vladimir Putin, entre outros. Como o único daquele ano oriundo da América Latina, o texto apresenta Lula como “novo porta-voz do mundo em desenvolvimento, um populista pragmático que corresponde à sua arrogância anti-ianque com sobriedade econômica<sup>91</sup>” (*Time*, 26/04/04, p.67). Além disso, a revista destaca sua origem humilde e a trajetória até São Paulo, onde construiu a trajetória política e partidária. É pontuado também que sua vitória em 2002 foi possibilitada pela mudança de postura, cuja visão centrista é avaliada pelos especialistas como um modelo que pode ser aplicado em qualquer lugar.

<sup>91</sup> Texto original: “He has become the developing world’s new spokesman, a pragmatic populist who matches his anti-Yankee bluster with economic sobriety.” (*Time – The 100*, Vol.163, 26/04/04, p.67).

Figura 69: Time 100 / 2004 – Lula entre os líderes mais influentes



(Fonte: Acervo Time – The Vault, Vol.163, 26/04/04, p.67)

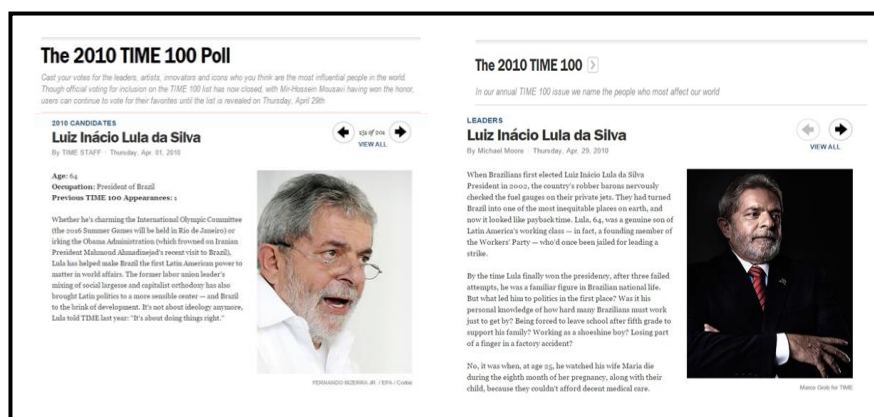
Em 2010, último ano do seu segundo mandato, Lula esteve pela segunda vez na lista dos cem líderes proeminentes de *Time*. Em nota, a revista destaca que Lula ajudou o Brasil “a tornar-se a primeira potência da América Latina no mundo dos negócios<sup>92</sup>”. Na reportagem que registra o resultado da pesquisa, Lula é apresentado como um filho genuíno da classe trabalhadora latino americana, rememorando inclusive o fato de ter fundado o Partido dos Trabalhadores e sua prisão durante uma greve nos tempos de militância sindical. No texto, entre os acontecimentos que marcaram a história de vida de Lula, a passagem que trata da morte de sua primeira esposa durante o parto é acionada para argumentar como o acontecimento motivou sua luta por melhores condições de vida, assim como o famoso sonho americano (American Dream) defendido por Martin Luther King.

Quando Lula ganhou a presidência, após três tentativas frustradas, ele era uma figura familiar no Brasil. Mas o que o levou a política em primeiro lugar? Foi seu conhecimento pessoal do quão duro os brasileiros têm de trabalhar para sobreviver? Ser forçado a sair da escola após a quinta série para sustentar a família? Trabalhar como engraxate? Perder parte de um dedo em um acidente de trabalho? Não, foi quando ele tinha 25 anos e assistiu sua esposa Maria morrer durante o oitavo mês de gestação com seu filho, porque eles não tinham como pagar por um atendimento médico decente. Há uma lição aqui para bilionários do mundo: permita que as pessoas tenham bons cuidados de saúde, e elas causarão menos problemas para vocês. [...] O que Lula quer para o Brasil é o que costumávamos chamar de o Sonho Americano<sup>93</sup>. (*Time.com, Leaders – Luiz Inácio Lula da Silva, 29/04/10*).

<sup>92</sup> Texto original: “Lula has helped make Brazil the first Latin America power to matter in world affairs.” (*Time.com, Luiz Inácio Lula da Silva, 01/04/2010*).

<sup>93</sup> Texto original: “By the time Lula finally won the presidency, after three failed attempts, he was a familiar figure in Brazilian national life. But what led him to politics in the first place? Was it his personal knowledge of how hard Brazilians must work just to get by? Being forced to leave school after fifth grade to support his family? Working as a shoeshine boy? Losing part of a finger in a factory accident? No, it was when, at age 25, he watched his wife Maria die during the eighth month of her pregnancy, along with their child, because they

**Figura 70: Time 100 / 2010 – Lula entre os líderes mais influentes**



(Fonte: Acervo *Time.com* – *The Vault*, 01/04/10 e 29/04/10).

Embora a cobertura tenha sido mais pontual em *Time* e extensa em *Veja*, ambas trataram dos elementos biográficos nas reportagens sobre as eleições presidenciais em 2002. A leitura das reportagens favoreceu a percepção de que o caracterizador de sua trajetória de vida frequente é o baixo grau de escolaridade, a profissão (torneiro mecânico) e a vida política sindical. No entanto, percebemos um processo de “desnaturalização” da imagem de Lula, como estratégia da equipe de marketing do candidato para adaptar-se ao cenário eleitoral da época: ele precisava modificar-se, abandonando suas qualidades naturais apontadas pela revista (discurso radical, vestimenta informal, barba grande, entre outros elementos da imagem “rude”). O resultado desse processo de transmutação foi fixado pelas revistas como “Lulinha, paz e amor”, modificado, de terno e gravata, com discurso conciliador e mais “liberal”.

Além disso, uma das estratégias argumentativas para tornar clara a simbologia da vitória de Lula para o leitor é abordá-lo em comparação com outros personagens políticos, principalmente ex-presidentes brasileiros. Essa estratégia revela um ato de intencionalidade que põe em comparação conjunturas e contextos sociais, políticos e econômicos divergentes, assim como biografias e personalidades distintas, utilizando marcas de semelhança como estratégia crítica para julgar a conduta e as propostas de Lula.

---

couldn't afford decent medical care. There's a lesson here for the world's billionaires: let people have good health care, and they'll cause much less trouble for you. [...] What Lula wants for Brazil is what we used to call the American Dream.” (*Time.com*, *Leaders – Luiz Inácio Lula da Silva*, 29/04/10).

## CONCLUSÃO

A empreitada de imersão teórica, metodológica e analítica de uma pesquisa revela ao pesquisador uma infinidade de caminhos que podem auxiliar a responder os questionamentos norteadores da investigação. Mas, essa busca também pode sinalizar a necessidade de uma mudança de rota, exigindo do pesquisador uma flexibilização de conceitos presumidos, agregando ou propondo novas formas de pensar, um refazimento de hipóteses e problemas de pesquisa, ou até o teste de exercícios metodológicos que permitam acessar o incompreendido.

Nesta pesquisa, privilegamos, desde o início, o olhar em relação ao objeto empírico, deixando-o “falar” e mostrar sua essência. Paralelamente, novas leituras auxiliaram a descortinar horizontes e provocaram novas inquietações, principalmente as leituras sobre a noção de temporalidade e a reflexão sobre a dinâmica do tempo político durante o ano eleitoral. A partir dessa experiência, exercitamos a maleabilidade em relação ao que havia sido proposto com o projeto de pesquisa inicial, pois percebemos que havia algo que transcendia a hipótese inicial de aspectos míticos atrelados aos personagens e reforçada pela mídia: a existência de uma dimensão biográfica reiteradamente acionada no texto jornalístico informativo.

A questão do acionamento biográfico no texto das revistas semanais de informação se apresentou de forma desafiadora, uma vez que, no âmbito das pesquisas em Jornalismo, percebemos uma lacuna teórica no trato da problemática. No estado da arte, pontuamos a existência de vastas referências sobre o “espaço biográfico”, seja na literatura, na historiografia e nas ciências sociais. No jornalismo, há discussões mais frequentes acerca das histórias de vida como pauta de perfis jornalísticos ou temas de livros-reportagem. Ou ainda, a publicação de biografias (em formato de livros) elaboradas por jornalistas. Porém, não identificamos leituras que dessem conta da presença de elementos biográficos nas reportagens publicadas em revistas semanais de informação.

A curiosidade sobre as histórias de vida em diferentes formas, suportes e estilos, seja em âmbito literário, midiático e científico, constitui a maneira como o biográfico desponta na atualidade. A simples menção ao termo remete ao universo dos gêneros consagrados: biografias, autobiografias, memórias, diários e correspondências fazem parte de algumas das expressões tradicionais que buscam deixar impressões materiais das experiências individuais e das singularidades do ser humano. Mas, pensar a abordagem de novos ângulos, através da



priorização de certos elementos biográficos até então desconectados da pauta do *hardnews*, principalmente no gênero reportagem, permite ultrapassar os limites dessa visada tradicional.

Embora nosso enfoque seja a forma como as revistas *Veja* e *Time* acionam no texto jornalístico elementos biográficos referentes a Lula e Obama no contexto eleitoral, é possível pensar a problemática da presença do biográfico numa perspectiva ampliada, como em coberturas de grandes acontecimentos programados, a exemplo das competições esportivas, onde a exposição do personagem fica atrelada ao seu desempenho no cenário em questão e em situações inesperadas, como em casos de morte de personagens proeminentes, catástrofes, entre outros acontecimentos que suscitem além do enfoque factual, uma discussão sobre a dimensão do indivíduo para a produção de significados.

Em muitas reportagens, o procedimento é utilizar (ou explorar) determinados episódios biográficos que caracterizam a história de vida dos personagens – e o que tangencia a singularidade do ser, justificando um passado, influenciando o presente e sugerindo projeções futuras. A revista possui atributos peculiares, como a materialidade, a periodicidade e a possibilidade de ilustração e criação de um discurso verbo-visual (que combina texto-imagem). É justamente na teia textual que os acionamentos biográficos e os atos de intencionalidade da linha editorial se materializam.

Na tentativa de compreender a natureza do objeto, a empreitada analítica que forneceu respostas mais concretas aos questionamentos de pesquisa, sem aprisionar o objeto, foi a semiótica na perspectiva de texto verbo-visual defendida por Gonzalo Abril. Destacamos, todavia, a existência de inúmeros caminhos analíticos que possibilitam observar criticamente as revistas e compreender sua dinâmica enquanto dispositivo jornalístico. Nossa investida analítica consistiu na aproximação de alguns pressupostos do modelo semiótico aos estudos em jornalismo, desenvolvendo uma proposta metodológica para a leitura de textos impressos, de forma que possamos contribuir com as ferramentas de compreensão dos sentidos.

Destaca-se, contudo, que um projeto semiótico não pretende conclusões gerais, ao contrário, visa o alargamento das possibilidades interpretativas dos sentidos. A aplicação específica das três dimensões de Gonzalo Abril pontua a interdependência entre o domínio do olhar, da imagem (ou ato de imaginar) e da visualidade (ato de ver ou não ver). Trata-se de uma relação de mediação, segundo a qual cada dimensão possibilita a interrelação e realização das outras.

De modo geral, evidenciamos os elementos biográficos convocados pelas revistas para falar de Lula e Obama, a partir da identificação das marcas biográficas visíveis na

superfície do texto jornalístico. Tomamos como espaço de análise e percepção do biográfico toda a dimensão verbo visual (texto + imagem) das reportagens, sem fragmentar e dissociar os enunciados e as ilustrações do todo (composição das páginas e sua carga semântica). As percepções reveladas foram possibilitadas pela leitura interpretativa à luz da perspectiva semiótica textual, o que requer atenção e sensibilidade por parte do pesquisador para extrair dos textos jornalísticos os atos de intencionalidade e as construções simbólicas subjacentes, nem sempre perceptíveis nas camadas visíveis.

Daí a importância de desenvolver a análise seguindo a sequência de percepção dos três níveis (visualidade, olhar e imagem). Na primeira instância (visual) nos deparamos com as marcas visíveis, com a informação denotada e facilmente identificável. A instância seguinte (olhar) requer conhecimento da postura editorial das revistas para que seja possível identificar os gestos textuais significativos e compreender os atos de intencionalidade característicos da publicação. No último nível (imagem), mergulhamos na informação conotada, nos simbolismos que se cristalizam na camada pouco visível dos acionamentos e arriscamos interpretações à luz das memórias coletivas que permeiam a natureza biográfica e, também, o cenário eleitoral. Os três níveis, portanto, estão articulados entre si e complementam-se.

Todavia, a leitura analítica das reportagens não deve ser estabelecida a partir de um quadro fixo de percepção das marcas biográficas. Ao contrário, ela deve ser flexível e deve considerar as peculiaridades do personagem político analisado, seu contexto sócio histórico de inserção, assim como as conjunturas editoriais e políticas das quais as revistas semanais de informação fazem parte. Em nossos achados, o biográfico apareceu como chave para ler os personagens Lula e Obama, na especificidade do contexto eleitoral. O estudo mostrou que as recorrências das marcas do biográfico, os gestos implementados pelas revistas, utilizando fios temporais (passado-presente-futuro), acionando memórias, e os efeitos gerados por esse processo narrativo, revelaram duas possibilidades de uso no texto jornalístico: a necessidade de conhecer, compreender e mergulhar no “novo” e o reforço intencional de quadros de leitura previamente conhecidos.

Na cobertura das eleições dos Estados Unidos, as revistas qualificam o diferencial do candidato democrata, Barack Obama, e estruturam a teia argumentativa do texto a partir do acionamento de elementos biográficos como a identidade racial (filho de pai negro e mãe branca), assim como os movimentos que percorreu ao longo da vida em virtude da sua estrutura de “família” (os pais separados na infância, a adolescência com os avós, as vivências em localidades distintas, os estudos em Harvard, a experiência política no Senado, entre

outras), configurando um quadro de leitura amparado em suas origens. É um movimento que emerge do candidato, não porque ele fala de suas origens, mas porque sua identidade e o pouco que se conhecia sobre sua origem acionava na imprensa (e na sociedade em geral) a necessidade de descortinar “quem era Obama”. Esse gesto narrativo se assemelha com as motivações do texto biográfico na literatura e na historiografia, por exemplo, que assume a empreitada de reconstruir histórias de vida.

Além disso, a análise também revelou que a figura de Obama estava relacionada à simbologia de fatos históricos partilhados pela memória coletiva da sociedade norte americana e, por conseguinte, acionava comparações com outros presidentes (Lincoln, Kennedy) ou com outros ícones da luta pelos direitos civis e questões raciais (entre os mais citados Martin Luther King). Assim, do ponto de vista da articulação dos imaginários, as revistas possibilitaram a leitura de um Obama que era a novidade eleitoral (a estrela), mas que personifica a face do mensageiro, o ser “predestinado” (*the messiah*) a mudar a América, trazendo em si a identidade racial (o negro) num contexto globalizado, ávido por mudanças.

Diferentemente da cobertura das eleições nos Estados Unidos, as reportagens sobre as eleições no Brasil diluem os atributos relacionados ao personagem Lula nos temas de campanha e nas questões partidárias. Isso significa que a preocupação com o biográfico não parte do que se deseja compreender sobre “Lula”, tendo em vista que seu nome era amplamente conhecido na sociedade brasileira (e no mundo). O biográfico, nesse caso, tem outra função: reforçar um quadro de leitura amparado em elementos previamente conhecidos como o baixo grau de escolaridade, a profissão (torneiro mecânico) e a trajetória da vida sindical e política.

No entanto, também percebemos que os acionamentos auxiliavam no processo que denominamos como “desnaturalização” da imagem de Lula. A estratégia adotada pela equipe de marketing do candidato para adaptar-se ao cenário eleitoral da época, indicava que ele precisava se modificar, abandonando suas qualidades “naturais” apontadas pela revista (discurso radical, vestimenta informal, barba grande, entre outros elementos da imagem “rude”). O resultado desse processo de transmutação foi fixado pelas revistas como “Lulinha, paz e amor”, modificado, de terno e gravata, com discurso conciliador e mais “liberal”.

Lula não era um personagem político com trajetória “pouco conhecida”, como Barack Obama. Mas, sua vitória impulsionava a reflexão sobre o porvir: o que esperar de um candidato de esquerda, em sua quarta disputa presidencial, que até então tinha um discurso radical, mas que apresentara uma mudança e flexibilidade para dialogar com as frentes econômicas e partidárias que sempre criticara? O gesto textual das revistas, ao acionarem as

informações biográficas, portanto, reforçam intencionalmente quadros de leitura que podem provocar no leitor sensações de confiança ou o inverso, em virtude de um discurso que “leva a crer”. Uma dificuldade encontrada durante a análise foi justamente dissociar o que pertence à história de Lula e o que pertence à história do Partido dos Trabalhadores (PT), embora reconheçamos que ele faz parte da história do partido, mas o partido não é Lula sozinho, ele agrega outras lideranças. Isso também estava relacionado ao gesto textual que reforça os quadros de sentido previamente estabelecidos sobre o PT, sobretudo sua representação de esquerda naquela época.

As revistas estudadas, seja por suas políticas editoriais ou posições ideológicas, por vezes querem fazer os personagens aparecerem como “completos” e julgam os indivíduos a partir de pequenos aspectos, aquilo que eles chamam de “contradições”, “desconfianças”, entre outras minúcias extraídas das percepções editoriais em relação à individualidade do personagem. Essa pesquisa é, portanto, uma tentativa de ilustrar como o modo de acionar elementos biográficos pode dizer muito de como o jornalismo opera na construção e relato dos diferentes personagens com os quais lida.

No jornalismo diário, que trata dos acontecimentos factuais, os acionamentos biográficos passam pelo recolhimento incessante de fragmentos que, justapostos, vão oferecendo “biografias” em construção, explodindo por vezes os aspectos contraditórios que marcam toda construção de uma vida. Tal observação está relacionada com o que discutimos frente ao “biográfico” que toma muitas vezes a empreitada de reconstrução da trajetória de vida como uma história inteira, cronológica, uníssona, redonda, completa. Ou seja, é a questão da “ingenuidade” do jornalista que assume a empreitada de reconstrução da trajetória de uma vida crendo ser possível realizá-la na íntegra, reforçando a “ilusão biográfica”.

Reconhecemos, porém, que todo estudo possui suas limitações, tensões e tangenciamentos. Este não seria diferente. Outros gestos textuais e outras funções oriundas de atos de intencionalidade podem ser revelados em estudos futuros que privilegiem a compreensão dos acionamentos biográficos no jornalismo informativo. Da mesma forma, outras marcas do biográfico podem se acentuar mais em detrimento de elementos secundários, a depender da peculiaridade da trajetória do personagem e do contexto de acionamento, como também múltiplos sentidos podem ser criados em decorrência dos imaginários que permeiam os usos e desusos das histórias de vida.

Do ponto de vista da dimensão do corpus, havíamos previsto uma análise comparativa que englobava os dois anos de disputa eleitoral (inaugural e reeleição). No entanto, durante a fase primária de catalogação das edições das revistas dimensionamos o

fluxo de informações publicadas nos dois anos de reeleição (Lula, 2006; Obama, 2012) e, em seguida, deparamo-nos com a ausência e/ou silenciamento dos acionamentos biográficos, como também o esquecimento da “novidade” e da “euforia” proporcionados pela eleição inaugural, em detrimento do debate sobre as questões de governo. As reportagens publicadas ao longo do ano de reeleição destacam algum aspecto de crise do governo, tratam de algum aspecto do primeiro mandato em relação direta com a disputa eleitoral, ou apenas comparam o desempenho do candidato em relação aos demais.

Entendemos, então, que o “apagamento” biográfico configurava outro gesto textual diferente daquele que o ano inaugural propiciava, requerendo uma reflexão mais aprofundada do cenário governamental e da imagem que Lula/Obama cristalizaram no decorrer do primeiro mandato. Conseqüentemente, novas hipóteses e questionamentos de pesquisas surgiriam e suscitariam uma empreitada metodológica distinta (não menos instigante), que valorizasse a busca por marcas e vestígios não perceptíveis nas camadas visíveis e que auxiliasse a compreender esse aparente movimento de “silenciamento” e a possível emergência de outros lugares do biográfico em outro cenário eleitoral.

Esse é um cenário promissor para análises futuras. Instiga-nos outras indagações: Que fatores externos ao indivíduo podem maximizar ou minimizar o interesse da imprensa pelos atributos biográficos? Situações de crise política podem fomentar no texto o interesse pela retomada da trajetória dos líderes? Que funções o acionamento biográfico acumula no texto jornalístico?

Do ponto de vista das discussões teóricas que a pesquisa ajudou a levantar, mais que limitações, vislumbramos horizontes para futuras reflexões que possam associar o “espaço biográfico” ao jornalismo informativo. Pensar a valorização do indivíduo na narrativa jornalística possibilita uma retomada da questão da verdade entre outros procedimentos de autenticação e reprodução da realidade, como a descrição e o testemunho. Além disso, a reconstrução do biográfico também permite reaver as relações de temporalidade (asseguram a coerência ligando o presente ao passado e ao futuro) imbricadas nesse processo.

