

# A chancela jornalística do visível:

## o caso do desfile de 7 de Setembro

**Resumo:** O objeto deste artigo é o desfile do Sete de Setembro como algo que irrompe na sociedade em termos imagéticos, pondo sentidos em circulação. Questiona-se, porém, que sentidos são esses? E por que algumas imagens fotojornalísticas deste evento tradicional acabam marcadas no imaginário? Em busca de tais respostas, se recorre a analogias entre uma fotografia de flagrante delito (LANDOWSKI, 2004) de 2008, no governo Lula, e imagens do desfile de 2015, desta vez no governo Dilma, que tiveram ampla circularidade.

**Palavras-chave:** Mídia. Circulação. Imagem. Fotografia.

### El sello periodístico de lo visible: el caso del desfile del 7 de septiembre

**Resumen:** El objeto de este artículo es el desfile del 7 de Septiembre como algo que irrumpe en la sociedad en términos imagéticos, poniendo sentidos en circulación. Se pregunta, sin embargo, ¿qué sentidos son éstos? ¿Y por qué algunas imágenes fotoperiodísticas de este evento tradicional acababan marcadas en el imaginario? En busca de tales respuestas se recurre a analogías entre una fotografía de flagrante delito (LANDOWSKI, 2004) de 2008, en el gobierno Lula, e imágenes del desfile de 2015, esta vez en el gobierno de Dilma, que tuvieron amplia circularidad.

**Palabras clave:** Mediatización. Circulación. Imágenes. Fotografía.

### The journalistic seal of the visible: the case of the parade of September 7

**Abstract:** The object is the September 7, 2015, parade as something that breaks out in society in imagistic terms, placing in circulation meanings. We wonder, however, which meanings are these? And why do some photojournalistic images of this traditional event end



Ana Paula da Rosa<sup>1</sup>  
Elisabeth Weber<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Doutora em Ciências da Comunicação (UNISINOS) e pós doutora em Comunicação (UFF). Atualmente é professora e pesquisadora no PPG em Ciências da Comunicação na Unisinos, onde também desempenha a função de coordenadora do programa de pós graduação. É líder do grupo de pesquisa Laboratório de Circulação, Imagem e Mediatização (LACIM).  
E-mail: anaros@unisinos.br

<sup>2</sup> Graduanda em Pedagogia (Uninter) e ex-bolsista de Iniciação Científica CNPQ de Ensino Médio na Unisinos quando desenvolveu este artigo dentro do projeto “Da dilatação à circulação: a chancela jornalística do visível” orientado pela prof. Ana Paula da Rosa.

up marked in the imaginary? In search of such answers, we resort to analogies between a photograph of flagrant crime (Landowski, 2004) in 2008, during Lula's government, and images from 2015, this time in Dilma's government, which had wide circularity.

**KEYWORDS:** Mediatization. Circulation. Image. Photography.

## 1. Introdução

O presente caso se integra a um projeto de pesquisa intitulado “Da circulação à dilatação: a chancela do visível jornalístico” e foi desenvolvido, metodologicamente, na perspectiva de Ferreira (2012) e de Ford (2002) como um caso em expansão acionado por movimentos de raciocínio abduativos impulsionados pelo empírico. Pensa-se o desfile do Sete de Setembro como algo que irrompe na sociedade em termos imagéticos, pondo em circulação de sentidos. Questiona-se, porém, que sentidos são esses? Um desfile é sempre um desfile, mas por que as imagens fotojornalísticas acabam marcadas no imaginário? Em 2008 um flagrante do neto de Lula mordendo a mão do presidente foi estampada na capa do jornal Folha de São Paulo e entrou na circulação (VERÓN, 2013). Já o desfile de 2015, também durante um governo petista, marca outra etapa política, onde as denúncias, a crise econômica, levaram a um desfile de “portas fechadas”, ou seja, sem acesso do público. Isso se tornou uma oportunidade para a midiatização, pois as pessoas estão cada vez mais cercadas de dispositivos sociotécnicos (FAUSTO NETO, 2008) o que implica numa mudança do seu fazer cotidiano. As lógicas da mídia estão presentes na vida do cidadão, sendo que o visível é construído na circulação (ROSA, 2014), pela capacidade de atribuir valor.

O jornalismo no caso estudado demonstra um potencial grande do flagrante em produzir novos fluxos, uma vez que o “instante” capturado agrega sentidos para além do que a legenda, produzida por instituições jornalísticas, diz, por exemplo. Contudo, o leitor, seja do impresso ou da web, não consegue conter o processo interpretativo, gerando novos circuitos (BRAGA, 2012). É válido destacar o fato de a imagem de 2015 ser de uma agência de notícia, isto indica o peso de seu critério de noticiabilidade: o ineditismo. Importa ainda verificar que *memes* foram produzidos a partir e com a imagem primeira. Não apenas a imagem de Dilma “na mira” de um canhão, mas especialmente a do desfile no carro presidencial. A imagem com um tanque de fundo foi motivo para que, após a publicação no jornal Estadão e em outros espaços noticiosos, a fotografia fosse apropriada por atores sociais midiatizados e transformada em *meme* para as redes sociais, ganhando grande repercussão.

A intenção do projeto de pesquisa ao qual este artigo se vincula é identificar como o jornalismo atua na construção de crenças e na circulação de sentidos, mesmo quando são atores sociais que coproduzem as inscrições nos espaços como o Facebook. A fase é de coleta e de análise de materiais de casos múltiplos, sendo este o primeiro exercício aproximativo entre teoria e análise empírica. Ressalta-se que o fato dos episódios aqui analisados já estarem “datados” não impede o estudo de suas operações, uma vez que olhar o passado recente ajuda a compreender ações realizada no presente.

## 2. Mdiatização: uma transformação social em curso

Cada vez mais as imagens são empregadas na mídia ao mesmo tempo em que formam e abastecem o imaginário coletivo e social, fazendo com que diversos sentidos sejam criados, transmitidos e replicados. No entanto, algumas imagens têm uma força maior que a dos próprios acontecimentos que representam, uma força que vai para além do indicial ou do testemunhal. Ítalo Calvino (1999, p. 73) já destacava que a chuva de imagens transforma o mundo criando uma fantasmagoria de espelhos: “imágenes que en gran parte carecen de la necesidad interna que debería caracterizar a toda imagen, como forma y como significado, como capacidad de imponerse a la atención, como riqueza de significados posibles<sup>3</sup>”. Calvino lembra que muitas imagens de hoje se dissolvem imediatamente sem fixação na memória, mas em contrapartida, diante da gama de imagens que se revelam, algumas se deixam fixar. Interessa, aqui, pensar quais critérios entram em jogo para fazer com que tais imagens perdurem ou ganhem condição de visibilidade, ainda que por um curto período.

A midiatização das imagens marca uma profunda transformação da sociedade, não uma transformação pontual, localizada especificamente em uma época ou um período, mas é possível dizer que se acentua a partir da Revolução Industrial. Verón (2014) afirma que a midiatização se trata de um conceito socio-semio-antropológico, que se refere ao conjunto de mutações pelas quais a sociedade vem passando em seu processo evolutivo, e isso inclui toda a hominização, desde a realização da descoberta de artefatos como flechas até os meios como a internet. O principal aspecto da midiatização está, porém, na capacidade de produzir semiose, ou seja, de atribuir sentido às coisas, do pensamento criativo.

Entretanto, podemos destacar que a Revolução Industrial abriu um período de aceleração das transformações e a invenção dos dispositivos sociotécnicos também. Dentre eles se destaca a fotografia, que iniciou o desenvolvimento do cinema e da televisão e que, como

<sup>3</sup> “Imagens que em grande parte carecem da necessidade interna que deveria caracterizar a toda imagem, como forma e como significado, como capacidade de impor-se à atenção como riqueza de significados possíveis” (tradução nossa).

ressalta Pepe Baeza (2001), se mantém como um procedimento de referência. A história da fotografia nos revela o quanto o avanço de outros meios, usos e práticas estão vinculados à própria criação da fotografia. Temos de um lado as fotografias de imprensa, as fotografias que são partes dos *frames* de filmes, os filmes feitos sobre fotografias, as *selfies* tiradas com câmeras cada vez menores e capazes de hibridizar o “instante prenante”<sup>4</sup> com o movimento, além das montagens feitas por atores sociais a partir de fotografias já vistas. Esse avançar de usos e a instauração nas práticas sociais implica que a imagem é uma forma de pensamento, mas essencialmente na imprensa uma referência que nem sempre tem a informação como sua raiz. Mas antes de entrar no teor da suposta “crise das imagens” é preciso deixar claro o que é midiaticização.