A imaginação e os sentidos atribuídos aos dados coletados são explorados pelo jornalista por meio de gestos textuais que mesclam o conjunto de acontecimentos reais e as estruturas de ficção, sobretudo na forma de contar essas histórias, por meio de textos e imagens. A teia textual das revistas contribui, portanto, para pensar o “efeito de real” em torno do que é contado. E os vestígios do universo biográfico fornecem subsídios para continuar explorando seus efeitos no texto jornalístico, independente do dispositivo e do contexto de acionamento: a criação, reprodução e o reforço de imaginários sociais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABÉLÈS, Marc. As novas modalidades do espetáculo do poder no contexto da globalização: presidencialização, personalização e “pipolização”. In: NETO, Antonio Fausto. MOUCHON, Jean. VERÓN, Eliseo. **Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012.

ABRIL, Gonzalo. **Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira**. Editorial Síntesis, Madrid, 2007.

\_\_\_\_\_. Gonzalo. **Cultura visual y espacio público-político**. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 15, p.21-36, 2010.

\_\_\_\_\_. Gonzalo. **Tres dimensiones del texto y de la cultura visual**. Revista Científica de Información y Comunicación, 2012, 9, p.15-35.

\_\_\_\_\_. Gonzalo. **Cultura visual, de la semiótica a la política**. Plaza Y Valdés Editores, Madrid, 2013.

ALLIANCE FOR AUDITED MEDIA. Top 25 U.S. Consumer Magazines for June 2014. Disponível em: <http://auditedmedia.com/news/research-and-data/top-25-us-consumer-magazines-for-june-2014/>

AGAMBEN, Giorgio. O que é o contemporâneo. Chapecó: Argos, 2009.

ANTUNES, Elton. **Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico**. Em Questão: Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, vol.13, nº1, 2013.

ARFUCH, Eleonor. **O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

BAKTHIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. 6ªed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BARTHES, Roland. O efeito de real. In: BARTHES, Roland et.al. **Literatura e Realidade**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1984.

BARTHES, R. A mensagem fotográfica. In: **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. 16ª ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

BERGER, Christa. TAVARES, Frederico M. B. Tipologias do acontecimento jornalístico. In: BENETTI, Marcia. SILVEIRA FONSECA, Virginia Pradelina. (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

BERKOWITZ, Daniel; RAAH, Sarah. Conjuring Abraham, Martin and John: Memory and news of the Obama presidential campaign. In: *MemoryStudies*. Sage Publications, p.364-379, 2010.

BERKOWITZ, Daniel. Telling the Unknown through the Familiar: Collective Memory as Journalistic Device in a Changing Media Environment. In: NEIGER, Motti; MEYERS, Oren; ZANDBERG, Eyal. (eds.) **On media memory: Collective memory in a new media age**. Palgrave Macmillan, 2011.

BIBLIOTECA DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Luís Inácio Lula da Silva** – Biografia. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/luiz-inacio-lula-da-silva/biografia-periodo-presidencial> .

BOURDIEU, Pierre. A ilusão biográfica. In: FERREIRA, Marieta e AMADO, Janaína. **Usos e abusos da história oral**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

BRUCK, Mozahir Salomão. **O jornalista e a ingenuidade biográfica**. Lumina: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, vol.5, nº1, junho 2011. Disponível em: <http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/111>.

BRUM, Eliane. **O olho da rua: Uma repórter em busca da literatura da vida real**. São Paulo: Editora Globo, 2008.

BUITONI, Dulcilia Schroeder. Revista e segmentação: dividir para reunir. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

BUREAU DE PROGRAMAS DE INFORMACIONES INTERNACIONAIS (IIP) Digital. **Eleições Americanas**: Colégio Eleitoral. 23 de julho de 2012. Disponível em: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/portuguese/pamphlet/2012/07/201207239475.html#axzz3Hp03Mtic>

BUREAU DE PROGRAMAS DE INFORMACIONES INTERNACIONAIS. Departamento de Estado dos Estados Unidos. **Barack Obama**: 44º Presidente dos Estados Unidos. Disponível em: <http://photos.state.gov/libraries/164149/2011/BarackObama-pt-screen.pdf> .

CALDWELL, C. ZAPATERRA, Y. **Design editorial**: Jornais e revistas – Mídia impressa e digital. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

CASA NOVA, Vera. PAULINO, Graça. Introdução à semiótica. IN: PINTO, Julio. CASA NOVA, Vera. **Algumas semióticas**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2009, p.7-30. Disponível em: [http://issuu.com/grupoautentica/docs/algumas\\_semi\\_ticas](http://issuu.com/grupoautentica/docs/algumas_semi_ticas).

CASADEI, Eliza Bachega. **A construção de personagens no Jornalismo**: Entre a matriz de verdade presumida e a imaginação das urdiduras de enredos. Ciberlegenda: Revista do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense, 2010. Disponível em: <http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/38> .

CASTRO, Edgardo. **Vocabulário de Foucault**: Um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

CHARAUDEAU, PATRICK. **O discurso das mídias**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

CODATO, Henrique. LOPES, Flor Marlene E. **Semiologia e semiótica como ferramentas metodológicas**. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009, p.205-214.

DARCIE, Bethoven Soares. **Reflexões sobre a Memória e o Imaginário**. In: Labirinto: Revista Eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário. Universidade Federal de Rondônia. Ano II n° 4 - Janeiro - Dezembro 2002. Disponível em: <http://www.cei.unir.br/artigo42.html>

DAYAN, D.; KATZ, E. **A história em directo: Os acontecimentos mediáticos na televisão**. Livraria Minerva Editora, Coimbra, 1999.

DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo? In: O mistério de Ariana. Lisboa: Vega, 1996.

DOSSE, François. **O desafio biográfico: escrever uma vida**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Edusp), 2009.

FIGUEIREDO, Rubens. COUTINHO, Ciro. **A eleição de 2002**. Opinião Pública, Campinas, Vol. IX, n°2, Outubro, 2003. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-62762003000200005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762003000200005)

FONSECA, Virgínia Pradelina da S.; VIEIRA, Karine Moura. **A biografia como acontecimento jornalístico**. Revista Líbero, São Paulo, vol. 14, n°28, p.99-108, 2011.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

FOUCAULT, Michel. A arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

GREIMAS, A.J. **Semântica Estrutural: Pesquisa de método**. 2ª ed. São Paulo: Cultrix, 1976.

GREIMAS, Algirdas J. COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1994.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na área da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GRUSZYNSKI, Ana.; CALZA, Márlon Uliana. Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HARTOG, François. **Regimes de historicidade: presentismo e experiências do tempo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

HILLMAN, James. **O código do ser: Uma busca do caráter e da vocação pessoal**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. **Método Semiótico**. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2009, p.193-205.

INSTITUTO LULA. **Lula – Biografia**. Disponível em: <http://www.institutolula.org/biografia>

KITCH, Carolyn. **Keeping history together: the role of social memory in the nature and functions of news**. Revista Aurora, p.64-71, 10: 2011.

\_\_\_\_\_. **Obamabilia and the Historic Moment: Institutional Authority and ‘Deeply Consequential Memory’ in Keepsake Journalism**. In: NEIGER, Motti; MEYERS, Oren; ZANDBERG, Eyal.



(eds.) **On media memory: Collective memory in a new media age**. Palgrave Macmillan, 2011, p.189-200.

KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado: Contribuição à semântica dos tempos históricos**. Rio de Janeiro: Contraponto, Editora Puc-RJ, 2006

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 10º ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

LEVI, Giovanni. Usos da biografia. In: AMADO, Janaína. FERREIRA, Marieta de Moraes (orgs.). Usos e abusos da história oral. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1998.

MAFFESOLI, Michel. **O imaginário é uma realidade** (Entrevista). Porto Alegre: Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia, vol. 1, nº15, agosto 2001. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3123> .

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: Ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MATHEUS, Letícia Cantarella. **Comunicação, tempo, história: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos**. Rio de Janeiro: Mauad X Faperj, 2011.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia: Um produto à venda; Jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 6ª ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988.

\_\_\_\_\_. Entrevista: **O diálogo possível**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

MOUILLAUD, Maurice. TÉTU, Jean-François. **The effect of real** (O efeito de real). Tradução: BRUCK, Mozahir Salomão; SANTOS, Lívia Guimarães Torqueti. Dispositiva, Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas, v.2, nº1, 2013. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/download/6092/5658>.

NÖTH, W. **Panorama da Semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.

MÍDIA DADOS BRASIL. **Revistas: Evolução da circulação dos principais títulos**. Grupo de Mídia: São Paulo, 2014. Disponível em: <http://gm.org.br/midia-dados/2015>

MOREL, Mário. **Lula, o metalúrgico: anatomia de uma liderança**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

MPA. Top 10 Magazine Brands. In: **Magazine Media 360º Brand Audience Report**. The Association of Magazine Media, 2016. Disponível em: <http://www.magazine.org/magazine-media-360/top-ten-lists>

NETO, Antonio Fausto. MOUCHON, Jean. VERÓN, Eliseo. Transformações da midiaticização presidencial: corpos, relatos, negociações. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012.

NETO, João Francisco. **O sistema eleitoral norte-americano e a eleição presidencial**. Revista Jus Navigandi – Doutrina e Peças, 2008. Disponível em: <http://jus.com.br/revista/texto/11640> .

NOGUEIRA, Octaciano. **Sistemas políticos e o modelo brasileiro**. 2.ed. Brasília: Senado Federal, Unilegis, 2012.

OSSA, Carlos. A política das imagens. In: NETO, Antonio Fausto. MOUCHON, Jean. VERÓN, Eliseo. **Transformações da midiatização presidencial: corpos, relatos, negociações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012.

OPINIÃO PÚBLICA. **Encarte de Dados –Tendências**. In: Revista do CESOP, Universidade Estadual de Campinas. Vol. 15, nº1, Junho, 2009. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32911690010>

PENA, Felipe. Teoria da biografia sem fim. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

\_\_\_\_\_. **O Jornalismo Literário como gênero e conceito**. Revista Contracampo, n.17, 2007a. Disponível em: <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/349>

\_\_\_\_\_. **Subjetividade Midiática: Tempo e memória no discurso das biografias contemporâneas**. Psicologia Clínica. Vol.19, nº.1 Rio de Janeiro, 2007, p. 41-55. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-56652007000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-56652007000100004&script=sci_arttext) .

PENN, Gemma. Análise Semiótica de Imagens Paradas. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: Um manual prático**. 2ª ed. Petrópolis, RJ, Editora Vozes: 2002, p.319-342.

PEREIRA LIMA, Edvaldo. **Páginas Ampliadas: o livro reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. 2ªed. São Paulo: Manole, 2004.

POMIAN, Krzysztof. Tempo/temporalidade. In: ROMANO, Ruggiero. (dir.) **Enciclopédia Einaudi**, vol. 29. Lisboa: Imprensa Nacional, 1993, p. 12-91.

\_\_\_\_\_. Krystof. Memória. In: **Enciclopédia Einaudi**. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, v.42, 2000, p.507-516.

REMNICK, David. **A Ponte: Vida e ascensão de Barack Obama**. Tradução Celso Nogueira, Isa Mara Lando. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **A mídia e o lugar da história**. Revista Lugar Comum - n.11, Estudos de Mídia, Cultura e Democracia, Rede Universidade Nômade 2000. <http://uninomade.net/lugarcomum/11/>

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Eleições e (Idade) mídia. In: FILHO, Clóvis de Barros. **Comunicação na pólis: Ensaio sobre mídia e política**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SÁDABA, Teresa. **Framing: El encuadre de las noticias. El binômio terrorismo-medios**. 1ª ed. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

SAMOYAUULT, Tiphaine. **A intertextualidade**. São Paulo: Editora Hucitec, 2008.

SCHIMDT, Benito Bisso. **Construindo biografias... Historiadores e Jornalistas: Aproximações e afastamentos**. CPDOC/Fundação Getúlio Vargas: Revista Estudos Históricos, v.10, nº19, 1997. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/issue/view/285>

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23ªEdição. São Paulo: Cortez Editora, 2010.

SILVA, Gislene. Imaginário coletivo: estudos do sensível na teoria do jornalismo. Porto Alegre: Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia, vol. 17, nº3, setembro-dezembro 2010. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/download/7382/5881>.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Denis (Org.). **Sociedade Midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p.19-31.

SOTO, Marita. Silhuetas ou caricaturas? Um olhar sobre o corpo presidencial na imprensa escrita. In: NETO, Antonio Fausto. MOUCHON, Jean. VERÓN, Eliseo. **Transformações da midiaticização presidencial: corpos, relatos, negociações**. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2012.

TAVARES, Michele da Silva. **Lula e Obama em fragmentos biográficos temporalizados: a vitória presidencial sob o olhar de Veja e The Economist**. In: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). Curitiba: SBPJor, 2012. P.214. ISSN: 23166398. Disponível em: [http://sbpjour.org.br/10encontro/wp-content/uploads/2012/10/caderno\\_Programa\\_CL\\_10Encontro\\_dia-10\\_FINAL-.pdf](http://sbpjour.org.br/10encontro/wp-content/uploads/2012/10/caderno_Programa_CL_10Encontro_dia-10_FINAL-.pdf).

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

TIME. **Media Kit**. Time.Inc., 2015. Disponível em: <http://www.timemediakit.com/>

VEJA **Media Kit**. Publi Abril: Editora Abril, 2015. Disponível em: [http://publiabril.abril.com.br/midia\\_kits?page=4](http://publiabril.abril.com.br/midia_kits?page=4)

VIANA FILHO, Luiz. **A verdade na biografia**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira S/A, 1945.

VILAS BOAS, Sergio. **Biografias e Biógrafos: Jornalismo sobre personagens**. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

\_\_\_\_\_. **Perfis: e como escrevê-los**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

\_\_\_\_\_. **Biografismo: reflexões sobre as escritas da vida**. São Paulo: Editora UNESP, 2008.

Vilas Boas, Sergio (org.). **Jornalistas Literários: Narrativas da vida real por novos autores brasileiros**. São Paulo: Summus, 2007.

VOGEL, Daisi. Revista e contemporaneidade: imagens, montagens e suas anacronias. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. São Paulo: Penso Editora, 2013.

WOLFE, Tom. **El Nuevo Periodismo**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.

ZAMIN, Ângela. MAROCCO, Beatriz. Vertentes dos estudos de acontecimento. In: BENETTI, Marcia. SILVEIRA FONSECA, Virginia Pradelina. (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento: Mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010.

ZELIZER, Barbie. **Why memory's work on journalism does not reflect journalism's work on memory**. In: Memory Studies. SAGE Publications, p.79-87, 2008.

**APÊNDICE A - Reportagens analisadas em *Veja* e *Time* (Ano Eleitoral 2008)**

<b>Momento Eleitoral</b>	<b>Reportagens de Veja</b>	<b>Reportagens de Time</b>
Eleições Primárias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terremoto Obama (nº2043, 16/01/08);</li> <li>- “Eu me esforço em ouvir” (nº2043, 16/01/08);</li> <li>- E a lua-de-mel acabou (nº2051, 12/03/08);</li> <li>- Obama entra para a história (nº2064, 11/06/08);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Game on! (Vol. 171, nº03, 21/01/08);</li> <li>- Breaking down the black vote (Vol. 171, nº04, 28/01/08);</li> <li>- The great divide (Vol. 171, nº07, 18/02/08);</li> <li>- It’s not over yet (Vol. 171, nº07, 18/02/08);</li> <li>- Does experience matter in a presidente? (Vol. 171, nº10, 10/03/08);</li> <li>- The long way home (Vol. 171, nº11, 17/03/08);</li> <li>- The Ghosts of Memphis (Vol. 171, nº14, 07/04/08);</li> <li>- A mother’s story (Vol. 171, nº16, 21/04/08);</li> <li>- How he learned to win (Vol. 171, nº20, 19/05/08);</li> <li>- How he did it (Vol. 171, nº24, 16/06/08);</li> </ul>
Campanha – Eleições Gerais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A constelação Barack Obama (nº2067, 02/07/08);</li> <li>- A incrível chacina genética (nº2075, 27/08/08);</li> <li>- O show e a sua estrela (nº2076, 03/09/08);</li> <li>- Na lama com Obama (nº2082, 15/10/08);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A Faith in simple dreams (Vol. 172, nº01, 07/07/08);</li> <li>- The five faces of Barack Obama (Vol. 172, nº09, 01/09/08);</li> <li>- Where’s the fire? (Vol. 172, nº13, 29/09/08);</li> </ul>
Eleições Gerais	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obama, a resposta (nº2086, 12/11/08);</li> <li>- A longa jornada noite adentro (nº2086, 12/11/08);</li> <li>- O presidente do mundo (nº2086, 12/11/08);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “This is our time” (Vol. 172, nº20, 17/11/08);</li> <li>- Change. What it looks like (Vol. 172, nº21, 24/11/08);</li> </ul>
Posse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- É o começo ou o fim? (nº2096, 21/01/09);</li> <li>- Humildade e Realismo (nº2097, 28/01/09).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- One. Trillion. Dollars. (Vol. 173, nº03, 26/01/08);</li> <li>- We are ready to lead (Vol. 173, nº04, 02/02/08).</li> </ul>
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>17</b>

**APÊNDICE B - Reportagens analisadas em *Veja* (Ano Eleitoral 2002)**

<b>Momento Eleitoral</b>	<b>Reportagens de <i>Veja</i></b>
1º Semestre (Jan-Jun)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Duelo de estilos (nº1737, 06/02/02);</li> <li>- Tolice geográfica (nº1738, 13/02/02);</li> <li>- Em busca do bilionário ideal (nº1740, 27/02/02);</li> <li>- Essa, Lula ganhou (nº1744, 27/03/02);</li> <li>- O brilho da Estrela (nº1748, 24/04/02);</li> <li>- O duelo das feras (ed.1750, 09/05/02);</li> <li>- Empresários na agenda de Lula (ed.1752, 22/05/02);</li> <li>- A vida começa aos 40% (ed.1752, 22/05/02);</li> <li>- Game on! (Vol. 171, nº03, 21/01/08);</li> </ul>
2º Semestre (Campanha)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O poder da faixa (ed.1755, 12/06/02);</li> <li>- Para não sair dos trilhos (ed.1758, 03/07/02);</li> <li>- Lulalice no país das maravilhas (ed.1762, 31/07/02);</li> <li>- O retrato do eleitor (ed.1762, 31/07/02);</li> <li>- Carisma – a atração ao alcance de todos (ed.1764, 14/08/02);</li> <li>- A imagem é tudo (ed.1764, 14/08/02);</li> <li>- Fazendeiros, Fiesp e Febraban (ed.1766, 28/08/02);</li> <li>- Uma saia justa nos candidatos (ed.1768, 11/09/02);</li> <li>- Cristãos-novos do capitalismo (ed.1770, 25/09/02);</li> </ul>
Eleições (1º e 2º turnos)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eles lularam na reta final (ed.1771, 02/10/02);</li> <li>- Em nome do futuro (ed.1772, 09/10/02);</li> <li>- A rota de Lula para o poder (ed.1772, 09/10/02);</li> <li>- A volta que o mundo deu (ed.1772, 09/10/02);</li> <li>- Transição na crise (ed.1774, 23/10/02);</li> <li>- Nem todos que lulam são PT (ed.1774, 23/10/02);</li> <li>- Lula muda a história (ed.1775, 30/10/02);</li> <li>- Vinte anos na oposição (ed.1775, 30/10/02);</li> <li>- O sonho de ser JK é só isso. Um sonho. (ed.1775, 30/10/02);</li> </ul>
Transição e Posse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O mundo decifra Lula (ed.1776, 06/11/02);</li> <li>- O corpo-a-corpo não pode ser assim (ed.1777, 13/11/02);</li> <li>- O médico e a fera do mercado (ed.1782, 18/12/02);</li> <li>- A grande obra do Lula da Espanha (ed.1782, 18/12/02);</li> <li>- Um dia para a história (ed.1784, 08/01/03);</li> <li>- Ele falou em mudar 14 vezes (ed.1784, 08/01/03);</li> <li>- E se ele ainda fosse assim? (ed.1784, 08/01/03);</li> </ul>
<b>Total</b>	<b>33</b>

**APÊNDICE C - Reportagens analisadas em *Time* (1889-2010)**

<b>Momento Eleitoral</b>	<b>Reportagens de <i>Time</i></b>
Ano 1989	- Brazil outsiders are in (27/11/1989) – Nota/ TIME.com
Ano 2002	- Bush's lost continent (Vol. 160, 19/08/2002) - Reportagem/ The Vault - A Brazilian Blair? (04/10/2002) – Reportagem/ TIME.com - A Socialist's Plan to Save Brazilian capitalism (04/10/2002) – Reportagem/ TIME.com - Hugo's crude common ground with America (12/10/2002) – Reportagem/ TIME.com - Something to celebrate (Vol. 160, 21/10/2002) - Reportagem/ The Vault - Brazil's new hope (22/12/02) – Reportagem/ TIME.com
Ano 2003	- Milestones (06/01/2003) – Nota/ TIME.com - The war on poverty (02/03/2003) - Reportagem/ TIME.com
Ano 2004	- Luis Inácio Lula da Silva: Voice of a new world (Vol. 163, 26/04/2004) - Reportagem/ The Vault
Ano 2009	- Lula onscreen: Brazil's president as a superhero (30/12/2009) - Reportagem/ TIME.com
Ano 2010	- The 2010 Time 100 Poll: Luis Inácio Lula da Silva (01/04/2010) – Nota/ TIME.com - The 2010 Time 100: Luis Inácio Lula da Silva (29/04/2010) - Reportagem/ TIME.com
<b>Total</b>	<b>13</b>

**APÊNDICE D – Catalogação das Edições de *Veja* (Obama/Ano 2008)**

EDIÇÃO Nº	DATA	SEÇÃO	CONTEÚDO
2042	09/JAN	Capa Índice  Editorial Veja.com Internacional	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção INTERNACIONAL)  <b>COLÔMBIA</b> Narcoterroristas enganam Chávez (SEM FOTO)  <b>QUÊNIA</b> Abusos políticos e violência tribal (FOTO)  <b>ESTADOS UNIDOS</b> Favoritos à presidência massacrados (SEM FOTO)</p> <p>(Destaques da seção EM VEJA.COM)  A seção Perguntas e Respostas dedica uma nova página a cada um dos três grandes temas de 2008: as Olimpíadas de Pequim, as eleições municipais no Brasil e a escolha do Novo Presidente dos Estados Unidos.</p> <p>Não</p> <p>Esportes e eleições em 2008 (FOTO) (Kátia Perin)</p> <p>- <b>O Massacre de Iowa:</b> Favoritos como Hillary e Giuliani são destroçados na largada para a escolha dos presidentiáveis americanos (S/A), p.53.</p>
2043	16/JAN	Capa Índice  Editorial Internacional	<p><b>Barack Obama:</b> Por que ele é a grande esperança nas eleições americanas (manchete superior)</p> <p>(Destaques da seção INTERNACIONAL)  <b>ESTADOS UNIDOS</b> Barack Obama, o candidato da esperança (FOTO)  <b>AUTOMÓVEIS</b> Indiana Tata lança carro super popular  <b>COLÔMBIA</b> Os horrores do cativo das Farc</p> <p>Não</p> <p>- <b>Terremoto Obama:</b> Por que o jovem senador democrata personifica a esperança de mudanças pós-Bush (Duda Teixeira, Thomaz Favaro), p.56-61.</p> <p>- <b>“Eu me esforço em ouvir”</b> (S/A), p.62.</p>
2044	23/JAN	Capa Índice  Editorial Internacional	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção INTERNACIONAL)  <b>COLÔMBIA</b> Por que as Farc são consideradas terroristas?  <b>ESTADOS UNIDOS</b> Um pacote contra a recessão</p> <p>Não</p> <p>- <b>Para evitar o pior:</b> sem o consenso dos economistas sobre se haverá ou não recessão nos Estados Unidos, Bush anuncia plano de incentivo ao consumo (Thomaz Favaro), p.52-53.</p>
2045	30/JAN	Capa Índice Editorial	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção INTERNACIONAL) Não</p> <p>Não</p>

		Internacional	Não
2046	06/FEV	Capa Índice Editorial Veja.com Internacional	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL) ÁFRICA Nem todos os países estão perdidos <b>ESTADOS UNIDOS</b> Os republicanos encontram seu herói Não Presidentes americanos em áudio e vídeo - <b>O herói republicano:</b> John McCain torna-se o favorito do partido e até pode bater os democratas nas eleições (Duda Teixeira), p.48-49.
2047	13/FEV	Capa Índice Editorial Internacional Opinião	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL) AMAZONAS Os colombianos expulsos de seus país pela guerrilha IRAQUE Nova perversidade da Al Qaeda: a deficiente-bomba <b>EUA</b> A acirrada disputa entre os democratas (FOTO) ALEMANHA Para salvá-lo de incêndio, bebê é jogado de 3º andar Não - <b>As aparências enganam:</b> no Brasil, Hillary seria tucana e Obama, petista? Parece verossímil, mas não é (André Petry), p. 70-73. - Os nossos malandros (André Petry), p. 75.
2048	20/FEV	Capa Índice Editorial Internacional Gente	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> O avanço da candidatura Obama LÍBANO A morte de um terrorista Não - <b>Ele faz Hillary comer poeira:</b> depois da vitória em oito primárias seguidas, Obama dispara na disputa pela campanha da candidatura democrata. Mas sua rival ainda tem chances (Thomaz Favaro), p.92-93. - <b>Pérolas em pé de guerra</b> (Cindy McCain e Michelle Obama)
2049	27/FEV	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não
2050	05/MAR	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não
2051	12/MAR	Capa Índice	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL)



		Editorial Internacional	<b>ESTADOS UNIDOS</b> Fim de lua-de-mel para a candidatura de Obama (FOTO) BANCOS Os mecanismos de controle do mercado financeiro Não - <b>...E a lua-de-mel acabou:</b> Obama, o astro pop da corrida eleitoral americana, perde três disputas, vira alvo de ataques e começa a cair na vida real (André Petry), p.54-58.
2052	19/MAR	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não - Globalização de populações: nunca houve tantos imigrantes no planeta. O desafio será criar regras para viver em harmonia com eles (Thomaz Favaro e Julia Duailibi).  - Cliente 9, No 871 por 4300: O governador de Nova York é flagrado com prostitua e cai. Sua queda não se deve à alcova. Deve-se ao seu moralismo de fachada (André Petry).
2053	26/MAR	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não
2054	02/ABR	Capa Índice Editorial Radar Internacional	Não Não Não <b>GOVERNO</b> Que Obama, que nada (Lauro Jardim) Não
2055	09/ABR	Capa Índice Editorial Internacional Gente	Não Não Não Não Nascidas para a política
2056	16/ABR	Capa Índice Editorial Veja.com Internacional	Não Não Não Conheça os EUA Não
2057	23/ABR	Capa Índice  Editorial Veja.com Internacional	<b>Estados Unidos:</b> os pobres na terra da riqueza (manchete superior)  (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> Cresce o número de pobres ITÁLIA Um país livre de comunistas (Destaques da seção EM VEJA.COM) Na estreia, Hillary Clinton e Barack Obama  Não Quem é quem?  - <b>Os pobres no país dos ricos:</b> na pior crise financeira desde 1929, os EUA começam a conviver com mais gente que não tem onde morar nem o que comer (André Petry), p.72-76.

2058	30/ABR	Capa Índice  Editorial Internacional	Não  (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ELEIÇÕES AMERICANAS</b> Nuvens negras no horizonte democrata PARAGUAI O que esperar do novo presidente  Não  <b>- O dilema democrata:</b> Começar com a Casa Branca na mão e terminar com apenas dois candidatos voando é.. (André Petry), p.74-76)
2059	07/MAI	Capa Índice  Editorial Internacional	Não  (Destaques da seção INTERNACIONAL) ÁUSTRIA Horror no porão: Pai tem sete filhos com a própria filha EUA Pastor racista não desgruda de Barack Obama  Não  <b>- O passeio que virou calvário:</b> Obama rompe com celerado pastor de sua igreja, e deixa uma dúvida no ar: por que mesmo o radical foi seu guia espiritual? (André Petry), p.124-125.
2060	14/MAI	Capa Índice Editorial Radar Internacional	Não Não Não <b>DESCE</b> Hillary Clinton (Lauro Jardim) Não
2061	21/MAI	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não
2062	28/MAI	Capa Índice Editorial Veja.com Radar Internacional	Não Não Não <b>SEÇÕES ON LINE</b> Quem é quem (FOTO) <b>SOBE</b> Barack Obama Não
2063	04/JUN	Capa Índice  Editorial  Geral  Internacional	Não  (Destaques da seção INTERNET) O Youtube nas eleições americanas  Não  <b>INTERNET</b> Votar nunca mais será igual: Na primeira eleição presidencial com o Youtube, a tecnologia muda a paisagem política nos Estados Unidos (André Petry), p.82-86.  Não
2064	11/JUN	Capa	<b>Barack Obama:</b> Ele pode ser o homem mais poderoso do mundo (FOTO DE CAPA) / A falácia da decadência americana (manchete superior)

		Índice	(Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> Obama, o candidato democrata (FOTO) O fim da hegemonia econômica americana? VENEZUELA Chávez cria a delação obrigatória (Destaques da seção VEJA.COM) A seção cronologia conta a história dos Kennedy, a família mais poderosa da política americana
		Editorial	<b>CARTA AO LEITOR</b> Nós e eles
		Veja.com	<b>Família Kennedy</b> (FOTO) <b>A notícia em vídeo</b> (FOTO)
		Veja Essa	<b>Frases de Obama e McCain</b> (FOTO)
		Internacional	- <b>Obama entra para a história:</b> A escolha do primeiro negro para concorrer à presidência dos Estados Unidos por um dos dois grandes partidos quebra um tabu de séculos e manda ao mundo uma mensagem de tolerância. Em cinco meses se saberá se o país lhe dará a chave da Casa Branca (André Petry), p.92-101.  - <b>Os séculos americanos:</b> Japão, nos anos 70, Europa, nos 90, e, agora, China. Eles desbancariam os Estados Unidos. A verdade é que a hegemonia dos EUA não tem data para terminar (Giuliano Guandalini), p.102-105.
2065	18/JUN	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção VEJA.COM) O democrata Barack Obama e o republicano John Mc Cain disputam a presidência dos Estados Unidos. A seção Quem é quem traz o perfil de ambos.
		Editorial	Não
		Cartas	Barack Obama (FOTO)
		Radar	<b>INTERNACIONAL</b> Entendendo Obama
		Veja.com	Obama X McCain
		Internacional	Não
2066	25/JUN	Capa	Não
		Índice	Não
		Editorial	Não
		Veja Essa	Frase de Obama (FOTO)
		Internacional	Não
2067	02/JUL	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> Quem é quem na equipe de Barack Obama O estilo de Michelle Obama <b>ÁFRICA</b> O Zimbábue resume a ruína do continente <b>CORÉIA DO NORTE</b> Um passo atrás do programa nuclear
		Veja Essa	Frases de Obama e Mc Cain (FOTO)
		Internacional	- <b>A constelação Barack Obama:</b> A equipe de assessores de um

			<p>candidato serve de bússola para entender seu pensamento – no caso do democrata, isso também vale, mas não muito (André Petry), p.92-93.</p> <p><b>- Vestida para o poder:</b> Michelle Obama já tem o estilo de primeira-dama, mas por enquanto precisa disfarçar um pouco (Vilma Gryzinski), p.94-95.</p>
2068	09/JUL	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Internacional</p>	<p>Não</p> <p>Não</p> <p>Não</p> <p>LIVROS Conselheira de Obama</p> <p>Não</p>
2069	16/JUL	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Veja Essa</p> <p>Internacional</p>	<p>Não</p> <p>Não</p> <p>Não</p> <p>Frase de McCain</p> <p>Não</p>
2070	23/JUL	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Veja Essa</p> <p>Veja.com</p> <p>Internacional</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção INTERNACIONAL)</p> <p><b>ESTADOS UNIDOS</b> A religião e as urnas</p> <p>FRANÇA Sarkozy quer ser líder mundial</p> <p>ARGENTINA O fracasso do estilo Kirchner de governar</p> <p>(Destaques da seção VEJA.COM)</p> <p>Os dois nomes mais discutidos da política americana atual – Barack Obama e John McCain – são tema da seção Cronologia</p> <p>Não</p> <p><b>Frase de Obama (FOTO)</b></p> <p><b>CRONOLOGIA O próximo presidente dos EUA (FOTO)</b></p> <p><b>QUEM É QUEM</b> Propostas de Obama e McCain</p> <p><b>- Deus salve a América:</b> É notável o poder da religião na política americana, mas a fé tem influência nula na vida política do país (André Petry), p.130-135.</p>
2071	30/JUL	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Panorama</p> <p>Internacional</p>	<p>*Mudança nas seções e no layout de Veja</p> <p>Não</p> <p>(Destaques da seção INTERNACIONAL)</p> <p><b>ESTADOS UNIDOS</b> Campanha presidencial passa pela Guerra do Iraque (FOTO)</p> <p>Balcãs A prisão do carniceiro da Bósnia</p> <p>Não</p> <p><b>SOBE DESCE</b> Sobe - Barack Obama</p> <p><b>- A segunda guerra do Iraque:</b> Depois de bilhões de dólares e milhares de mortes, os EUA debatem na campanha eleitoral o que fazer com o país invadido (André Petry), p.86-87.</p>
2072	06/AGO	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p>	<p>Não</p> <p>PANORAMA Veja Essa (Charge de Obama)</p> <p>Não</p>

		Veja Essa Internacional	Frase de Obama (Charge) Não
2073	13/AGO	Capa Índice Editorial Panorama Internacional	Não  (Destques da seção INTERNACIONAL) VENEZUELA Chávez decreta as medidas rejeitadas no plebiscito <b>ESTADOS UNIDOS</b> Por que a vantagem de Obama é tão pequena  Não <b>SOBE DESCE</b> Desce – Barack Obama  - <b>Não vai ser moleza:</b> Na largada da campanha americana, a surpresa é que Obama, o candidato que tinha tudo para dar de goleada, está patinando para superar McCain (André Petry), p.108-110.
2074	20/AGO	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não
2075	27/AGO	Capa Índice Editorial Internacional	Não  (Destques da seção INTERNACIONAL) COLÔMBIA A vida do homem das Farc no Brasil EUA Os ataques aumentam e Obama cai  Não  - <b>A incrível chacina da genética:</b> Você compraria um livro que chama o pai de um candidato de alcólatra, violento, polígamo, fracassado e suicida? Nos EUA, é best-seller (André Petry), p.106-107.
2076	03/SET	Capa Índice Editorial Panorama Internacional	Não  (Destques da seção INTERNACIONAL) EUA Barack Obama é aclamado candidato à presidência (FOTO)  Não  <b>VEJA ESSA</b> Frase de Michelle Obama (FOTO)  - O show e a sua estrela: Obama quebra um tabu histórico e vira candidato oficial à Casa Branca num evento grandioso, que misturou muita televisão e até um pouco de política (André Petry), p.76-80.
2077	10/SET	Capa Índice Editorial Veja.com	<b>Estados Unidos:</b> O vulcão Sarah Palin pode fritar Barack Obama (manchete superior) (FOTO)  (Destques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> A reação republicana (FOTO)  Não  <b>Os vices nos EUA</b> (FOTO)

		Panorama Gente Internacional	<b>Veja Essa Frase de John McCain (FOTO)</b> <b>Cindy McCain (FOTO)</b> <b>- Como este vulcão pôde estar oculto?</b> Sarah Palin, a vice dos republicanos, pode ter silhueta de bonequinha de luxo, mas no seu primeiro discurso ao país, ela mostrou que morde feito um pit bull de batom. A esperança de Obama é que isso mais atrapalhe que ajude McCain (André Petry), p.60-64.
2078	17/SET	Capa Índice Editorial Internacional	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL) BOLÍVIA Crise ameaça o abastecimento de gás para o Brasil <b>ESTADOS UNIDOS</b> Juntos, candidatos relembram o 11 de setembro. Não <b>- Ação condicionada:</b> Obama e McCain lembram as vítimas do atentado a Nova York. Eles ainda acreditam que todo político tem de parecer durão contra o terrorismo. O eleitor americano, nem tanto (André Petry), p.90-91.
2079	24/SET	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não
2080	01/OUT	Capa Índice Editorial Economia Internacional	<b>Depois de um desastre..</b> (Destaques da seção INTERNACIONAL) Especial Crise: o pacote salvador do governo americano Não <b>- Procura-se um estadista:</b> Na hora em que os EUA enfrentam uma das piores turbulências da história, Bush, “o pato manco”, sofre com sua falta de liderança política – e, para piorar, ninguém parece pronto para assumir seu lugar (André Petry), p.76-79. Não
2081	08/OUT	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não Não - OBS: série de reportagens especiais sobre a crise mundial.
2082	15/OUT	Capa Índice Editorial Veja.com Panorama Internacional	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS A campanha presidencial cai na lama</b> Não <b>Arquivo Veja – Eleições Norte-Americanas</b> <b>SOBE DESCE Sobe Barack Obama</b> <b>- Na lama com Obama:</b> pressionado por maus resultados nas pesquisas, McCain opta por manobra de risco: desferir golpes baixo

			contra o oponente, que já acusado até de “andar por aí com terroristas” (André Petry), p.122-125.
2083	22/OUT	Capa Índice  Editorial Internacional	Não  (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS Obama na reta final na frente de McCain</b>  Não  <b>- O estilo de cada um:</b> Nos debates, McCain pipoca como quem aposta em corrida de cavalos, enquanto Obama fala com a verve de palestrante em reunião de síndico (André Petry), p.96.
2084	29/OUT	Capa Índice Editorial Veja.com Blogosfera Panorama Internacional	Não Não Não Democrata ou Republicano? (FOTO) PODCAST Diogo Mainardi - Eleições nos EUA Imagem da Semana Está por pouco (FOTO) Não
2085	05/NOV	Capa  Índice  Editorial Veja.com  André Petry Internacional	<b>Estados Unidos:</b> Cinco grandes economistas avaliam sobre se o voto alivia a crise (FOTO) (Destaque na margem inferior esquerda)  (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> A força das urnas poderá amenizar a crise? (FOTO)  Não  <b>Eleição nos EUA</b> <b>Colégio Eleitoral</b> <b>Congresso</b> <b>O dia da Posse</b>  <b>O riso de Santos Dumont</b>  <b>- O voto contra a crise:</b> Quando a maior economia do planeta põe em ação a mais genuína máquina democrática do mundo, a pergunta é: o poder das urnas pode amenizar a recessão que já apareceu na esquina? (André Petry), p.80-85.
2086	12/NOV	Capa  Índice	<b>Edição Especial:</b> “Se existe alguém que ainda duvide que os Estados Unidos sejam o lugar onde todas as coisas são possíveis, que ainda questione a força de nossa democracia, a resposta está aqui”.  (Destaques da seção INTERNACIONAL) <b>ESPECIAL (FOTO e CHARGE)</b> O fenômeno Obama O fator raça Artigo: Hélio santos As promessas e a realidade Por que o mundo festejou A exceção americana O que o Brasil pode esperar 44 presidentes, dez eleições decisivas A CNN usa holografia na cobertura das eleições Diogo Mainardi

		<p>Editorial</p> <p>Veja. Com</p> <p>Panorama</p> <p>Blogosfera</p> <p>Veja Essa</p> <p>Internacional – Especial</p> <p>Coluna Hélio Santos</p> <p>Especial</p> <p>Coluna Diogo Mainardi</p>	<p><b>CARTA AO LEITOR</b> O fenômeno Obama</p> <p>A crise de 1929 Obama Presidente</p> <p>IMAGEM DA SEMANA Pit Bull atacada</p> <p>PODCAST Diogo Mainardi Barack ganhou. Eu perdi</p> <p>Frases sobre Obama (CHARGE)</p> <p>- <b>Obama, a resposta:</b> Em 21 meses de campanha, o presidente eleito dos Estados Unidos, Barack Obama, foi testado e provocado por seus oponentes – e também adulado e protegido pela imprensa. Aos ataques e à bajulação, reagiu com dignidade. Mostrou talento incomum e ideais nobres. Sua vitória reafirma o poder americano de renovar o país e surpreender o mundo (André Petry), p.76-82.</p> <p>- <b>A longa jornada noite adentro:</b> A vitória de Obama não acaba com o racismo de cada um, mas é um marco de igualdade racial num país em que o conflito de negros e brancos ainda dói (S/A), p.84-86.</p> <p>- <b>O que Obama tem a ver com o Brasil?</b></p> <p>- O mais duro dos testes: Promessa de campanha não costuma sobreviver à vida real. Mas, devido à crise, vale ainda mais para Obama (Jaime Klintowitz), p.90-91</p> <p>- <b>O presidente do mundo:</b> A eleição de Obama desperta uma onda de celebrações em todo o mundo porque, com ela, os EUA mandaram uma mensagem de tolerância e anunciaram o fim da era Bush (S/A), p.92-93.</p> <p>- <b>Um presidente argentino:</b> a eleição de Obama comprova ou não a teoria da excepcionalidade americana? Podem duvidar, mas o teste da antidiscriminação ficou mais difícil para o mundo inteiro (Vilma Gryzinski), p.94-95.</p> <p>- <b>Promessas para o Brasil:</b> Brasília diz ter captado os seguintes recados do presidente eleito dos EUA: é hora de superar o protecionismo com parceria na questão dos biocombustíveis e reafirmar a liderança regional no Brasil (Otávio Cabral), 96-97.</p> <p>- <b>O poder da alternância:</b> Estadistas ou provincianos, visionários ou primitivos, belicosos ou pacifistas, todos ajudaram o poder americano indo embora no fim do mandato (S/A), p.98-99.</p> <p>- <b>Saudade de Barney e Miss Beazley</b></p>
2087	19/NOV	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Blogosfera</p> <p>Internacional</p>	<p>Não</p> <p>Não</p> <p>PODCAST Diogo Mainardi Imprensa Chapa Branca</p> <p>Não</p>
2088	26/NOV	<p>Capa</p>	<p>Não</p>