O conceito diz respeito a uma teoria recente, embora, como já dito antes, não se trate de um fenômeno recente. Podemos dizer que a sociedade se modificou com o surgimento dos meios de comunicação tidos como massivos, não apenas porque foi possível representar a realidade e guardá-la em imagens ou textos impressos, mas também porque, através dos meios, a comunicação passou a ditar as regras da vida em sociedade, gerando uma nova forma de vida, não mais focada na experiência, mas sim na vivência mediada. Desde que a Revolução Industrial ocorreu, muitas transformações se deram não apenas em termos de aparatos técnicos, mas em termos de comportamento, de acesso à informação e de organização, propriamente dita. Com a invenção da prensa de Gutemberg, o surgimento da fotografia, do cinema, do rádio e da televisão, os aparatos tecnológicos passaram a ser adotados no cotidiano das pessoas criando novas formas de relação, seja entre os homens e os aparelhos, entre os aparelhos e os aparelhos, seja entre o sentido gerado pelos aparelhos.

Eliseo Veron (2004, p. 14) argumenta que num primeiro momento os meios surgiram com fim “nobre”, ou seja, como meios a serviço da comunicação, como “funcionários” dela. “Una sociedad mediática es una sociedad donde los medios se instalan: se considera que estos representan sus mil facetas, constituyen así una clase de espejo”<sup>5</sup>. Um espelho que reflete uma sociedade que passa a depender destes “aparatos técnicos” para se comunicar, sendo representada nos meios e, mais que isso, pelos meios. Ainda para Veron (2004, p. 15), os meios não apenas são dispositivos de reprodução de um real que copiam de forma aproximada, mas são, sim, dispositivos de produção de sentido. “Una sociedad en vías de mediatización es aquella donde el funcionamiento de las instituciones, de las practicas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios”<sup>6</sup>. Isto é, a sociedade midiaticizada surge quando os meios deixam de ser apenas uma forma de intermediação e se constituem em instituições que agem conforme lógicas e modos

<sup>4</sup> Termo adotado a partir de Cartier Bresson com relação ao instante do click, ao momento exato da fotografia, o instante irrepetível.

<sup>5</sup> Uma sociedade midiática é uma sociedade em que os meios se instalam: se considera que estes representam mil facetas, constituem, assim, uma classe de espelho” (tradução nossa).

<sup>6</sup> “Uma sociedade em vias de midiaticização é aquela em que o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos, da cultura, começa a estruturar-se na relação direta com a existência dos meios” (tradução nossa).

pré-estabelecidos. Além disso, há uma interação com outros campos sociais e com os próprios atores, os quais passam a se valer das “regras” da mídia, de sua cultura. Conforme Antônio Fausto Netto (2007),

Os acontecimentos são tessituras complexas, e na sociedade marcada por elevados processos de midiaticização, se engendram muito além das próprias fronteiras do jornalismo. Seus fluxos de produção, circulação e de recepção estão subordinados e dispostos à uma complexa rede de dispositivos e uma teia de relações entre campos, afetados por lógicas, regras e operações do próprio trabalho da midiaticização. Os fatos transcendem a produção jornalística, desencadeiam-se em estratégias de diferentes campos sociais, o que não significa que o jornalismo esteja à mercê dos fatos, e seja apenas uma espécie de um ‘discurso segundo’, mediador de outros discursos. Há uma nova modalidade de interação entre os campos sociais, particularmente, caracterizada pela tomada como por empréstimo, por parte de outros campos, de regras do trabalho jornalístico, e que são apropriadas, como condições de produção, para a geração dos novos processos de noticiabilidade. (FAUSTO NETO, 2007, p. 02).

Amidiaticização, portanto, não diz respeito aos meios de comunicação, mas às lógicas que são empregadas, pelas mais variadas instituições, para dar visibilidade, dar acesso aos acontecimentos que possuem relevância social. Refere-se a um modo de ser, já que envolve a ideia de que a cultura da mídia passa a ser a cultura de todos e de cada um, não mais restrita a apenas os especialistas, no caso, profissionais da área de comunicação. A midiaticização se instaura no tecido social, sendo que produz afetamentos mútuos tanto nas instituições jornalísticas, por exemplo, como nos atores sociais que se midiaticizam ao assumir o comando de protocolos técnicos como a edição, a fotografia, a diagramação etc.

Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais. (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

Ou seja, a midiaticização emerge porque a sociedade se complexifica, assume uma nova organização socio-simbólica, passa a fazer constantes trocas entre emissores e receptores, sendo que estes termos se tornam, gradativamente, insuficientes para dar conta desse jogo de relações que se estabelece, em que “as tecnologias são convertidas em meios, segundo diferentes lógicas de práticas sociais” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93). Nesse sentido, faz-se necessário discutir quais são as práticas sociais envolvidas na transformação de um acontecimento em imagem e na sua subsequente publicização, mas antes é necessário entender como uma imagem é inserida na circulação, gerando novos sentidos.

### **3. Circulação: a troca entre emissor e receptor na produção de sentido**

A circulação é um conceito central para a midiatização, compreendê-la, hoje, é compreender os processos sociais que entram em jogo na própria comunicação. Verón (1980) destaca que toda produção de sentido demanda condições de produção, condições de circulação e, por fim, de consumo ou de reconhecimento. Para que estas etapas sejam realizadas ocorre, inevitavelmente, um jogo entre ideologias e poder que são apreendidas a partir das marcas que ficam presentes nas matérias significantes, isto é, que podem ser recuperadas em materiais como as fotografias, por exemplo. Isso significa dizer que sempre estarão em funcionamento gramáticas de produção e de reconhecimento, uma vez que as operações feitas para produzir e para reconhecer são distintas, demandam tempos diversos e capacidades interpretativas também diferenciadas. Partindo disso, a circulação, por sua vez, se dá entre estas duas instâncias. Ora, podemos pensar, portanto, que se trata apenas do intervalo transcorrido para a produção de sentido, porém entendemos que a circulação é muito mais do que esse intervalo, pois é onde de fato o sentido se processa, criando novas dimensões e valores.

A circulação é vista, às vezes, como uma “zona de transporte”, nos termos de Fausto Neto (2013), ou seja, um espaço liso onde se dá acesso a muitas coisas e fatos, porém não se trata de um transporte, mas de um locus de transformação, de produção efetiva de sentido, partilhada entre produtores e consumidores, o que não implica em seu consenso. Entendendo que entre produção e recepção não há linearidade, como bem destaca Verón (2004), podemos compreender que a circulação não é uma zona automática, pois envolve trabalho criativo de ambas as partes. Por outro período, a circulação foi entendida como zona de passagem, quer dizer, uma instância intermediária, potencializada por estudos focados na questão da produção e dos usos tecnológicos. Ao perceber o status ativo da recepção que, como destaca Fausto Neto (2013, p. 46) afetam diretamente as noções de circulação, revela-se que há descontinuidades e continuidades nessa relação entre emissores e receptores nos processos interacionais implicando em desajustes ou uma defasagem.

O intercâmbio assimétrico entre produção e recepção seria explicado não por uma defasagem provocada de forma unilateral da produção, mas sim pelo fato de que tal “desajuste” seria um elemento estrutural do processo da comunicação. Ou seja, se um emissor não tem controle sobre o próprio discurso que elabora, ele não pode igualmente exercer sobre os seus efeitos junto a seu interlocutor. (FAUSTO NETO, 2013, p. 47).