		Índice Editorial Internacional	Não Não - Sardinha de Americano: Enquanto o G-20 tratava da crise na cúpula de Washington, americanos mais humildes já barateavam sua dieta e faziam explodir a venda de Spam. Não, nada tecnológico. É a presuntada da foto acima, que alimentou os pobres nos anos 30 e soldados na II Guerra (André Petry).  - A morte de um sonho americano? A GM, a Ford e a Chrysler pedem ajuda para sobreviver. Se não conseguirem, não faltarão carros, mas será o fim de um estilo de vida simbolizado pelos carrões (Thomaz Favaro e Cíntia Borsato).
2089	03/DEZ	Capa  Índice  Editorial  Veja.Com  Blogosfera  Internacional	Não  (Destques da seção INTERNACIONAL) ÍNDIA O ataque do terror islâmico ESTADOS UNIDOS Obama monta “dream team” da economia  Não  Quem é quem Equipe de Obama  PODCAST Diogo Mainardi O quintal da Casa Branca  - <b>Primeira grandeza:</b> Esquadrão anticrise de Obama reúne alguns dos economistas americanos mais testados e respeitados. Resta saber se os egos não vão atrapalhar (Benedito Sverberi), p.80.
2090	10/DEZ	Capa Índice  Editorial Internacional	Não (Destques da seção INTERNACIONAL) ESTADOS UNIDOS Governo Obama: mais do mesmo? Não - <b>Este é o time da mudança?</b> Obama escolhe auxiliares que já atuaram no centro ou na periferia do poder. Juntos, eles têm 143 anos de experiência (André Petry), p.136-139.
2091	17/DEZ	Capa  Índice  Editorial  Panorama  Internacional	Não  (Destques da seção INTERNACIONAL) <b>ESTADOS UNIDOS</b> Governador é preso vendendo vaga no Senado  Não  <b>RADAR</b> Em linha com Obama  - <b>O primeiro escândalo:</b> Quando tudo parecia ir tão bem, apesar de a economia ir mal, Obama se equilibra no meio de um caso de corrupção no eu berço político (André Petry), p.124-127.
2092	24/DEZ	Capa Índice Editorial Internacional	Não Não Não - Três ícones no abismo: Bush anuncia pacote de 17,4 bilhões para salvar a indústria automobilística, cuja falência enterrara um símbolo que moldou a identidade americana para os próprios americanos e para o mundo (André Petry), p.70-73.  - Golpe de 50 bilhões de dólares: O escândalo bilionário da

			pirâmide financeira montada por um figurão de Wall Street é um novo abalo numa economia marcada pela recessão (Thomaz Favaro)
2093	31/DEZ	Capa Índice Editorial Veja.Com  Retrospectiva 2008/ Internacional  Retrospectiva 2008/ Gente  Veja Essa	Não Não Não Imagens Marcantes (FOTO)  - <b>Sonhando acordados</b> , p.98-99.  - <b>Damas de primeira</b> : Antes, Carla. Agora, Michelle. E o termo “mulher de presidente”, tão apagado ganhou poder e glamour (S/A), p.120-121 - Obamista e recordista  Frases sobre Obama (FOTO)
2094	07/JAN	Capa  Índice  Editorial Stephen Kanitz  Blogosfera  Internacional	Não  Não  CARTA AO LEITOR Quando a razão é desrazão (FOTO)  Um castelo de cartas que desaba?  O LEITOR PARTICIPA Grandes fatos de 2008 (FOTO)  Não
2095	14/JAN	Capa Índice  Editorial Gente Internacional	Não (Destaques da seção INTERNACIONAL) ISRAEL O direito à autodefesa <b>ESTADOS UNIDOS</b> Os corruptos que cercam Obama Não De azul para a Casa Branca - <b>Cada presidente tem o que merece</b> : Nenhum dos cinco senhores da foto ao lado passou pela Casa Branca sem se tisonar em algum escândalo de corrupção. O problema de Obama é que ele já andou tropeçando antes da posse (André Petry), p.58-60.
2096	21/JAN	Capa / Especial Estados Unidos  Índice  Editorial  Veja. Com  Especial	<b>Obama</b> : Fim do império ou começo de mais um século americano? (FOTO)  (Destaques da seção GERAL) ESPECIAL OBAMA: O começo ou o fim de uma era? (FOTO)  Não  A hora da mudança  - <b>É o começo ou o fim?</b> Sob uma crise que ameaça a hegemonia americana no mundo, Obama toma posse com um desafio enorme: ou apruma os EUA para manter o país como potência dominante no século XXI ou administra o declínio de uma supremacia que moldou o planeta tal como o conhecemos hoje (André Petry), p.78-83.

			<p>- <b>Uma terra de oportunidades:</b> O mais preciso dos valores americanos, a igualdade de chances de vencer na vida, ganha novo impulso com a posse de Obama (Thomaz Favaro), 84-85.</p> <p>- <b>Quando a liberdade reluz menos:</b> Ao dizimar o poderio financeiro de Wall Street, a crise tisonou o principal produto de exportação americano: a ideia do livre mercado (Marcio Aith), p.85-86.</p> <p>- <b>Um iceberg no caminho:</b> O poder de atração exercido pela indústria de entretenimento sempre foi uma das mais poderosas armas americanas. Mas há um iceberg bem à proa do transatlântico. Talvez nem Obama possa se desviar dele (Isabela Boscov), p.87-88.</p> <p>- <b>A guerra pelo conhecimento:</b> A ciência e a tecnologia, os principais motores da economia americana, dependem do investimento privado. O desafio de Obama é mantê-lo em meio à crise financeira (Carlos Rydlewski), p.88-89.</p> <p>- <b>A responsabilidade e os riscos de ser superpotência:</b> O poder militar dos Estados Unidos não tem rival. Mas a experiência de duas guerras simultâneas e o surgimento de novos inimigos põem em discussão como, em que circunstância e contra quem toda essa capacidade bélica deve ser usada (Duda Teixeira), p.90-91.</p> <p>Não</p>
		Internacional	
2098	28/JAN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Veja.Com</p> <p>Leitor</p> <p>Blogosfera</p> <p>Panorama</p> <p>Internacional</p>	<p><b>Obama:</b> A frieza do presidente PowerPoint</p> <p><b>ESTADOS UNIDOS</b> Obama rompe com políticas do governo Bush</p> <p>Não</p> <p>Noticiário em imagens</p> <p><b>ASSUNTOS MAIS COMENTADOS</b> Barack Obama</p> <p><b>BLOG REINALDO AZEVEDO</b> Obama: andando sobre as águas</p> <p><b>RADAR</b> Barack Obama vem aí</p> <p>- <b>Humildade e realismo:</b> Em contraste agudo com o fausto de sua posse e a arrogância do governo anterior, Obama fala do “medo do declínio” dos EUA, manda uma mensagem de paz e tolerância ao mundo e sepulta a era Bush (André Petry), p.56-61.</p> <p>- <b>O presidente PowerPoint:</b> O discurso de posse de Obama foi arriscadamente didático, rompendo uma tradição em que a retórica vem sempre associada à grandeza (S/A), p.62-63.</p> <p>- <b>Michelle entra na dança:</b> Na posse, a primeira-dama mostra que gosta de brilhos e gosta de novidades. Nem sempre dá certo, mas promete fortes emoções (S/A), p.64-67</p>

**APÊNDICE E – Catalogação das Edições de *Time* (Obama/Ano 2008)**

<b>EDIÇÃO N°</b>	<b>DATA</b>	<b>SEÇÃO</b>	<b>CONTEÚDO</b>
Vol. 171 N.2	14/JAN	Capa  Índice  Editorial  Briefing  Commentary – Joe Klein  The Well	(MANCHETE SUPERIOR) Why independent voters are the key to the Primaries  (Destques da seção THE WELL)  Nation: Iowa – Starting Line: The States gives the Presidential Campaign its push-off (com foto de Obama)  Nation: Iowa – Next Round: Look who might pick candidates  Edição sem editorial  THE PAGE By the numbers (Democrats – foto de Hillary) God-o-meter: Born againg? (McCain – foto)  A tale of two Romneys – The GOP candidate accentuates the positive. Except when he goes negative  <b>Iowa’s finish line</b> (by Mark Halperin)  <b>Independent’s Day:</b> Why “undeclared” voters could well be this year’s kingmakers (by Karen Tumulty)
Vol. 171 N.3	21/JAN	Capa    Índice  Editorial (To our readers)  The Well	(MANCHETE SUPERIOR) <b>Clinton: She’s back. How she did it</b> <b>Obama: Mr. Change recharges</b> <b>McCain: The GOP’s new man to beat</b>  (PRINCIPAL) New Hampshire Special <b>It’s the voters, stupid:</b> Forget the experts. Forget the pools. Forget the TV adds. How the American people defied the odds, upended expectations and gave us a real race  (Destques da seção THE WELL) Nation: Election 2008 hail to the Ballot! (Cover Story)  <b>Our caimpaign staff:</b> Meet the writers, editors and bloggers who bring you Time’s nonpareil – and nonstop – coverage of the election  <b>Caimpain ’08</b> <b>Game on!</b> Left for dead by the experts, Hillary Clinton and John McCain ride a record turnout to victory in New Hampshire. Here’s what’s next in a campaign whose only certainty is uncertainty. (By Nancy Gibbs and David Von Drehle)  <b>Time Interview:</b> “I could sense the change coming” (Hilary Clinton)  <b>Time Interview:</b> “My age would be a factor at any time” (McCain)  (South Caroline) <b>Fight for the party faithful:</b> The Baptiste-heavy state that derailed McCain in 2000 is swooning over Pastor

		<p>Viewpont</p> <p>Commentary – Ramesh Ponnuru</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p>	<p>Huckabee (by Michael Scherer)</p> <p>Dahlia Lithwick – The track of her tears: When Hillary (nearly) wept, women voters saw not just her femininity but also her humanity</p> <p>McCain’s Independent Streak. The GOP needs swing voters to keep the White House. Only one candidate can win them.</p> <p>How Hillary learned to trust herself. Shedding her private dismay that she’s not the most charismatic candidate Clinton allowed her humor – and anger – to peek through.</p>
Vol. 171 N.4	28/JAN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Well</p> <p>Viewpont</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Politics 2008 – The GOP Race: Still up for grabs</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Nation: Michigan – Mitt’s Moment: The CEO candidate returns Nation: South Caroline - Black Voters: What really matters to them</p> <p>Não</p> <p>Washington Memo: Status quo Congress THE PAGE Department of false modesty: Pick me; I’m perfect!</p> <p>The gladiator problem: McCain has staked his career on talking straight. But this year voters want details too.</p> <p><b>Campaign ’08</b> <b>Getting back to business:</b> Jitters about the economy deliver a victory to Mitt Romney in Michigan. Why pocketbook issues will dominate the race ahead (by Michael Duffy and Karen Tumulty)</p> <p><b>Braking down the black vote:</b> After squabbling over race and civil rights, Clinton and Obama finally call a truce. But as the Democrats head into South Caroline, each will have to find a way to win over black voters (by John Cloud)</p> <p>Randall Kennedy – <b>The right shade of black:</b> Some black leaders want Obama to prove his racial royalty. But his eyes should be on a bigger prize.</p>
Vol. 171 N.5	04/FEV	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) The Phoenix: Can John McCain keep rising?</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Nation: McCain – Front and Center: Can the GOP maverick straight-talk his way to the nomination?</p> <p>Nation: Giuliani – Waiting for Rudy: His strategy for Florida</p> <p><b>Commentary: Are Latinos reluctant to vote for a black? No!</b></p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE MOMENT</p>

		<p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Gregory Rodriguez</p> <p>The Well</p>	<p><b>Teaming up:</b> The Clintons lure Obama into the fight he had vowed to avoid</p> <p><b>The war of ideas:</b> Democrats are positioned to solve our biggest problems. But first they’ll need to be bold and creative</p> <p><b>The black-brown divide:</b> Hillary Clinton has done well with Latino voters in the early-primary states. Is that because her opponent is African American?</p> <p><b>The Phoenix:</b> Rising from the ashes again, John McCain may be the GOP’s only hope for winning the White House in November. But he still has to convince Republicans he’s one of them (James Carney)</p> <p><b>Will Rudy shine?</b> Giuliani hopes to erase the first four weeks of the campaign with one big win in Florida.</p>
<p>Vol. 171</p> <p>N.6</p>	<p>11/FEV</p>	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial (To our readers)</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Peter Beinart</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL)</p> <p><b>Why Young voters care again?</b> And why their vote matters</p> <p>(Destques da seção THE WELL)</p> <p>Nation: Youth vote (Cover Story) - It’s their turn Dem’s against Clinton</p> <p><b>Democracy reborn:</b> The 2008 campaign has boosted civic participation among young Americans. Here’s what we’re doing to help that cause.</p> <p>THE MOMENT</p> <p>Mr. Sunshine: Rudy Giuliani’s campaign positively implodes in the Florida primary</p> <p>Foto: Obama wins South Carolina</p> <p>THE PAGE</p> <p>Super Tuesday – The delegate hunt</p> <p><b>The Spoiler:</b> Bill Clinton has cheapened the Democratic campaign and turned his wife into a co-candidacy. Here’s why Hillary would be better off alone.</p> <p>The Bloomberg Delusion: There’s room in the 2008 campaign for a successful third-party candidate. But the mayor of New York City isn’t it.</p> <p><b>Campaign ’08</b></p> <p>“A friend told me this was impossible, that it’s hopeless to try to organize students. Now he says, ‘Where do I sign up?’”. It’s their turn now. (by David Von Drehle)</p> <p><b>Voter’s guide to the issues</b> (by Khristina Dell and Alexandra Silver)</p> <p><b>Endorsement Politics.</b> The head of one Democratic dynasty breaks ranks with the other one (by Karen Tumulty)</p>
<p>Vol. 171</p> <p>N.7</p>	<p>18/FEV</p>	<p>Capa</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL)</p> <p><b>Super Tuesday Special:</b> The struggle for the soul of the Democrats</p>

		<p>Índice</p> <p>Editorial (To our readers)</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Ramesh Ponnuru</p> <p>The Well</p>	<p>(Destaques da seção THE WELL) (Cover Story) Campaign '08: An election gallery The Democrats: Wide open A winning ticket: Dream team The Republicans: McCain and the Right</p> <p><b>Behind the scenes:</b> In this presidential campaign, Time's great photojournalists get up close and personal as no one else can</p> <p><b>Election Excess:</b> It's a super spectacle, but we need a better way to pick Presidents</p> <p><b>Inspiration vs. Substance:</b> Obama's flights of rhetoric are the stuff of legend. But Clinton simply knows more. What this nail biter of a Democratic primary may come down to</p> <p><b>The price of overconfidence:</b> Democrats are giddy about their prospects in November. But have the primaries pushed their candidates too far left?</p> <p><b>Campaign '08 Democrats:</b> The Great Divide (Fotojornalismo) It's not over yet: Supper Tuesday was supposed to settle the Democratic race, but a split decision means it's just getting started - and could get truly ugly (by Karen Tumulty)</p> <p><b>Why not both?</b> Some democratic faithful are floating visions of a dream ticket that marries Obama's energy with Clinton's expertise. But it's only a dream (by Michael Duffy)</p> <p><b>A right fight:</b> McCain has strengthened his claim to the GOP nomination. But growing attacks from conservatives may hurt him in November.</p>
Vol. 171 N.8	25/FEV	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial (to our readers)</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Sullivan:</b> Why the Dems got religion <b>Klein:</b> Why Hillary fell behind <b>Stengel:</b> Why people should choose <b>Kinsley:</b> Why liberals love McCain</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: In the trenches The Democrats: Save the party</p> <p><b>By the people:</b> The Democratic race may be decided by superdelegates. They should follow the voters, not defy them.</p> <p>THE PAGE Campaign insider: A conservative icon and agitator explains why McCain isn't right Superdelegates God-o-meter: The great faith-off</p> <p><b>The Barack Blowout:</b> Hillary has plenty of excuses, but Obama is clobbering her with a smarter, more rigorous campaign</p> <p><b>A losing streak:</b> This is not the race Hillary Clinton expected to be running. How Clinton is retooling her campaign for trench warfare and gambling everything on Texas and Ohio (by Karen Tumulty)</p>

			<b>Finding their faith:</b> a new book shows why religion has cost the Democrats elections – and how they’ve learned from their mistakes (by Amy Sullivan)
Vol. 171 N.10	10/MAR	Capa  Índice  Editorial Briefing  Tuned In – James Poniewozik  In the Arena – Joe Klein  The Well	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>The Bill fator:</b> How he’s affected Hillary’s run</p> <p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>How much does experience matter?</b> (foto: silhueta de Obama)</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign ’08: How much is experience worth? Bill Clinton: For better or worse</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE Campaign Insider: The activist and perennial candidate is spoiling for a fight Debate report card: The final showdown? God-o-meter: Wooing Jews</p> <p><b>Hillary’s SNL strategy:</b> With assists from Amy Poehler and Tina Fey, Clinton tries to close the crucial entertainment-video gap</p> <p><b>As Ohio goes:</b> Middle-class voters are looking for big ideas. The candidate who provides them will win the White House.</p> <p><b>Does experience matter in a President?</b> Hillary Clinton and John McCain are arguing that Barack Obama is too green for the job. But history show that when it comes to the presidency, experience doesn’t guarantee success (by David Von Drehle)</p> <p><b>The science of experience:</b> Would you prefer a doctor who has practiced medicine for 30 years or just 10? Research into expert performance shows that the choice isn’t simple (by John Cloud)</p> <p><b>The bitter half:</b> Bill Clinton was supposed to be a major weapon in his wife’s run for the White House. But with Hillary’s campaign now fighting for survival, is Bill to blame? He, for one, doesn’t think so (by Karen Tumulty)</p>
Vol. 171 N.11	17/MAR	Capa  Índice  Editorial Briefing	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Joe Klein: Finally, the real Hillary The Clintons: How winning trumps all <b>Why Obama is tougher than he looks</b> Interviews: Hillary and Barack trade jabs</p> <p>(MANCHETE PRINCIPAL) The Fighter: How she came back – and why it could be too late</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign ’08: Clinton – The price of Victory Campaign ’08: Obama – Takin’ it to the Net</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE Campaign Insider: This economics guru advises John McCain, for</p>



		<p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Well</p>	<p>free The victor: McCain’s momment God-o-meter: Religious Illiteracy</p> <p>The race goes on: By focusing on national security – and laughing at herself – Clinton managed to stay alive. Now it’s up to Obama to prove he’s not just another politician</p> <p><b>Ready to rumble:</b> Hillary Clinton has rescued her campaign by getting a lot rougher on Barack Obama. But Democrats worry: How much collateral damage will be done before it is over? (by Karen Tumulty and David Von Drehle)</p> <p><b>Time Interview:</b> Clinton – One day at a time</p> <p><b>The long way home:</b> Barack Obama says he’s “got game”, but he’ll need all his movies to stay ahead of Clinton (by Michael Duffy and Nancy Gibbs)</p> <p><b>Time Interview:</b> Obama still confident</p>
Vol. 171 N.12	24/MAR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Campaign Fact-Check:</b> What did Hillary do as First Lady?</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Hillary’s experience</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGES Delegates: The do-over? Electoral Calendar God-o-meter: Changing Churches?</p> <p>VERBATIM Frase de Obama</p> <p><b>Fact-check – How much did she do?</b> Hillary Clinton has staked her candidacy on her years as First Lady. A look at the record shows both the range and limits of her actual experience (by Karen Tumulty)</p>
Vol. 171 N.13	31/MAR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Briefing</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Obama and race:</b> Wil his Frank talk cost him?</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: The economy - How the three candidates differ? Nation: Obama’s faith – The candidate’s pastor</p> <p>Não</p> <p>Obama’s challenge – and ours. His speech on race was a triumph. Now he has to keep telling hard truths</p> <p>THE PAGE Campaign Insider: For Hillary Clinton, an economic adviser who has seen it all before God-o-meter: Preacher troubles</p> <p><b>A voter’s guide to the economy:</b> With a reception looming, It’s</p>