Significa dizer que não há efeitos prévios ou 100% programados, uma vez que há lacunas, brechas entre a produção e recepção. No entanto, como pensar essas lacunas quando nos focamos nas imagens? Se não há equilíbrio na comunicação, como pensar a produção imagética atual? Podemos dizer que as imagens são postas na circulação porque atores sociais (reconhecimento) e instituições jornalísticas (produção) possuem suas próprias lógicas que passam a ser acionadas para atribuir valor a determinadas imagens, portanto, ocorre um jogo de valoração. É, por um lado, um embate, uma disputa pela atribuição de sentido, e, de outro, uma comutação de camadas de sentido acrescidas a cada novo circuito gerado, ou o que Braga (2012) chama de fluxo adiante. Cada vez que uma imagem é inserida na circulação, possui reelaborações e, portanto, valores são chancelados. Portanto, a circulação, em nossa perspectiva, surge onde há troca, isto é, reconhecimento de um valor, onde produção e recepção se dizem de acordo em termos de valoração, não necessariamente do mesmo sentido. Isto implica dizer que em nossa visada a circulação é um processo em que produção e reconhecimento se equivalem e se ligam em termos de condições de valorização, ainda que o jornalismo tenha mais força em relação à chancela do visível, pois as imagens que são apropriadas por atores sociais, por exemplo, são, geralmente, vindas de outras inscrições, como no caso deste artigo.

Ressalta-se que os fluxos da circulação, atualmente, têm ampla disponibilidade em função dos meios sociotécnicos, principalmente para serem acionados por atores sociais. Assim, uma imagem pode ser compartilhada por qualquer pessoa, independente do espaço ou da mídia social a qual esteja vinculada. Tratando-se das fotos citadas nessa pesquisa, como veremos mais à frente, elas envolvem momentos diferentes, contextuais, e campos diferenciais como o da política e o da área midiática. Revela-se, deste modo, o que Fausto Neto (2013) vai destacar como os acoplamentos, ou seja, as práticas enunciativas hoje, incluindo aí a produção das imagens, envolvem uma fala múltipla, onde todos são partícipes, complexificando as relações.

#### **4. A imagem e os critérios de noticiabilidade ante a potência de inscrições**

As imagens ganham espaço na mídia como texto, entendendo o texto como um todo de sentido segundo a concepção de Bystrina (1995), e não apenas como complemento do texto verbal, sendo que estas imagens são recortes de acontecimentos que, transformados em cenas, passam a figurar em capas de jornais, revistas e até mesmo na internet. Essas imagens se inscrevem na mídia num processo de recontextualização dos fatos. Em não raras vezes as imagens são tão boas que ganham

um espaço maior nas publicações, transformando-se em um critério de noticiabilidade importante, isto é o que define a publicação, e o destaque é a própria imagem. Mais do que o tema abordado, o conteúdo nela explicitado e a sua qualidade também podem levar à adoção da imagem em detrimento de outras que chegam até as redações e que dizem respeito a fatos tão ou mais marcantes. Um exemplo disso foi uma foto (Figura 01) publicada na capa da Folha de São Paulo, abordando a temática do desfile de Sete de Setembro de 2008.

**Figura 01** - Lula é mordido pelo neto em 2008



Fonte/Source: Lula Marques/Jornal Folha de S. Paulo de 2008

Nela, o presidente Lula aparece prestigiando o desfile, porém seu neto morde sua mão e a legenda traz um sentido de “vovô gostoso”. O inusitado da imagem, a captura do instante, faz com que a imagem ocupe  $\frac{3}{4}$  da capa da edição. Este é apenas um dos muitos exemplos do poder da imagem para além do conteúdo informativo dos fatos, ou seja, a imagem midiaticizada cria o acontecimento e seus desdobramentos futuros. As instituições midiáticas, no caso as jornalísticas, não são mais os intérpretes únicos dos acontecimentos, mas, sim, conexões



entre os acontecimentos, os atores sociais e as demais instituições que traçam suas próprias leituras. Isso implica dizer que é na circulação que o processo de produção de sentido se efetiva, pois, conforme afirma Jairo Ferreira (2005), a comunicação é “em sua gênese, circulação”.