			<p>issue N.1 for the candidates. What will they do turn things around? (by Kristinna Dell and Alexandra Silver)</p> <p><b>Why Obama has a pastor problem:</b> The candidate's own critical, questioning road to faith also led him straight to a controversial mentor (by James Carney and Amy Sullivan)</p>
Vol. 171 N.14	07/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Hillary Clinton:</b> On why she won't quit</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08:Dems – Hillary Clinton Campaign '08: GOP - Buddy System History: Memphis - Martin Luther King Jr.</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE Campaign Insider: An old friend of Obamas is a reassuring presence on the campaign trail By the numbers: That's a whole lot of Pennies Fact-check: Under fire (for real)</p> <p>Silly Season: Both Democratic candidates are bloodied and losing altitude. That's why it might be time to bring back Al Gore</p> <p><b>Still in it to win:</b> Hillary Clinton vows to press on through the summer. But a fight to the convention could damage Democratic hopes for the White House (by Mark Halperin and James Carney)</p> <p><b>Time Interview:</b> Clinton – Don't "shut this race down"</p> <p><b>Once a Senator, never a saint:</b> John McCain's political popularity rests on his reputation as a straight-talking, ax-wielding reformer. So how does he explain his own close ties to special-interest lobbyist?</p> <p><b>The ghosts of Memphis:</b> On the 40<sup>th</sup> anniversary of Martin Luther King Jr.'s assassination, the men who were with him that day recall what they saw – and reflect on America's fitful progress toward realizing King's dream (by David Von Drehle)</p>
Vol. 171 N.16	21/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Raising Obama:</b> How his mother made him who he is (By Amanda Ripley)</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: How America decides Campaign '08: Obama – A mother story (cover story)</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE The age factor Deadlock in Denver? With the nominee undecided, Democrats could face a rocky convention</p> <p>VERBATIM Frase de Hillary</p>

		<p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Well</p>	<p>Petraeus meets his match: The general has made real progress in Iraq. But he doesn't have an answer for Barack Obama.</p> <p>It's their turn now: Second in a series Pennsylvanians are next in line to cast votes for Clinton or Obama. How they decide may foreshadow the election in November (By David Von Drehle)</p> <p><b>“What is best in me I owe to her”. Barack Obama, Dreams from my father. A Mother's Story:</b> Barack Obama's great influence was a woman most Americans know nothing about. How her uncommon life shaped his views of the world (by Amanda Ripley/ Honolulu)</p>
<p>Vol. 171</p> <p>N.17</p>	28/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Time 100</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Obama's working-class woes</b></p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Class wars Campaign '08: Brave new world</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE McCain's nerve center</p> <p>Above the Fray: McCains wants the election to be about real issues. That's a gift to the Democrats - and the country</p> <p>Indicação de Obama</p> <p><b>The bitter lesson:</b> Barack Obama's ill-chosen words have caused a stir, but both candidates face challenges with working-class white voters. Why that could cost the Democrats the White House (by Karen Tumulty)</p> <p><b>Why Dems rule the web:</b> In this campaign, grass-roots organizing has moved online. How the Democrats got the jump on the GOP – and what it could mean in November (by Michael Scherer and Jay Newton- Small)</p>
<p>Vol. 171</p> <p>N.18</p>	05/MAI	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>In the Arena –</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) There can only be one</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) In the arena: Democrat demolition Campaign '08: Next - A guide to Indiana an North Carolina Campaign '08: End game</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE Lingering doubts about Obama The next battlegrounds</p> <p>What's wrong with this Picture? With talk of Katie Couric leaving CBS, politics is looking more diverse than the anchor desk</p> <p>Shrinking democrats: How Obama and Clinton are diminishing</p>

		Joe Klein  The Well	each other and turning a big campaign into a small one  <b>Tell me how this ends:</b> Either Hillary Clinton or Barack Obama is going to capture the Democratic nomination. But how? A look at three possible scenarios shows why they could brawl all the way to Denver (by Karen Tumulty)
Vol. 171  N.20	19/MAI	Capa  Índice  Editorial  Tuned In – James Poniewozik  In the Arena – Joe Klein  The Well	(MANCHETE PRINCIPAL) <b>And the winner* is... *Really, we're pretty sure this time.</b>  (Destaques da seção THE WELL) In the arena: Obama's moment Campaign '08: Clinton Campaign '08: Obama Chicago  Edição sem editorial  Florida Foverer: Na accidentally timely docudrama shows how the election of 2000 led to the obsessions of 2008.  The game changer: Barack Obama has refused to play by the old political rules. He's about to be rewarded for it  <b>The mistakes she made:</b> Hillary Clinton began the race with all sorts of advantages, but she and her advisers never grasped how much had changed (by Karen Tumulty)  <b>How he learned to win:</b> Trounced in his first big race, Barack Obama retooled and won a Senate seat. How the ward politics in Chicago gave Obama an education that has earned him a shot at the presidency (by Michael Weiskopf)
Vol. 171  N.21	26/MAI	Capa    Índice  Editorial  Briefing  In the Arena – Joe Klein  Commentary – Peter Beinart  The Well	(MANCHETE SUPERIOR) <b>Is John McCain healthy enough to be President?</b>  (MANCHETE PRINCIPAL) <b>Surviving the lean economy:</b> How the next President can make America grow again.  (Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Worry? Measuring McCain's melanoma Nation: Economy – A President's Power (Cover Story)  Não  Foto de Obama THE PAGE Special Clip- 'n'-Save Calendar Edition  Hamas hysteria. Smearred by McCain, Obama says he won't talk to the bad guys. They're both failing the leadership test.  The Trailblazers – Obama's backers love to hate the Clintons. But without Bill and Hillary, his candidacy would not be possible  <b>How healthy is he?</b> John McCain has faced personal tests most of us can't imagine. But his bout with melanoma after the 2000 campaign makes his health and his age election issues today. Why

			<p>he's still at risk. (By Michael Scherer and Alice Park)</p> <p><b>How the next President should fix the economy</b> – Your paycheck is shrinking, gas costs \$4 a gallon, and your house is losing value. Here's how to tackle the big issues. (By Justin Fox)</p> <p><b>Voter's guide to the economy:</b> The U.S. has money troubles that are deeper than just one downturn. Who's got the best big ideas?</p>
Vol. 171 N.22	02/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>10 Questions</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Will Michelle Obama hurt Barack in November?</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: What does Hillary want? Campaign '08: Fair game?</p> <p>THE PAGE A weekly political scorecard McCain under influence</p> <p>Straw man diplomacy: McCain is trying to brand Obama as soft on Iran. He should get his own facts straight first</p> <p><b>As the final primaries approach,</b> the Democratic National Committee chairman is at the center of the battle between Hillary Clinton and Barack Obama. Howard Dean will now take your questions.</p> <p><b>What does she want?</b> The primaries nearly done, the Democrats need to make Peace. Will Hillary push to be Obama's Veep pick? Hint: Bill wants her to (by Karen Tumulty)</p> <p><b>The war over Michelle:</b> She signs in a different key on the campaign trail, which has made her a powerful surrogate – and a prime target. (by Nancy Gibbs and Jay Newton-Small)</p>
Vol. 171 N.23	09/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) The McCain's campaign's growing pains</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: GOP McCain's small problem</p> <p>Não</p> <p>THE PAGE Campaign scorecard Clinton's last long shots</p> <p><b>Still prepping for the prime time:</b> Aides who were lobbyists, preachers who are controversial, a murky message. Can John McCain put his campaign back on course?</p>
Vol. 171 N.24	16/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Klein: Why the Clinton dynasty is over Tumulty: Why politics will never be the same Sullivan: Why Hillary didn't win Beinart: Why Iraq is a trap for Barack</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Obama "No drama" Heroics</p>

		<p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>Viewpoint – Amy Sullivan</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Peter Beinart</p> <p>The Well</p>	<p>Campaign '08: Dems County by county</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE MOMENT Past and prologue – At last, the primaries are over. On to the real race.</p> <p>THE PAGE Campaign scorecard Parsing the Veepstakes</p> <p>Gender bender: Hillary Clinton was the strongest female presidential contender ever. Why didn't more women vote for her?</p> <p>Come together: Though she lost the nomination, Hillary Clinton ran a remarkable campaign. How she conducts herself now could unite - or destroy – the Democrats.</p> <p>Barack, don't go: John McCain wants Barack Obama to join him on a visit to Baghdad. But the trip's a trap.</p> <p><b>How he did it:</b> By building a political machine, Barack Obama became the first insurgent Democrat in decades to dethrone a front runner. In a exclusive interview, he describes his path to a history victory (by Karen Tumulty)</p> <p><b>How they voted:</b> A detailed breakdown of the Democratic primaries shows both candidates' strongholds and vulnerabilities</p>
Vol. 171 N.26	30/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Viewpoint – Michael Eric Dyson</p> <p>The Well</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: GOP Tom Halls</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>VERBATIM Frase de Michelle Obama THE PAGE Campaign scorecard</p> <p>The Beltway-Blog battle: As old and new media square off in Campaign 2008, each one is getting more like the other</p> <p>In with the old: Obama says he wants to hire a team of rivals for his cabinet. He should start by keeping Robert Gates</p> <p>The blame game: Obama's rebuke of absentee black fathers may score politically, but it won't help solve the problem</p> <p><b>Inside McCain's Town-Hall Campaign:</b> Unlike Barack Obama, John McCain isn't a great speechmaker. But he has mastered the art of the town-hall meeting. How it could help him win (By Michael Scherer)</p>
Vol. 172	07/JUL	Capa	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) The real meaning of patriotism</p>

N.1		<p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>The Well</p>	<p>(Destaques da seção THE WELL) Nation: Patriotism – We pledge allegiance (Cover story)</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE WORLD 10 essential stories – 3 Beijing: When makes new friends THE PAGE Campaign scorecard Seal of disapproval: The Obama camp’s telling logo gaffe</p> <p><b>The New Patriotism:</b> Americans honor their country in dramatically different ways. Why those differences can make America stronger (By Richard Stengel)</p> <p><b>Patriot Games:</b> Conservatives think patriotism is a tribute to the past. Liberals believe it’s a key to the future. Here’s what both sides can learn from each other (Peter Beinart)</p> <p><b>A cause greater than self</b> (by John McCain)</p> <p><b>A faith in simple dreams</b> (by Barack Obama)</p>
Vol. 172 N.2	14/JUL	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>The Well</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Both candidates are shrewd gamblers Campaign '08: The catholic vote is up for grabs</p> <p>Não</p> <p>THE PAGE Campaign scorecard Sincere flattery: Barack Obama borrows from Bill Clinton’s playbook</p> <p><b>High Rollers:</b> Obama learned the art of politics in backroom poker games. McCain bets thousands at the craps table. What the candidates’ passions for gambling tell us about their presidential ambitions (hint: they both hate to lose) (by Michael Scherer)</p> <p><b>How America decides:</b> Catholic voters in 2008. With the economy and Iraq topping voters concern, abortion has receded into the political background. That puts Catholics up for grabs – and Obama is winning some converts (by Amy Sullivan)</p>
Vol. 172 N.3	21/JUL	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Michael Kinsley:</b> Will the democrats self destruct again?</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Nation – For Obama, the center can be a risky place</p> <p>Não</p> <p>VERBATIM Frase de Obama THE PAGE Campaign scorecard Veepstakes Countdown: With the clock ticking, Obama and</p>

			McCain weigh running-mate options <b>Caught in the middle:</b> Why Obama's centrist shift is turning off the truest believers. (by Jay Newton-Small and Michael Scherer)
Vol. 172 N.4	28/JUL	Capa  Índice  Editorial  Tuned in – James Poniewozik  The Well	(MANCHETE SUPERIOR) <b>Why McCain won't cut Bush loose</b>  (Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Being tied to George W. Bush is a problem for John McCain – and always has been  Não  That's not funny: The flap over New Yorker's Obama cover shows why our body politic needs to lighten up  <b>Frenemies:</b> John McCain has defied George W. Bush more than any other Republican, yet can't escape his shadow. An intimate look at the uneasy alliance that couldn't cost McCain the election (by James Carney)
Vol. 172 N.5	04/AGO	Capa  Índice  Editorial  Briefing  In the Arena – Joe Klein  The Well	Não  (Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: On his tour of world hot spots, Obama talks to TIME about Iraq, Afghanistan and why the latter may be the tougher problem  Não  THE PAGE Campaign scorecard Subway series: What if the fall classic bumps into the fall election?  Blowing his top: McCain's bellicose, against-all-enemies foreign policy is collapsing – and not a moment too soon  <b>Obama's overseas test:</b> His trip to Iraq, Afghanistan and the Middle East was designed to prove that he could be Commander in Chief. In an interview with Time, the candidate's details what he saw and what he heard (by Karen Tumulty)
Vol. 172 N.6	11/AGO	Capa  Índice  Editorial  Briefing  In the Arena –	(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Job #1:</b> The Economy  (Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Economy (Cover Story): Where the candidates stand on the one issue that matters most Campaign '08: Michigan: A tour of a new electoral battleground  Não  THE PAGE Campaign scorecard TV Wars: What political ads say about where the campaign is headed  The recession election: To solve this crisis, the next President will



		<p>Joe Klein</p> <p>Commentary – Ramesh Ponnuru</p> <p>The Well</p>	<p>have to make government work again.</p> <p>When love backfires: Reporters have a crush on Barack Obama. Could that help John McCain with the election?</p> <p><b>A voter's guide to the economy:</b> How Obama and McCain propose to create jobs and ease the pain on Wall Street and Main Street (by Khristina Dell and Alexandra Silver)</p> <p>Michigan Blues: A dreadful economy has Michiganders looking for change in Washington, but doubts about Obama make this Democratic State a toss-up (by Amy Sullivan)</p>
<p>Vol. 172</p> <p>N.7</p>	<p>18/AGO</p>	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Awesome Column – Joel Stein</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR)</p> <p><b>In Their words:</b> Obama and McCain on faith and politics</p> <p>(Destaques da seção THE WELL)</p> <p>Campaign '08: GOP Less candid an more cutthroat, the new McCain is out to win.</p> <p>Campaign '08: Dems Lingering resentment in the Clinton camp</p> <p>How America decides: Why evangelical votes favor McCain</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE</p> <p>Campaign scorecard</p> <p><b>Enough already:</b> Things we would prefer to see banned through Election Day</p> <p>Open to debate: The best way for Obama to defend against the McCain's campaign's attacks is to start a real conversation</p> <p>The Swing voter: She's old and Jewish and lives in Florida. How I think I got my grandmother to vote for Obama</p> <p><b>A whole new McCain:</b> After months of often feckless campaigning, the Arizona Senator has started throwing heat. What's behind McCain's hardball strategy (by Michael Scherer)</p> <p><b>Making up is hard to do:</b> Will the Clintons forge a peace with Camp Obama? It hasn't happened yet (by Karen Tumulty)</p> <p><b>In their words:</b> The candidates on their personal journeys of faith – John McCain/ Barack Obama</p>
<p>Vol. 172</p> <p>N.8</p>	<p>25/AGO</p>	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção THE WELL)</p> <p>Campaign '08: Miami – Why three long held House seats might not go Republican</p> <p>Campaign '08: Minnesota – Would be Senator Al Franken learns to be a politician</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>THE PAGE</p> <p>Campaign scorecard</p>

		<p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>Nerd World - Lev Grossman</p> <p>The Well</p>	<p>270 or Bust: Obama goes for a big win, with risks.</p> <p>What’s wrong with celebrity? The term is being used as an insult. But there are worse things for a leader to be.</p> <p>The off-line American: McCain admits he’s a Net newbie. But does that affect whether he should be a President?</p> <p><b>Big trouble in little Havana:</b> Miami’s three congressional seats have been Republican strongholds. But in a tough year for the GOP, Florida is changing (by Tim Padgett)</p> <p><b>Not so funny:</b> Do all those old jokes work against Al Franken in his race for a Senate seat in Minnesota? You betcha (by Joel Stein)</p>
Vol. 172 N.9	01/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial – To our readers</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Mike Murphy</p> <p>Commentary – Gwen Ifill</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Special Issue: The Democrats</b></p> <p>(Destques da seção THE WELL) Cover Story: The Democrats – Obama’s five faces - and the one he’ll need to win Interview: Karen Tumulty and David Von Drehle with Obama Photo essay: On the road with the Obamas Family portrait: The candidate’s global roots</p> <p>A super political team: Our correspondents, writers, commentators, and bloggers will be at your service on the convention floor and all over Denver.</p> <p>THE PAGE The road to Denver: An incomplete history of Barack Obama’s path to the Democratic nomination THE SKIMMER The Obama Nation</p> <p>Where’s the passion? Obama’s measured style worked in the spring but hurt him over the summer. It might cost him the election</p> <p>A working-class hero? Obama needs to win over voters who didn’t drive hybrids. It could be a long uphill fight</p> <p>Nothing unique about it: A new generation of African-American leaders is stepping up. Obama is just the best known</p> <p><b>When you look at this photo, what do you see?</b> (By David Von Drehle)</p> <p><b>At HQ.</b> The collegial gang around Obama has a rule: “No drama” (by Karen Tumulty)</p> <p><b>Interview:</b> “We’ve got to make sure that people understand the choices that are at stake” (Barack Obama)</p> <p><b>Photo Essay:</b> On the trail with Obama: A candid look behind the scenes</p> <p><b>The family Obama:</b> with roots in Kansas, Kenya and beyond, the</p>

			<p>candidate is a genealogist fantasy (by Amanda Ripley)</p> <p><b>“You need me involved”:</b> How a political novice became a linchpin of the campaign – and a part of history (By Amy Sullivan)</p> <p><b>The hotshots to watch.</b> You may not know all these up-and-coming Democrats yet. You soon will (By Jay Newton-Small)</p>
Vol. 172 N.10	08/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial – To our readers</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Mike Murphy</p> <p>Commentary – Peter Beinart</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Special Issue: The Republicans</b></p> <p>(Destques da seção THE WELL) Cover Story: The McCain code – McCain’s obsession with honor would define his presidency Interview: Chat with a straitlaced candidate whose straight-talking days may be done The team: The guts and brains of McCain’s war room Cindy McCain: The candidate’s wife is not who you think she is Family portrait: Those who have shaped McCain</p> <p>Behind the scenes: Steeped in experience covering John McCain, our political team will get you ready for the Republican Convention</p> <p>THE PAGE The road to St. Paul: An incomplete history of John McCain’s path to the Republican nomination</p> <p>What Bush taught McCain: The GOP candidate’s negative turn is straight out of the Bush campaign handbook</p> <p>Cue the ticket splitters: Millions of voters want divided government. If McCain hopes to win, he needs to speak to them</p> <p>Falling upward: Voters are turning away from the Republicans. But could the GOP actually win by losing?</p> <p><b>Honor</b> (By James Carney)</p> <p><b>Interview:</b> “My record shows that I have put my country first.” (John McCain)</p> <p><b>The poet and the pit bull:</b> Mark Stalker and Steve Schmidt didn’t create John McCain. But they made it possible for him to win (by Michael Scherer)</p> <p><b>Mrs. Maverick:</b> Shaken by stories about her family and money, Cindy McCain steps carefully into the spotlight. How she prepared for her biggest battle yet. (By Nancy Gibbs)</p> <p><b>The Clan McCain:</b> Generations of warriors and strong-willed women produced the Republican nominee (By Kristina Dell)</p>
Vol. 172 N.11	15/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Special Issue: The education of Sarah Palin</b></p> <p>(Destques da seção THE WELL) Campaign ’08: Sarah Palin – Time camps out in Wasilla, Alaska, to paint a full portrait of the VP nominee</p>

		<p>Editorial</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Well</p>	<p>Edição sem editorial</p> <p>Conservative vs. Radical: What the candidates' running-mate picks say about the kinds of Presidents they would be</p> <p><b>Call of the wild:</b> Plucked from obscurity by John McCain, Sarah Palin has scrambled the presidential race. An intimate look at how a frontier mom learned to play the political game (By Nathan Thornburgh)</p>
Vol. 172 N.12	22/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial – To our readers</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>21 Ways to fix America:</b> Second annual National Service issue McCain and Obama reveal their plans for National Service</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Will Palin power win over women? National Service (Cover Story)</p> <p>What can we do: With a special report and by co-hosting a major submit, Time challenges thinkers and leaders to reimagine national service</p> <p>New York: Reading the candidates VERBATIM: frase de Michelle Obama THE PAGE Campaign scorecard</p> <p>The American Myth: Sarah Palin appeals to nostalgia for a country that no longer exist. This year, it might be enough to win</p> <p>Defeat the press: Is it a loser's strategy for McCain and Palin to run against the media? Actually, it would be insanity not to</p> <p><b>The Sarah Show:</b> A front-row view of Sara's Palin campaign debut reveals why her grip on women voters is likely to last (by Michael Scherer)</p> <p><b>A sense of Community:</b> When he takes office in January, our next President will surely take steps to help more Americans serve. But you don't have to wait that long to get started (by Richard Stengel)</p> <p><b>21 Ways to serve America</b></p> <p>IN THEIR WORDS: <b>A call to service (by Barack Obama)</b> <b>Inspiring citizens to do more (by John McCain)</b></p>
Vol. 172 N.13	29/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Anger Management: Why Obama is keeping it cool</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Democratic panic – Why jittery supporters worry that Obama has lost his mojo Campaign '08: The mom vote - Why white women over 45 may be a key to election Campaign '08: Fact check – Sizing up the claims the candidates are making</p>

		<p>Editorial – To our readers</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p>	<p>Getting it straight: From the campaign to the financial crisis, in print and online, Time is taking new approaches to meet a familiar goal – giving you the truth</p> <p>THE PAGE Campaign scorecard A brief history of Presidential debates Drawing room</p> <p>The lying game: Every politician stretches the truth. But McCain is running a uniquely dishonest campaign</p> <p><b>The price of greed:</b> For years the financial markets roared along as if were nothing to fear. Now it's payback time – and all of us will be feeling the pain (by Andy Serwer)</p> <p><b>Where's the fire?</b> Barack Obama has Democrats worried. But the candidate is calm. Here's why (by Michael Grunwald)</p> <p><b>Maxed-out moms:</b> A new Time poll shows John McCain and Sarah Palin are winning over the swing voters that both sides need in November. But will it last? (by Karen Tumulty)</p> <p><b>Facts, Fables and Fibs:</b> Both candidates say they want to run a clean campaign. In reality, they are tossing mud in every direction (by Michael Scherer)</p>
Vol. 172 N.17	27/OUT	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Awesome Column – Joel Stein</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Joe Klein reviews: The Final Debate</p> <p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Does temperament matter?</b> How a president's personality can determine success - or failure – in times of a crisis</p> <p>(Destques da seção THE WELL) Campaign '08: Temperament – The candidate's indefinable somethings and whether they matter; a few historians weigh in Campaign '08: Dems – Is a slew of blue headed to the Senate?</p> <p>Taking the temperature: In the campaign homestretch, Time – with some wise friends – sizes up the qualities we should look for in a President</p> <p>THE PAGE Campaign scorecard</p> <p>Round three: McCain summoned old-fashioned anti government outrage in the final debate. But this is a different year.</p> <p>Early action: What kind of people vote a month before the campaign ends? People who know what they're doing</p> <p><b>Does temperament matter?</b> Call it reflexes in a crisis. Or insists under pressure. The qualities that a President needs to succeed are both essential and elusive (by Nancy Gibbs)</p>
Vol. 172	10/NOV	Capa	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>How they would govern?</b> By David von Drehle</p>

<p>N.19</p>		<p>Índice</p> <p>Editorial – To our Readers</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>The Awesome Column – Joel Stein</p> <p>The Curious Capitalist – Justin Fox</p> <p>The Well</p>	<p><b>Hidin’ Biden</b> by Karen Tumulty  <b>The candidates on the issues</b> by Amy Sullivan  <b>The battle for Ohio</b> by Amy Sullivan</p> <p>(MANCHETE PRINCIPAL)  <b>Special Issue: The choice</b></p> <p>(Destaques da seção THE WELL)  Campaign ’08: <b>How they’d govern</b> – The differences between an Obama and a McCain presidency would be significant</p> <p>The final lap: As our political team previews a historic presidential election, we honor a Time stalwart who made history of his won</p> <p>Drawing room  THE PAGE  Campaign scorecard</p> <p>If Obama wins: His challenge from the start will be getting two big issues - one foreign, one domestic – right</p> <p>The Urkel effect: Barack Obama may conquer racial prejudice, but he can beat back America’s nerdophobia?</p> <p>Time to pay the price: Forget the tax cuts promised on the campaign trail. The tax burden is headed up, not down</p> <p><b>How they would lead:</b> No matter who wins, the 44<sup>th</sup> U.S. President will inherit a nation in a world of hurt. A look at how each man would face an epic challenge (by David von Drehle)</p> <p><b>Last stand:</b> Ted Stevens is a convicted felon. What his uncertain future means for Alaska and the GOP (by Natan Thornburgh)</p> <p><b>Where they stand:</b> A survey for the candidates’ positions on the key issues - and how, in their words, each man would tackle some of the biggest questions.</p> <p><b>Decision Day in a red town:</b> Ohio’s Hamilton County has long been one of the nation’s most reliably republican’s areas. Will it tip the election to Obama this year? (by Amy Sullivan)</p> <p><b>Hidin’ Biden:</b> Though Obama’ campaign struggles to keep his voluble running mate in check, Biden has been valuable in connecting with swing-state voters (by Karen Tumulty)</p> <p><b>Moments to remember:</b> Yes, It is an unforgettable political campaign. But what people recall most depends on whom you ask. A gallery of voices on the legacies of Campaign 2008</p> <p><b>The 24-Minute News cycle:</b> Feeling agitated this election? You’re not the only one. With ever more forums for snark, stats and scandal, campaign 2008 was covered exhaustively and exhaustingly. Here’s who did it best (by James Poniewozik)</p>
<p>Vol. 172</p>	<p>17/NOV</p>	<p>Capa</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL)  <b>Commemorative Issue</b></p>

N.20		<p>Índice</p> <p>Editorial – To our Readers</p> <p>Briefing</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>The Well</p>	<p>President-elect Barack Obama, Chicago, November 4, 2008 “Change has come to America”</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Campaign '08: Yes, he did – In a sweeping finale to a historic election, Barack Obama wins the presidency How Obama won: A state-by-state look The Senate: A democratic surge The House: Who won and who lost. Plus, state races and initiatives 10 Campaign Firsts: How 08 was different Campaign diary: Insiders look back</p> <p>Ideas matter: It was an exceptional election, we focus on the themes – and the candidate - that defined it. And in the end, democracy triumphed</p> <p>The Moment: 11/04/08: Chicago Verbatim (Frase de Obama) Pop Chart: Campaign '08</p> <p>Passing the torch: Obama’s victory heralds a new generation of leaders – and an America that is still taking shape</p> <p>Whiteboards out, Holograms in: Their old authority gone, election-night anchors make up for gravitas with gadgets</p> <p><b>This is our time</b></p> <p><b>How Obama won:</b> Riding a wave of new voters and responding to the economic concerns of older ones, he redraws the Democratic route to the White House</p> <p><b>A blue tide:</b> Democrats expand their reach at all levels of government</p> <p><b>10 Things that never happened before:</b> A black nominee. A presidential spouse on the trail. The Campaign created more firsts than any other in U.S. history</p>
Vol. 172 N.21	24/NOV	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial – To our Readers</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>The transition: Why team Obama is ready to roll</b></p> <p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>The new new deal:</b> What Barack Obama can learn from F.D.R – and what the Democrats need to do</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) COVER STORY – Obama’s Team: The President-elect prepares for a tricky transition New Liberal Order: Obama’s win signals a sweeping change Viewpoint: A look at black community</p> <p>Marking History: At epochal moments, people rely on Time to commemorate and cover them. Here’s how to get our special issue and upcoming book</p> <p>Seeing green: Obama says his top priority will be creating a new energy economy. Here’s how he could do it.</p>

		<p>Commentary – Ta – Nehisi Coates</p> <p>The Well</p>	<p>The Messiah Myth: Americans hope Obama’s election can save the black community. But we’re saving ourselves</p> <p>Change. What it looks like: With the election won, the Obama team faces the realities of governing. What the transition reveals about the kind of President Obama will be (by Karen Tumulty)</p> <p>The new Liberal Order: The Obama presidency is just the beginning. Why shifting attitudes about Government could make Democrats the ruling party for a generation (by Peter Beinart)</p>
Vol. 172 N.23	08/DEZ	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Commentary – Peter Beinart</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) <b>Why Obama’s presidency has already began... ... And Joe Klein on why Bush’s is already over</b></p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Nation: <b>The Economy</b> – Obama can’t afford to wait until Jan. 20 to launch his historic assault on the financial crisis</p> <p>Commentary: Obama is picking hawkish advisers to pursue a dovish foreign policy</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>Team of Hawks: Why the biggest roles for Obama’s foreign policy picks will be the ones they play at home</p> <p><b>Why he just can’t wait:</b> Taking control of economic policy, Obama has assembled a team charged with preventing a depression. Inside their race against time (by Massimo Calabresi and Justin Fox)</p>
Vol. 172 N.24	15/DEZ	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE SUPERIOR) Team Obama: Strong Résumés, Strong egos</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) <b>Obama’s team:</b> Can old rivals and big egos play nice together?</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>VERBATIM – Media / Back and forth (Frase de Obama)</p> <p><b>A new world order:</b> Obama’s national security team has talent, experience and a tendency to disagree on major policy issues. Can it work? Keep an eye on the 6-ft. 5-in. general. (by Karen Tumulty and Mark Thompson)</p>
Vol. 172 N.25	22/DEZ	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>The Well</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) ELECTION 08: Minnesota knows how to run a recount vote</p> <p>Edição sem editorial</p> <p><b>Governor gone wild:</b> “I’ve got this thing, and it’s [bleeping] golden. I’m just not giving it up for [bleeping] nothing”. (Governor Rodblagojevich)</p>



<p>Vol. 173 N.3</p>	<p>26/JAN</p>	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Briefing</p> <p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>Commentary – Ramesh Ponnuru</p> <p>Commentary – Richard Norton Smith</p> <p>The Well</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Inauguration Preview:</b> A new President and the burdens that await him. Great expectations.</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Inauguration Preview <b>Agenda:</b> How to get a trillion dollars and come out ahead Treasury Chief: Can Tim Geithner rescue the economy? <b>Party time:</b> A guide to Inaugural Festivities <b>Fashion:</b> Michelle may be the most stylist First Lady since Jackie <b>Gallery:</b> Reflections on the poignancy of a historic moment <b>Next chapter:</b> For Obama’s backers, the work has just began</p> <p>Edição sem editorial</p> <p>POP CHART</p> <p>Change vs. More of the same: As after 9/11, the media will be covering a popular Prez in a crisis. Can they do better this time?</p> <p>Town Overboard: Washington has a bad case of Obamamania. Here’s hoping the fever breaks soon.</p> <p>The Ghosts of 33: like Obama today, F.D.R. aimed to raise the spirits of a nation. Making peace with his predecessor was harder</p> <p><b>One. Trillion. Dollars.</b> That’s how much money Barack Obama says is needed to kick-start the economy. How he spends it could determine the fate of his presidency. (by Michael Grunwald)</p> <p>No time to waste. More than any other official, new Treasury chief Timoty Geithner bears the burden of rescuing the U.S. economy. Is he the right man for the job? (by Bill Powell)</p> <p><b>Mapping the Occasion:</b> Parties, prayer services and a parade! A guide to Washington’s megabash for the 44<sup>th</sup> President (by Ingo Fast)</p> <p><b>America’s next top model:</b> When it comes to style, Michelle Obama brings a welcome sense of authority and a dash of whimsy to the White House (by Kate Betts)</p> <p><b>One dream realized:</b> They paved the way for Barack Obama’s historic Inauguration, to be held just one day after the nation’s annual celebration of Martin Luther King Jr.</p> <p><b>The Permanent Campaign:</b> Linked by e-mail and Facebook, millions of Obama backers are staying involved - and gearing up for 2012 (by Michael Scherer)</p>
<p>Vol. 173 N.4</p>	<p>02/FEV</p>	<p>Capa</p> <p>Índice</p>	<p>(MANCHETE PRINCIPAL) <b>Commemorative Issue:</b> President Obama – January, 20, 2009</p> <p>(Destaques da seção THE WELL) Inauguration Issue <b>Gallery:</b> Poignant snapshots of a historic Inauguration Day <b>In the Arena:</b> Joe Klein reflects on presidential history being made</p>

		<p>Editorial</p> <p>Tuned In – James Poniewozik</p> <p>In the Arena – Joe Klein</p> <p>Commentary – Peter Beinart</p> <p>The Well</p>	<p>– and Obama’s path forward</p> <p><b>Behind the scenes:</b> photographer Callie Shell’s intimate look at a new First Family</p> <p><b>Ram Emmanuel:</b> Obama’s chief of staff gets to work</p> <p><b>Democracy’s Big Day:</b> In words and images, Time’s Inauguration Issue marks an America political ritual and signals a new beginning</p> <p>Pop goes Washington: The new President embodies a changing culture. But can he change the culture’s tone too?</p> <p>A new destiny: Barack Obama’s Inauguration showed the world a more sober, civil and exuberant America</p> <p>The Solvency Doctrine: To restore American power, Obama needs a foreign policy that recognizes its limits</p> <p><b>“We are ready to lead”</b> – Barack Obama, The 44<sup>th</sup> President of the United States</p> <p><b>Photographer’s Notebook:</b> Tm’s Callie Shell provides a behind-the-scene glimpse of a family on the edge of history</p> <p><b>An Enforcer Named Emmanuel:</b> Barack Obama tapped Rahm Emanuel, a fierce infighter, as his chief of staff. Is he cool enough to manage a high-octane White-House team? (by Karen Tumulty and Michael Scherer)</p>
--	--	---	---

**APÊNDICE F – Catalogação das Edições de *Veja* (Lula/Ano 2002)**

<b>EDIÇÃO Nº</b>	<b>DATA</b>	<b>SEÇÃO</b>	<b>CONTEÚDO</b>
1733	09/JAN	Capa Índice Editorial Radar Brasil	Não (Destaques da seção BRASIL) Não Não Sucessão: Aécio, o sombra Não
1734	16/JAN	Capa  Índice  Editorial  Radar  Brasil	Não  (Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> José Serra entra na campanha presidencial (FOTO) TRIBUNAL DE CONTAS O abuso de alguns conselheiros  Não  <b>Governo</b> Malan processa Lula  <b>Serra agarra a sua chance:</b> O PSDB faz a escolha óbvia para disputar o Planalto. Agora, o candidato tem até junho para subir nas pesquisas e provar que é viável (Felipe Patury)
1735	23/JAN	Capa  Índice  Editorial  Radar  Brasil	<b>Serra X Roseana:</b> O primeiro round (manchete superior) PRINCIPAL: Miséria – O grande desafio do Brasil  (Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> Serra vai à luta e Roseana contra-ataca ESTADOS No reino das primeiras-damas GOVERNO Eduardo Jorge volta à ativa PORTO ALEGRE Um fórum com mais conteúdo e menos carnaval SÃO PAULO A banda padre das polícias STF Futuro presidente nomeará cinco ministros  Não  <b>Política</b> Lula deixa EUA para depois  <b>O alvo é Roseana:</b> Serra tenta mostrar que ele, e não ela, pode ser, ao mesmo tempo, o herdeiro da estabilidade do governo FHC e o agente das mudanças (Maurício Lima)
1736	30/JAN	Capa  Índice  Editorial  Radar  Veja Essa	<b>IBOPE:</b> Garotinho sobe e alcança Roseana (manchete superior) PRINCIPAL: O Brasil ensanguentado  (Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> Garotinho sobe e alcança Roseana TOCANTINS Os amplos laços partidários do governador ENERGIA O apagão está acabando DROGAS Laudo não esclarece a morte de Cássia Eller  Não  <b>Política (Notas):</b> Brilho Fulgaz; Lição de Casa; A costura da sucessão; Quem dá mais?  FRASE DE LULA

		Brasil	<b>O azarão está no páreo:</b> Garotinho alcança Roseana e embola a corrida sucessória (Daniela Pinheiro)
1737	06/FEV	Capa Índice Editorial Radar Brasil	Não (Destques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> O governo mergulha na campanha JUSTIÇA A pesada condenação dos ex-donos do Banco Nacional CRIME As confissões da polícia no caso Celso Daniel Não <b>Política (Nota):</b> Sincretismo baiano <b>Duelo de estilos:</b> Num início precoce de campanha, Serra sai em busca de apoio político e Roseana aposta no apoio popular (Maurício Lima)
1738	13/FEV	Capa Índice Editorial Radar Brasil	Não (Destques da seção BRASIL) CRIME As conexões dos grandes sequestros no Brasil <b>SUCESSÃO</b> A briga pela Vice-Presidência DISTRITO FEDERAL Roriz, um governador muito enrolado com a justiça Não Ele e ela marcaram uma conversa (FOTO) <b>Tolice Geográfica:</b> Candidatos tentam montar chapas com equilíbrio regional, mas o eleitor nem presta atenção nisso (Maurício Lima)
1739	20/FEV	Capa Índice Editorial Radar Brasil	Não (Destques da seção BRASIL) Não Corte de gastos em ano eleitoral <b>Política (Notas):</b> Roseana ainda tem fôlego; O grande eleitor. Não
1740	27/FEV	Capa Índice Editorial Entrevista Radar Veja Essa	<b>ROSEANA, GAROTINHO, LULA E SERRA:</b> O ponto fraco de cada um (manchete superior) (Destques da seção BRASIL) MARANHÃO Os indicadores da gestão de Roseana SEGURANÇA Maquiagem nos números de Garotinho <b>SUCESSÃO</b> O PT caça vice bilionário no PL RIO DE JANEIRO A dengue se alastra e assusta JUSTIÇA A polêmica prisão de Jader Barbalho Não <b>José Serra – Hora de Avançar:</b> O ex-ministro da Saúde dá início à campanha, reclama das fofocas eleitorais e antecipa seu plano de metas (Maurício Lima e André Petry) Luz amarela para Lula Frases

		Brasil	<p><b>O fantasma do Maranhão: Roseana quer defender os índices socioeconômicos de sua gestão – mas, em alguns casos, é impossível (Maurício Lima)</b></p> <p><b>O marotinho:</b> Governador do Rio usa matemática esperta em anúncio sobre queda nos índices de violência (Lucila Soares)</p> <p><b>Em busca do bilionário liberal:</b> Numa aliança esdrúxula, o PT quer aproximar-se do seu oposto, o Partido Liberal (José Edward e Policarpo Junior)</p> <p><b>A sombra da dengue:</b> O mosquito não estava convidado, mas atrapalhou a festa de despedida do ministro da Saúde (Ronaldo França e Marcelo Carneiro)</p>
1741	06/MAR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>PF faz devassa em empresa da governadora Roseana (manchete superior)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  <b>ELEIÇÕES</b> O TSE e o novo processo eleitoral  Quem tira o voto de quem, segundo as pesquisas  SÃO PAULO Empreiteiro denuncia Maluf  RIO DE JANEIRO A luta dos brasileiros contra a dengue é antiga</p> <p>Não</p> <p><b>Política (notas):</b> Serra na cola de FHC; Garotinho desconhecido; Eterna preocupação; Cobranças radicais; O campeão do muro - PL</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>A Bomba 55:</b> Por 5 votos a 2, o TSE resolve mudar as regras sobre as alianças eleitorais. Com isso, implode, no meio do jogo, todas as negociações feitas até agora e colhe uma inédita e violenta cascata de críticas (Maurício Lima e Vannildo Mendes)</p> <p><b>O inimigo de cada um...</b> O crescimento de Roseana mostra que ela suga votos de todos os outros candidatos (Maurício Lima)</p>
1742	13/MAR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Brasil</p>	<p>A candidata que encolheu (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> A candidatura de Roseana cai 5 pontos  A farsa das explicações para o milhão  A riqueza da família Sarney e de Jorge Murad  A usina de 1,4 bilhão de reais</p> <p>Não</p> <p><b>Política (notas): Não pegaram o espírito da coisa..; O calo de Lula; A Roseana do PFL</b></p> <p><b>A candidata afundou:</b> Roseana convenceu o PFL a sair do governo. Agora, precisa convencer o eleitor de que não tem nada a ver com as fraudes da Sudam (Maurício Lima)</p> <p><b>O novo show do milhão:</b> Descoberta de 26.800 notas de 50 reais num cofre de Murad leva à pergunta que não quer calar: afinal, de onde veio essa dinheirama? (Policarpo Junior)</p>

			<p><b>A família de 125 milhões de reais... e um genro:</b> Dois impérios do Maranhão, os Sarney e os Murad, aparecem unidos na suspeita de fraudar a Sudam (Malu Gaspar)</p> <p><b>A fraude está até na placa:</b> Roseana e Murad trabalharam para conseguir dinheiro público para a Usimar, o megaescândalo da Sudam que teria sido a fábrica de autopeças mais cara do mundo (Alexandre Oltramari)</p>
1743	20/MAR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Ponto de Vista</p> <p>Radar</p> <p>Contexto</p> <p>Brasil</p>	<p>Campanha Eleitoral: A guerra dos dossiês (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> A virada na corrida presidencial  A guerra suja dos dossiês  A nova mentira de Jorge Murad  José Serra toma o segundo lugar, que era de Roseana  As oligarquias locais perdem poder nacional</p> <p>O caso das oligarquias</p> <p>Luiz Felipe de Alencastro – Roseana, Joana D’Arc e a política</p> <p>Lula e Jospim</p> <p>O peso do candidato</p> <p><b>É a vez de Serra:</b> O tucano rouba o lugar de Roseana Sarney nas pesquisas e deixa mordida a cúpula do PFL, que só fala em vingança</p> <p><b>E as bruxarias andam soltas:</b> Numa guerra suja, a base aliada se engalfinha com grampos e dossiês (Felipe Patury e Marcelo Carneiro)</p> <p><b>A sétima mentira sobre o dinheiro:</b> Nem mesmo quando disse falar a verdade Murad deixou de contar uma nova lorota (Policarpo Junior e Malu Gaspar)</p> <p><b>O homem da máquina já incomoda:</b> Serra cresce nas pesquisas, vira alvo do PFL e, pela primeira vez, demonstra fôlego para chegar ao segundo turno (Maurício Lima)</p> <p><b>O começo do fim das oligarquias:</b> As dinastias políticas regionais veem seu poder ser confinado aos redutos eleitorais (Daniel Hessel e José Edward)</p>
1744	27/MAR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> José Sarney vai ao ataque  Serra busca apoio para sair do gueto tucano  Prévias do PT confirmam a candidatura de Lula  SÃO PAULO O estilo Marta Suplicy de se vestir</p> <p>Não</p> <p><b>Sucessão (Notas):</b> Reconciliação à vista?; Voz do candidato; Outra do Garotinho; As campanhas de Duda.</p>

		Brasil	<p><b>Exagerado no ataque, fraco na defesa:</b> Sarney compara o governo com nazistas e nada diz sobre a dinheirama da Lunus</p> <p><b>Serra sai do gueto:</b> O tucano conquista o PMDB e arrasta asa para quem antes torcia o nariz (Maurício Lima e Malu Gaspar)</p> <p><b>Essa, Lula ganhou:</b> Ao derrotar Suplicy, o candidato do PT obtém sua primeira vitória desde 1989 e promete agora lançar o PL (Luís Henrique Amaral)</p> <p><b>Parabéns, Marta!</b> Mulheres, morram de inveja: o guarda-roupa da prefeita de São Paulo é simplesmente um luxo. Em sua festa de 57 anos, ela estava o máximo (Scheila Grecco).</p>
1745	03/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> Serra ganha com decisão do TSE  RIO DE JANEIRO Garotinho e o populismo como nos velhos tempos  REFORMA AGRÁRIA A bagunça promovida pelo MST</p> <p>Não</p> <p><b>Política (notas):</b> Culpa de quem?</p> <p>Frase de Lula</p> <p><b>Ganham Lula e Serra:</b> TSE autoriza alianças locais para partidos sem candidato a presidente e instala a bagunça no quadro eleitoral (Lucila Soares)</p> <p><b>Um candidato bom de boca:</b> Garotinho deixa o governo do Rio e faz da campanha à Presidência um show de populismo (Marcelo Carneiro e Ronaldo França)</p> <p><b>Os sem-limite atacam de novo:</b> Na ação mais espetacular e agressiva de sua história, o MST invade a fazenda de FHC</p>
1746	10/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> Serra ganha com decisão do TSE  ESTADOS Os governadores que vão tentar a reeleição  GOVERNO FHC monta ministério com o segundo escalão  TSE Segue a confusão eleitoral</p> <p>Não</p> <p><b>Política (notas):</b> A alvorada de Ciro e Roseana; Alô, alô 1; Alô, alô 2; Serra se protege; <u>Lula “light” ataca na TV</u>.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>O primeiro tropeço:</b> Serra perde o vice dos seus sonhos e os tucanos correm para evitar que o PMDB se derreta nas próprias divisões internas (Maurício Lima)</p> <p><b>Os que vão e os que ficam:</b> Dos 27 governadores, onze tentarão a</p>

			<p>reeleição, sete o Senado e dois a Presidência da República. Outros sete permanecem no cargo, com futuro político indefinido (Luís Henrique Amaral)</p> <p><b>Festa do segundo escalão:</b> Com a promoção de técnicos, só quatro dos 25 ministérios são agora ocupados por políticos (Maurício Lima)</p> <p><b>A grande confusão:</b> Todo mundo dá palpite e ninguém resolve</p>
1747	17/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p><b>O erro de Roseana e Murad:</b> Eles pensaram que o Brasil era o Maranhão (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> Candidatura de Roseana fica insustentável</p> <p>Não</p> <p><b>Política (notas):</b> Lula à francesa; Serra não perdoa.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>A candidata que virou pó:</b> Depois de todas as explicações que não convenceram, Roseana diz ao PFL que está fora do jogo da sucessão (Maurício Lima, Alexandre Oltramari e Policarpo Junior)</p>
1748	24/ABR	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) POLÍTICA As alianças esdrúxulas da campanha presidencial PFL tende a não apoiar ninguém na sucessão COMUNICAÇÕES Anatel segura a onda das fusões das teles ELEIÇÕES Lula sobe nas pesquisas</p> <p>Não</p> <p><b>Política (notas):</b> Caixinha à vista; Petista não entra; Pago, mas na surdina.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>É possível? Possível, é. Mas...</b> Esta campanha se transformou numa vitrine de jacarés com cobras d'água, como mostrou a turma do Ciro (Maurício Lima e Vannildo Mendes)</p> <p><b>...A solução do PFL deve ser outra:</b> Metade da base parlamentar do partido não quer apoiar ninguém (Maurício Lima e Vannildo Mendes)</p> <p><b>Lei do silêncio:</b> Governo tenta abafar uma crise que já está em ebulição no setor de telecomunicações</p> <p><b>O brilho da estrela:</b> Lula está em seu melhor momento nas pesquisas e com uma campanha cada vez mais profissional (Maurício Lima)</p>
1749	01/MAI	<p>Capa</p> <p>Índice</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) ELEIÇÕES Os governadores começam a campanha</p>



		<p>Editorial</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>SUCESSÃO As inquietações em torno da candidatura de José Serra</p> <p>POLÍCIA mais irregularidades no Maranhão</p> <p>Não</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>A luta para não sair do palácio:</b> Click! Click! Click! Os governadores candidatos à reeleição fazem de tudo um pouco para aparecer</p> <p><b>Inquietação no ninho:</b> Tucanos começam a exibir os primeiros sinais de apreensão com o desempenho de Serra nas pesquisas (Maurício Lima)</p> <p><b>Estranheza secreta:</b> Sob uma nuvem de interrogações, a PF troca delegado investigava fraude na Usimar (Alexandre Oltramari)</p>
1750	09/MAI	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)</p> <p><b>ELEIÇÕES</b> O efeito manada volta a assustar</p> <p>O duelo entre os dois titãs da publicidade</p> <p>LEGISLAÇÃO A polêmica em torno da lei sobre trabalho infantil</p> <p>DIPLOMACIA A ONU abre escritório mundial no Brasil</p> <p>Não</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>O efeito manada volta a assustar:</b> Bancos e corretoras internacionais usam a subida de Lula nas pesquisas para fazer mais uma avaliação irrefletida sobre o Brasil</p> <p><b>O duelo das feras:</b> Dois dos maiores bruxos do marketing político do país estão a um passo de se enfrentar nas campanhas de Serra e Lula (Alexandre Oltramari)</p> <p><b>Crianças no batente:</b> A lei que as protege de um emprego pode complicar os negócios de um país</p> <p><b>Coisa fina:</b> País será sede da ONU no combate à pobreza</p>
1751	15/MAI	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)</p> <p>POLÍTICA Indícios de que a propina da Vale foi paga</p> <p>Onde foi parar o dinheiro da campanha de Serra?</p> <p>Não</p> <p><b>Sucessão (notas):</b> União tucana; No templo com Garotinho; De bem com a banca; Salto agulha; O risco segundo o PT.</p> <p><b>Alvoroço no ninho tucano:</b> Surgem indícios de que uma parte da propina da Vale pode ter sido paga (Eduardo Oinegue)</p> <p><b>Onde foi parar o dinheiro?</b> As versões sobre o dinheiro que Jereissati diz que deu, mas Serra diz que não recebeu (Eduardo Oinegue)</p>

2270	22/ MAI	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa Brasil</p>	<p><b>Empresários disputam a agenda do petista</b> (Manchete Superior) <b>Por que Lula assusta o mercado</b> (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO O efeito Lula A fortuna do deputado indicado para vice de Serra</p> <p><b>A história de Lula em treze capas</b></p> <p><b>Sucessão (notas):</b> A previ e as doações de campanha 1; A previ e as doações 2; Pólos (muito) opostos; Ao ataque; O temor da banca. <b>SobeDesce:</b> Lula</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>Empresários na agenda de Lula</b> (Alexandre Secco e Maurício Lima)</p> <p><b>O que eles temem em Lula:</b> O nervosismo do mercado tem diversos motivos, mas a indefinição sobre o que o PT realmente pensa é o fator mais decisivo nesse momento (Eurípedes Alcântara)</p> <p><b>A vida começa aos 40%:</b> Sob a batuta de Duda Mendonça, Lula troca de terno, gravata e barbeiro, convencido de que imagem importa, sim (Sandra Brasil e Thais Oyama)</p> <p><b>O ex-futuro vice:</b> Serra procura outro companheiro de chapa. Alves, do PMDB, está fora, após a denúncia de que tem 15 milhões de dólares no exterior.</p>
1753	29/MAI	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Veja Essa Brasil</p>	<p><b>Garotinho:</b> Empreiteiro faz denúncia-bomba contra presidenciável (Manchete Superior)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> Serra começa a superar a tormenta A escolha de Rita Camata <b>SAÚDE</b> O rei dos genéricos <b>PRIVATIZAÇÃO</b> O silêncio de Ricardo Sérgio <b>RIO DE JANEIRO</b> Garotinho é denunciado por empreiteiro <b>SANTA CATARINA</b> A terra do crescimento e da qualidade de vida</p> <p>Editorial Não</p> <p>Veja Essa Brasil</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>O V da vitória. A vitória do marketing:</b> Rita entra como vice de Serra, cuja candidatura começa a superar a má fase</p> <p><b>Estranha no ninho tucano:</b> Filha de agricultor que queria ser modelo, Rita Camata aposta no social (Thais Oyama)</p> <p><b>Um torpedo contra Garotinho:</b> Empreiteiro presta depoimento informal e acusa o presidenciável de enriquecer e receber “dinheiro de propina” (Maurício Lima)</p>
1754	05/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)</p>

		<p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Contexto</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p><b>SUCESSÃO</b> A caixa-preta dos gastos de campanha  <b>PESQUISA</b> Garotinho ou Serra, quem está em segundo?  A batalha pelas sobras do PMDB</p> <p>Não</p> <p><b>Política (Notas):</b> O medo diminuiu; o domador do mercado; o grande arco petista.</p> <p>Acho que vocês não entenderam</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>Entre a caixa-preta e o caixa dois:</b> Partidos jogam fortunas numa pré-campanha de contas nebulosas que ninguém controla (Marcelo Carneiro)</p> <p><b>Quem é o segundo nas pesquisas?</b> De acordo com o Instituto Sensus, Anthony Garotinho está à frente de José Serra. Segundo a última rodada do Vox Populi, é exatamente o contrário</p> <p><b>A batalha pelos retalhos:</b> Depois de Serra, Lula entra na disputa para ter apoio do PMDB - qualquer PMDB (Maurício Lima)</p>
1755	12/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>ESPECIAL</p>	<p><b>De onde vem o poder do presidente:</b> A história mostra que o sucesso de um governo depende principalmente das qualidades individuais do ocupante do cargo (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  CONJUNTURA O susto Brasil  PARTIDOS O PMDB em cacos  CORRUPÇÃO A grande operação de remessa ilegal de dinheiro  VIOLÊNCIA Jornalista da Globo desaparece em morro no Rio</p> <p>(Destaques da seção GERAL)  <b>ESPECIAL O que pode um presidente no Brasil</b></p> <p>Não</p> <p><b>Sucessão (Notas):</b> O namoro entre Sarney e Lula; Um mês decisivo para ele.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>O poder da faixa:</b> A história mostra que as qualidades individuais dos presidentes são mais decisivas para o sucesso do governo que as circunstâncias políticas e econômicas (Eurípedes Alcântara e Alexandre Secco)</p>
1756	19/JUN	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  CONJUNTURA A campanha agita os mercados</p> <p>O mercado nosso de cada dia</p> <p><b>Sucessão (Notas):</b> Dormindo com o inimigo; Pelo telefone.</p> <p><b>A crise explodiu antes da hora:</b> A possibilidade de o Brasil virar uma Argentina é remota. Mas é isso que anda por trás do</p>

			nervosismo do mercado nas últimas semanas (Eurípedes Alcântara)  <b>Até o PT está com medo:</b> Com receio de que a turbulência pulverize seu eleitorado, Lula vive o momento de maior tensão desde que se consolidou em primeiro lugar (Maurício Lima e Malu Gaspar)
1757	26/JUN	Capa  Índice   Editorial  Veja Essa  Brasil	O caso da propina que envolve o PT (Manchete Superior)  (Destaques da seção BRASIL) CONJUNTURA O nervosismo continua PARTIDOS Propina na prefeitura do PT SUCESSÃO Enfim, o PT sela aliança com o PL TOCANTINS Uma bancada sob suspeita MINAS GERAIS O zigue zague de Itamar  Não  Frases (inclusive de Lula)  <b>É justo colocarem o Brasil neste clube?</b> O mercado vive mais uma semana negra, as agências de risco enxergam um Brasil pior que a Nigéria e até agora não há calmaria à vista (Denise Ramiro)  <b>Deu trabalho, mas Lula atraiu o capital:</b> Numa tacada de marketing, o PT se alia ao PL e lança como vice José Alencar, um senador bilionário (Maurício Lima)
1758	03/JUL	Capa  Índice   Editorial  Radar  Brasil	<b>Presidenciáveis:</b> Como fugir das promessas falsas (Manchete Superior)  (Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO O que o eleitor deve cobrar do futuro presidente O que dizem as pesquisas eleitorais CORRUPÇÃO As investigações sobre a propina do PT  Não  (Notas) Valdemar, o rei de Cumbica  <b>Para não sair dos trilhos:</b> Conselho dos especialistas para os eleitores escolherem melhor em quem vão votar para presidente (Felipe Patury, Luis Henrique Amaral, Ricardo Mendonça e Sandra Brasil)  <b>Tudo sugere um terceiro confronto:</b> Apesar do salto de Ciro, o eleitorado tende a se dividir entre PT e PSDB – de novo (Maurício Lima)
1759	10/JUL	Capa   Índice   Editorial  Brasil	Ciro empata com Serra (Destaque Superior) É hora de torcer de novo: A renda das pessoas afunda, a economia não decola e mundo desconfia do Brasil. Mas esse enrosco tem solução. (Manchete Principal)  (Destaques da seção BRASIL) <b>ELEIÇÕES</b> Ciro Gomes empata com José Serra  Não  Ciro alcança José Serra: O ex-governador sobe em pesquisa do Vox

			Populi, empata com serra e acirra uma disputa que parecia definir-se entre PT e PSDB (Ronaldo França e Maurício Lima)
1760	17/JUL	Capa Índice Editorial Brasil	<b>Ciro ou Serra: Quem vai ser o anti-Lula?</b> (Manchete Principal)  (Destaques da seção BRASIL) <b>ELEIÇÕES</b> <b>Ciro e Serra brigam para ver quem enfrenta Lula</b>  Não  <b>A luta para ser o anti Lula:</b> <b>Ciro Gomes e José Serra já estiveram lado a lado no PSDB. Agora são inimigos e travam uma guerra aberta por uma vaga no segundo turno (Marcelo Carneiro, Maurício Lima e Ronaldo França).</b>  <b>Ciro Gomes e os empresários:</b> Em alta nas pesquisas, candidato discute seu programa com os banqueiros (Lucila Soares)
1761	24/JUL	Capa Índice Editorial Brasil	Não  (Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> Os obstáculos à frente dos candidatos <b>PERFIL</b> Armínio Fraga, presidente do BC, dialoga com a oposição  Não  <b>Os ajustes para enfrentar</b> <b>Ciro:</b> O que a campanha de José Serra e de Lula planejam para evitar o avanço do candidato da Frente Trabalhista
1762	31/JUL	Capa Índice Editorial Radar Veja Essa Brasil	Não  (Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> Lula no país das maravilhas Os dois dilemas de Serra Quem é e o que pensa o eleitor brasileiro  O perfil de quem decide  <b>Sucessão (Notas):</b> O ataque de Serra  Frases (inclusive de Lula)  <b>Lulalice no país das maravilhas:</b> As metas do PT são generosas. Mas algumas são realizáveis só no campo da fantasia. Assim como algumas de Garotinho, <b>Ciro Gomes</b> e também <b>José Serra (Mario Sabino)</b>  <b>A situação piorou para ele:</b> Serra cai nas pesquisas, e analistas já dizem que, nas próximas rodadas, o tucano poderá aparecer em quarto lugar (Maurício Lima e Sandra Brasil)  <b>O retrato do eleitor:</b> Perfil exclusivo dos votantes mostra que a eleição de outubro será decidida por quem ganha pouco, não paga imposto e vê muita televisão (Alexandre Secco e Luís Henrique Amaral)
1763	07/AGO	Capa	<b>Vox Populi:</b> <b>Ciro sobe e encosta em Lula</b> (Manchete Superior)  Amizade Colorida: A história da sociedade de José Carlos

		<p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>Martinez, um chefão da campanha de Ciro, com o ex-caixa de Fernando Collor (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) ELEIÇÕES Denúncias contra Paulinho e Martinez Ciro chega a 30% e Serra cai para 13% O que acontece se Garotinho renunciar</p> <p>Como montanha russa</p> <p><b>Sucessão (Notas):</b> Quem é do contra?; Menos autonomia; Candidato e marqueteiro; Em direção de Ciro.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>As pedreiras de Ciro:</b> O candidato perde seu coordenador, engolfado por suas traficâncias com PC Farias, e vive a ameaça de ter de trocar o vice (Policarpo Junior)</p> <p><b>Um falso problema no ar:</b> Para reagir nas pesquisas, Serra aparece com FHC e provoca um debate bizantino: “colar” ou não sua imagem à do presidente (Alexandre Oltramari)</p> <p><b>Ele vai ficando:</b> O que aconteceria com os votos de Garotinho se ele deixasse a corrida presidencial</p>
1764	14/AGO	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p> <p>Geral/ Especial</p>	<p>O Caso das telhas de Ciro Gomes (Manchete Superior)</p> <p><b><u>E você...tem carisma?</u></b> Costuma-se vincular carisma a grandes líderes, mas todos podem desenvolver o talento de influenciar pessoas – até mesmo os candidatos a presidente (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO Agora é “Cirrôquio” contra “Serróquio”</p> <p>(Destaques da seção GERAL) PERSONALIDADE Carisma ao alcance de todos O fascínio da imagem</p> <p>Não</p> <p><b>ELEIÇÕES (Notas):</b> Febre além do Ceará; Itamar arregaça as mangas por Lula.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>As rampas rumo ao Planalto:</b> A temperatura sobe e os candidatos se engalfinham na disputa com promessas, mentiras e denúncias (Felipe Patury e Malu Gaspar)</p> <p><b>Carisma - A atração ao alcance de todos:</b> Os especialistas dizem que o dom de impressionar e influenciar pode ser desenvolvido por quase todas as pessoas – até mesmo pelos candidatos a presidente (Roseli Laturco)</p> <p><b>A imagem é tudo:</b> Na televisão (e também fora dela), a forma como os candidatos se apresentam é tão importante quanto aquilo que eles dizem (João Gabriel de Lima)</p>

1765	21/AGO	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>SUCESSÃO Como a televisão pode mudar seu voto (Manchete Superior)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO FHC tenta uma transição civilizada Como a televisão pode mexer na corrida presidencial Os bastidores dos programas eleitorais</p> <p>Não</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>O peso de segurar o leme:</b> O presidente convida os candidatos para uma conversa, na tentativa de evitar que a economia desande</p> <p><b>O poder eleitoral da TV:</b> Mais de 50 milhões de eleitores estão ou indecisos ou dispostos a mudar de candidato (Felipe Patury e Sandra Brasil)</p> <p><b>A guerra vai começar:</b> Os preparativos dos candidatos para o horário eleitoral gratuito (João Gabriel de Lima)</p>
1766	28/AGO	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO Na TV, marketing. Na rua, guerra Discrepâncias nas pesquisas eleitorais O apoio de Tasso Jereissati a Ciro Gomes O petista Lula corteja e elite e faz sucesso</p> <p>Não</p> <p><b>Na TV, tom ameno.</b> Na rua guerra: Como os marqueteiros preparam os candidatos para dar declarações até mesmo aquelas que parecem ser intempestivas</p> <p><b>Qual deles está certo?</b> Institutos de pesquisa apresentam dados divergentes e levantam polêmicas sobre seus métodos (Ronaldo França)</p> <p><b>Tasso, Kaká e Scheinkman:</b> O que muda na campanha de Ciro Gomes com a chegada oficial de Tasso Jereissat</p> <p><b>Fazendeiros, Fiesp e Bebraban:</b> O candidato do PT faz um desinibido cortejo às elites e arranca aplausos de plateias que antes lhe eram hostis (Adriana Carvalho e Maurício Lima)</p>
1767	04/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Ponto de Vista</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) ELEIÇÕES Serra e Ciro se engalfinham A volta do intervencionismo na economia Candidatos a governador enrolados com a Justiça O fenômeno Rosinha TRABALHO A escravidão na propriedade de Inocêncio Oliveira ACRE As ameaças a Jorge Viana</p> <p>Não</p> <p>Os paradeiros dos brasileiros (Luis Felipe de Allencastro)</p>

		<p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p><b>Eleições (Nota):</b> Razão do silêncio; Bom dia, general; Boa tarde, banqueiro; Lula quer criar conselho.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>Lula a mil por hora:</b> Enquanto Serra e Ciro se engalfinham para sobreviver ao primeiro turno, Lula vai atrás de apoiosque reforcem suas chances no segundo turno (João Gabriel de Lima e Thaís Oyama)</p> <p><b>Apertem os cintos: O governo voltará</b> – Todos os candidatos à Presidência tem viés intervencionista. As exportações serão o primeiro teste do planejamento econômico</p>
1768	11/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Brasil</p>	<p>Não</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) ELEIÇÕES Pode dar Lula no primeiro turno? A importância do voto das mulheres</p> <p>Não</p> <p><b>Lula lá no primeiro turno?</b> As últimas pesquisas sugerem que a hipótese, antes impossível, agora é apenas improvável</p> <p><b>Uma saia justa nos candidatos:</b> Mulheres são a maioria do eleitorado, mais detalhistas que os homens e põem presidenciáveis em xeque (Marcelo Carneiro)</p>
1769	18/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Brasil</p>	<p>Presidência: Serra está pertinho do segundo turno (Manchete Superior)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) ELEIÇÕES Serra está perto do segundo turno Collor e a baixaria em Alagoas</p> <p>Não</p> <p><b>O tucano de asa nova:</b> Com a “ajuda” das declarações de Ciro, Serra está com um pé no segundo turno (Felipe Patury)</p>
1770	25/SET	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p>	<p>José Dirceu: O homem que faz a cabeça de Lula (Manchete Superior) O PT está preparado para a presidência? (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO Três candidatos lutam para ter segundo turno A chance de o PT fazer um governo viável Zé Dirceu, o homem que faz a cabeça de Lula</p> <p>(Destaques da seção ESPECIAL) ENTREVISTA: Luís Inácio Lula da Silva José Serra Ciro Gomes Anthony Garotinho</p> <p>Editorial Projetos de Salvação</p>



		Radar	<b>Sucessão (Notas):</b> O voto do industrial 1; O voto do industrial 2; Serra no ataque.
		Veja Essa	Frases (inclusive de Lula)
		Brasil	<b>Tudo pelo segundo turno:</b> Para evitar que Lula ganhe no primeiro turno, Serra recorre à pancadaria, Garotinho viaja por oito estados em quatro dias e Ciro vai atrás do bruxo americano  <b>Cristãos-novos do capitalismo:</b> Recém-convertidos à disciplinas fiscal e à economia de mercado, Lula e o PT querem governar o Brasil. As pesquisas mostram que eles não estão longe desse objetivo  <b>O homem que faz a cabeça de Lula:</b> Voz moderada do PT, o ex-líder estudantil José Dirceu foi preso pelo regime militar, treinou guerrilha em Cuba e fez até plástica no rosto para despistar a polícia (João Gabriel de Lima e Thaís Oyama)
		Especial	Os quatro presidenciáveis: Um flagrante de Lula, Serra, Ciro e Garotinho no calor da campanha (Entrevista)
1771	02/OUT	Capa	Mentira! Um levantamento mostra que as pessoas ouvem duzentas mentiras por dia. A mentira é um apaziguador social e sem ela a vida seria um inferno. Por que os políticos exageram seus poderes e fazem promessas que não irão cumprir. (Manchete Principal)
		Índice	(Destaques da seção BRASIL) ELEIÇÕES Dez anos depois da cassação, nova denúncia contra Collor <b>O apoio dos empresários à Lula</b> Garotinho cresce e aparece na reta final da campanha DISTRITO FEDERAL Grampo comprova a ligação de Roriz com grileiros
		Editorial	(Destaques da seção ESPECIAL) Uma rica história da mentira O dilema do emprego no Brasil  O teste da realidade
		Radar	<b>Sucessão (Notas):</b> Arrastão final; Tempo quente; Boneco de louça.  Frases (inclusive de Lula)
		Veja Essa	<b>Eles lularam na reta final:</b> A poucos dias da eleição, empresários descobrem uma súbita afinidade com o PT
		Brasil	Garoto-Surpresa: Sem estrutura, sem aliados e desacreditado, o candidato do PSB sob e ameaça Serra (Marcelo Carneiro)
		Especial	<b>Por que todos mentem?</b> A rotina humana das pequenas mentiras diárias e das grandes fraudes que iludem as multidões (Tania Menai e Roseli Loturco)  <b>Exageros, promessas e mentiras:</b> No calor da disputa, os candidatos douram seu passado, inflacionam o poder da Presidência e prometem demais  <b>Brasil, desemprego zero:</b> É isso que os políticos estão prometendo

			na TV. Não acredite neles (Monica Winberg)
1772	09/OUT	Capa	ELEIÇÕES 2002 – Você decide: Está nas suas mãos escolher se haverá segundo turno e com quem Lula concorrerá. Para ajuda-lo a fazer a escolha, Veja revela: Como pensam, como decidem e como mandam os presidenciáveis. Quais são as promessas que eles fazem e quais as que eles não vão cumprir. (Manchete Principal)
		Índice	(Destaques da seção ELEIÇÕES 2002) O que vale saber para votar Luís Inácio Lula da Silva José Serra Ciro Gomes Anthony Garotinho A campanha das ideias convergentes Um teste de cidadania Frases do primeiro turno
		Editorial	O Brasil decide como avançar
		Ponto de vista	Um país mal administrado
		Contexto	O gigantismo da eleição
		Radar	<b>Eleições (Notas):</b> O pecuarista de Lula 1; O pecuarista de Lula 2; Deserção cearense; Puxando o freio; Pé-frio ou previdente?
		Especial/ Eleições 2002	<b>Em nome do futuro:</b> Como será o Brasil nos próximos quatro anos depois que o sucessor de FHC vestir a faixa presidencial? Em vez de analisar os programas, que são peças de ficção, convém atentar para a força dos partidos, os aliados, a <u>história de cada candidato</u> e a forma como cada um decide e age  <b>A rota de Lula para o poder</b> (João Gabriel de Lima e Thaís Oyama)  <b>A mente de Serra</b> (Felipe Patury)  <b>O eterno fascínio pelo risco</b> (Alexandre Secco e Sandra Brasil)  <b>Com fé em Deus e em si mesmo</b> (Marcelo Carneiro)  <b>A volta que o mundo deu</b> (André Petry)  <b>Eleições entre aspas:</b> Frases que marcaram o primeiro turno da campanha eleitoral
		Diogo Mainardi	Lula e “as elite”
		Roberto Pompeu de Toledo	Lula, no dia seguinte: três dúvidas
1773	16/OUT	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção ELEIÇÕES 2002) Os dinossauros da política perderam a eleição Aécio e os novos governadores As alianças de Lula e Serra

		<p>Editorial</p> <p>Ponto de Vista</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Especial/ Eleições 2002</p>	<p>O Congresso que emergiu das urnas O fenômeno Enéas</p> <p>Aos debates, companheiros!</p> <p>A primeira vez</p> <p>A vida de Lula no cinema</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>Barrados pelas urnas</b> (Alexandre Secco e Sandra Brasil)</p> <p><b>Aécio une Minas e mira o Planalto:</b> Ao lado de Tasso e Alckmin, o neto de Tancredo Neves passa a ser uma das lideranças nacionais dos tucanos</p> <p><b>O jogo das alianças:</b> Lula refaz frente de esquerda e Serra luta para recriar a base governista</p> <p><b>O Congresso que aguarda Lula ou Serra:</b> Como ninguém tem maioria, estará aberta a caça aos votos, seja quem for o eleito (Maurício Lima)</p> <p><b>1 570 000 votos:</b> Enéas, eleito com votação recorde, gaba-se da fama de conquistador e ri de si próprio (Thaís Oyama)</p>
2292	24/OUT	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Especial/ Eleições 2002</p>	<p><b>O que querem os radicais do PT:</b> Entre os petistas, 30% são de alas revolucionárias. Ficaram silenciosos durante a campanha. Se Lula ganhar, vão cobrar a fatura. O PT diz que não paga. (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção ELEIÇÕES 2002) Turbulência na semana decisiva O desafio de Lula para controlar os radicais do PT Quem são os petistas: militantes, simpatizantes e adesistas Rigotto ameaça hegemonia do PT no sul</p> <p>À espera do novo presidente</p> <p><b>Sucessão (notas):</b> A estrela sobe; A estrela desce; Lulinha, meu amor; A caixinha vermelha do PT.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>Transição na Crise</b> (Eurípedes Alcântara)</p> <p><b>Vai ser preciso segurar:</b> Marxistas, leninistas e trotskistas que compõem o coração radical do PT se preparam para cobrar sua fatura caso Lula seja eleito (Carlos Graieb)</p> <p><b>Nem todos que lulam são PT:</b> O eleitorado cativo do PT é de cerca de 23 milhões. O de Lula pode ser bem mais que o dobro. (João Gabriel de Lima)</p>
1775	30/OUT	<p>Capa</p>	<p><b>O primeiro presidente de origem popular</b> (Manchete Superior)</p> <p><b>Triunfo Histórico:</b> Seu desafio – retomar o crescimento e corrigir as injustiças sociais sem colocar em risco as conquistas da era FHC</p>

		<p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Ponto de Vista</p> <p>Radar</p> <p>Especial/ Eleições 2002</p>	<p>(Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção ELEIÇÕES 2002)</p> <p>Os significados da vitória de Lula</p> <p>De metalúrgico a presidente</p> <p>Os desafios que o PT enfrentará</p> <p>O que se espera do futuro governo</p> <p>Neodesenvolvimentismo</p> <p>O mundo que o novo presidente vai herdar</p> <p>Serra, o significado da derrota</p> <p>O segundo turno nos Estados</p> <p>Marisa, a primeira-dama</p> <p>A esquerda no poder</p> <p>A utopia real</p> <p>O poder do terceiro setor</p> <p><b>Eleição (Notas):</b> Lula de lá para cá</p> <p><b>Lula muda a história:</b> Ao escolherem o candidato do PT como o novo presidente do Brasil, os eleitores reconheceram a existência de duas forças poderosas: Lula e as instituições do País</p> <p><b>Vinte anos na oposição:</b> A chegada de Lula, um ex-torneiro mecânico, ao Palácio do Planalto é o resultado de um trabalho político obcecado e disciplinado de duas décadas (Thaís Oyama)</p> <p><b>A tática do PT para os primeiros dias:</b> A cúpula do partido alivia a tensão dos mercados e reafirma a linha de austeridade fiscal estabilidade econômica</p> <p><b>O que eles esperam de Lula:</b> Dezesesseis economistas, analistas políticos e empresários fazem previsões sobre o governo do PT</p> <p><b>O sonho de ser JK é só isso. Um sonho:</b> Os ciclos de desenvolvimento de Getúlio, Juscelino e dos militares não podem ser repetidos no Brasil de hoje (João Gabriel de Lima)</p> <p><b>Um mundo arriscado e hostil:</b> A globalização financeira dos anos 90 foi um ciclo que chegou ao fim, mas o mercado continua intolerante com governos gastadores (Lucila Soares)</p> <p><b>A companheira é fogo:</b> A nova primeira-dama reformulou o visual, mas não o jeito de ser: de gênio forte, continua tímida em público e durona em particular</p> <p><b>Os vermelhos chegaram ao poder:</b> Por ironia, o PT ganha o governo numa hora em que a esquerda vive em plena crise de identidade (Alexandre Oltramari e Maurício Lima)</p> <p>Em foco</p> <p>Senhor Presidente</p>
1776	06/NOV	Capa	<p>Política externa de Lula: Nada que atrapalhe os negócios (Manchete Superior)</p> <p>A cúpula da nova Corte: Os três mosqueteiros com quem é preciso falar para ser ouvido no governo de Lula (Manchete Principal)</p>

		Índice	(Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> O trio de ferro do governo petista Ribeirão Preto, o laboratório do PT moderado O mundo tenta decifrar Lula O peso dos novos governadores O desafio do combate à fome
		Editorial	As voltas que o mundo dá
		Ponto de Vista	A pompa e a circunstância
		Radar	<b>Governo Lula (Notas):</b> Segredo de Justiça; Incisão no MEC?
		Veja Essa	Frases (inclusive de Lula)
		Brasil/ Especial	<b>Um por todos... e Todos por um</b> (João Gabriel de Lima, Thaís Oyama e Maurício Lima)  <b>O laboratório do PT:</b> O prefeito de Ribeirão Preto, Antônio Palocci testou fórmulas que o partido adota agora e fez de sua gestão um ensaio do governo Lula (Thaís Oyama)  <b>O mundo decifra Lula:</b> O presidente eleito sinaliza que sua política externa vai evitar conflitos ideológicos e manter o foco na defesa dos interesses comerciais do Brasil  <b>Eles fazem as regras no Congresso:</b> Sem apoio dos governadores, não existe reforma tributária, previdenciárias, política...  <b>Mudar para que?</b> O governo federal já tem um bom programa de combate à fome. Lula quer fazer um diferente. Todos os especialistas são contra a mudança
1777	13/NOV	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção BRASIL) <b>SUCESSÃO</b> O corpo-a-corpo de Lula Onde o presidente vai morar? A grilagem e o STJ
		Editorial	Governar é dizer não
		Radar	<b>Governo Lula (Notas):</b> Tempos de sondagem 1; Tempos de sondagem 2; Articulação verde-oliva; Lado a lado; O povo adentra o palácio.
		Veja Essa	Frases (inclusive de Lula)
		Brasil	<b>O corpo-a-corpo não pode ser assim</b> (Malu Gaspar e Alexandre Ultramari)  <b>Onde Lula vai morar: Alvorada... ou Granja do Torto?</b> Esta decisão o novo presidente vai tomar sem consultar todos os setores da sociedade. Ouvirá apenas Marisa (Sandra Brasil)
1778	20/NOV	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção BRASIL) <b>GOVERNO</b> Salários baixos dificultam formação de equipe

		Editorial	BRASÍLIA A nova residência dos deputados na capital
		Radar	Não
		Brasil	<b>Governo Lula (Notas):</b> Um comunista no poder; Três em um; Baiano e Taturana.
			O desafio dos 1000 cargos: As dificuldades do PT para preencher os altos cargos da administração federal (Felipe Patury)
1779	27/NOV	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO A arca de Lula Antonio Palocci, o primeiro ministro O tititi em torno da festa da posse CORRUPÇÃO Como ela atrasa o crescimento de um país
		Editorial	Para voltar a crescer
		Ponto de Vista	Eleições na China, nos Estados Unidos e no Brasil
		Radar	
			<b>Governo Lula (Notas):</b> Quebra-cabeça; Só pensa naquilo; Garotinho quer, mas não leva; Memória curta; Bilhões na justiça.
		Veja Essa	Frases (inclusive de Lula)
		Brasil	<b>O PT que aprendeu a dizer sim...</b> Lula estende a rampa de sua arca às espécies políticas mais variadas e mostra habilidade para o jogo das coalizões no Congresso Nacional (Maurício Lima e João Gabriel de Lima)  <b>E o PT que aprendeu a dizer não...</b> Antônio Palocci, que deve ser o Ministro da Fazenda de Lula, é um encantador de serpentes e mestre na arte de dizer não com um sorriso nos lábios (Thaís Oyama)  <b>O sem-gravata também vão comemorar:</b> Sem conseguir mudar a data, o PT prepara uma cerimônia formal e uma festança popular (Alexandre Oltramari)
1780	04/DEZ	Capa	Não
		Índice	(Destaques da seção BRASIL) INFLAÇÃO A volta do velho fantasma PARTIDOS Governadores tucanos lutam pelo comando do PSDB DISTRITO FEDERAL Joaquim Roriz encurralado SUCESSÃO Lula chama os sindicalistas à responsabilidade REFORMA Trapalhada na edição da minireforma
		Editorial	A barreira da raça
		Radar	
			<b>Governo Lula (Notas):</b> Não vai; Sardenberg é o azarão; Bem longe do Planalto; Eles não usam black-tie.
		Veja Essa	Frases (inclusive de Lula)
		Brasil	<b>Só mesmo ele:</b> Presidente eleito critica a ação dos antigos companheiros e os convoca para trabalhar (Maurício Lima)

1781	11/DEZ	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Radar</p> <p>Contexto</p>	<p>Lula vai a César: O encontro de Lula com George Bush em Washington marca o início de uma longa negociação que vai definir o tipo de nação que o Brasil será (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> O encontro de Lula com Bush  A formação do ministério do PT  <b>ESTADOS</b> A briga dos governadores pelo 13º</p> <p>Não</p> <p><b>Governo Lula (Notas):</b> Desejo oculto; Onde está Wally?; O show da posse; Fora petista 1; Fora petista 2; O PT que diz sim a Soros.</p> <p>O avião de Lula</p> <p><b>O Brasil decide seu futuro no império:</b> O encontro de Lula e Bush é o começo de uma árdua discussão sobre a Alca. Ela será mais decisiva para moldar a economia brasileira do que qualquer medida interna do novo governo (Thaís Oyama e Eduardo Salgado)</p> <p>Como abrir as portas dos ricos: O comércio com os Estados unidos só sobe, mas, até hoje, o Brasil não venceu um antigo dilema: o protecionismo americano (Malu Gaspar)</p> <p><b>O desafio de formar um ministério:</b> Lula não está demorando para montar o novo governo, mas declarações da cúpula petista durante o processo criam uma crise artificial (Felipe Patury e Maurício Lima)</p>
1782	18/DEZ	<p>Capa</p> <p>Índice</p> <p>Editorial</p> <p>Entrevista</p> <p>Radar</p> <p>Veja Essa</p> <p>Brasil</p>	<p>Quem diria.. Um ex-banqueiro internacional vai dirigir o Banco Central petista. Um ex-trotskista será Ministro da Fazenda. O governo PT vai manter os juros altos o quanto necessário. Lula voltou dos Estados Unidos chamando Bush de aliado. (Manchete Principal)</p> <p>(Destaques da seção BRASIL)  <b>SUCESSÃO</b> O PT toma um choque de realidade  Quem é o futuro presidente do Banco Central  Lula, o Felipe González brasileiro  <b>JUSTIÇA</b> As conexões do narcotráfico em Brasília</p> <p>Transição e grandeza</p> <p>Frei Betto - Deus, Lula e Fidel: Essas são as três devoções do escritor e religioso Frei Betto, uma das pessoas com maior ascendência sobre o presidente eleito (Thaís Oyama)</p> <p><b>Governo Lula (Notas):</b> As voltas que o mundo dá; Vendo como Delfim?; Dois mimos para o Garotinho; Dinheiro curto; Longe, bem longe; Um malufista de confiança.</p> <p>Frases (inclusive de Lula)</p> <p><b>O médico e a fera do mercado:</b> A cúpula da economia do governo do PT será formada por um ex-trotskista e um financista internacional. É incrível, mas o pensamento deles é muito parecido (Lucila Soares e Malu Gaspar)</p>

			<b>A grande obra do Lula da Espanha:</b> As incríveis semelhanças entre o petista e Felipe González, o esquerdista que reinventou a Espanha (Maurício Lima)
1783	25/DEZ	Capa	Não
		Índice	A SEMANA MINISTÉRIO Trabalhadas na formação da equipe de Lula
		Editorial	O poder transformador de 2002
		Veja Essa	2002: No ano do Lula presidente, susto, festas, choro e boas risadas (Frases)
		A Semana	<b>E Gil vai zinzilular:</b> Apesar do tumulto nos bastidores, a formação do ministério de Lula tem boa cara
1784	08/JAN	Capa	Lula-de-mel: A partir de agora começa a cobrança (Manchete Principal)
		Índice	(Destaques da seção BRASIL) SUCESSÃO Lula assume a Presidência nos braços do povo O discurso do presidente Gente que fez a festa A esquerda no poder Os novos governadores A mística da trégua dos primeiros 100 dias
		Editorial	Um bom começo
		Brasil	Um dia para a História
			<b>Ele falou em mudar 14 vezes:</b> Mas, no conteúdo do discurso de Lula, vê-se que o novo presidente promete continuar, aprimorar e aprofundar as reformas econômicas e sociais iniciadas por Fernando Henrique (Sandra Brasil)
			<b>As estrelas vermelhas:</b> Marisa brilha, Heloísa mostra as pernas, filhos de Lula aparecem. Fidel vai de tênis e todos os Silva fazem a festa
			<b>E se ele ainda fosse assim?</b> Uma reflexão sobre as chances de Lula, caso tivesse sido eleito com o discurso radical do passado (Maurício Lima)
			<b>Os primeiros 100 dias:</b> Com a posse de Lula, o eleitor poderá ter um período mais longo de lua-de-mel com o presidente (Alexandre Oltramari)