O campo dos media recebe informações, dados, sentidos que são redimensionados dentro do próprio campo e quando chegam até o “receptor-leitor-telespectador” já são revestidos de camadas de sentidos atribuídos pelo campo, não mais pelos atores sociais primeiros de onde partiu a informação. E por que se torna pertinente compreender esse processo? Porque à primeira vista o que se recebe, em casa, é apenas o sentido gerado já em sua segunda instância, já na fase de reconhecimento, onde o que é apresentado é produto de uma leitura guiada pelo próprio dispositivo e meio de comunicação.

No que tange às imagens fotográficas que chegam em capas de revistas ou jornais, todo o esforço feito para criar elementos, juntar situações e frases, faz com que aquele objeto seja revestido de sentidos a mais, os quais o receptor poderá assumir como verdadeiros, principalmente, quando se trata do jornalismo, visto que ainda paira no ar a máxima de que o jornalismo é a realidade, ou que representa o real de forma objetiva, mesmo que estejamos cientes de que o fazer jornalístico é, por essência, construção. A circulação a partir desta visada é, portanto, um processo em que o sentido circula, sofre alterações segundo a lógica dos meios acionados, que, ao sintetizarem os fatos na forma de imagens (objeto de estudo deste artigo), possibilitam novas interpretações, gerando outras formas de articulação social. É possível dizer que as imagens chegam às redações como visões de fotógrafos, de fotojornalistas que saem para coberturas com pautas pré-definidas, mas que voltam com materiais imagéticos dos mais variados tipos, desde um simples “3x4” até os flagrantes delitos, termo adotado por Erick Landowski (2004) para as fotos não posadas e que capturam momentos “flagrantes” de celebridades e políticos. Porém, essas imagens ganham uma nova vida quando recebem “camadas” de sentido atribuídas pelo campo midiático e pelos dispositivos em que passam a ser inseridas pela atuação dos atores sociais.

Reservada a diferença de sete anos, a imagem do desfile de Sete de Setembro de 2015 é completamente diferente da imagem de Lula, porque traz consigo o momento social vigente no país. Porém, o recurso do flagrante delito parece se tornar institucionalizado como lógica do jornalismo, pois o mesmo ocorreu no evento de 2015, dessa vez com a presidente Dilma Rousseff. Não se trata de um recurso de estilo, de uma brincadeira qualquer, pois o flagrante de Lula apela para o inusitado de uma mordida e para uma legenda em tom de brincadeira, já as duas imagens centrais do desfile de Dilma apela para o cenário político que estava tão afetado a ponto de o desfile

ser realizado de “portas fechadas”, isto é apenas para autoridades, sem a presença da população para evitar confrontos, uma vez que a ameaça do impeachment era iminente. Além disso, destaca-se dois movimentos: a) a publicação das imagens pelos jornais com o foco no flagrante delito, atribuindo um sentido para além dos fatos e b) a apropriação dos atores sociais e sua inscrição no Facebook.

A primeira imagem do desfile de 2015, abaixo (Figura 02) refere-se ao momento da passagem das tropas militares no palanque oficial.

**Figura 02** - A presidente Dilma é colocada na mira



Fonte/Source: Portal de notícias Globo (G1)

A imagem segue com a seguinte manchete: “Manifestação em Brasília tem 50 pessoas detidas no 7 de Setembro”, com a seguinte legenda: “Dilma assiste a desfile militar do 7 de Setembro”, em momento algum expondo o teor e conteúdo da imagem. Há uma evidente tentativa de neutralizar o texto e fortalecer a fotografia que deixa a presidente na mira do canhão. A metáfora visual pode ser utilizada no sentido de que está na mira da população, pela pressão do impeachment, ou ainda que está mira dos políticos de oposição que querem que deixe seu cargo, ou que está na mira da própria força militar, uma vez que foi ex-combatente no período da ditadura.

Certamente, a imagem síntese do desfile poderia ser outra, mas como o desfile aconteceu de “portas fechadas”, Dilma, naquele momento, anunciou, de antemão, estar com medo de algum possível incidente, isto é, ela mesma se colocou na “alça de mira”. Assim,

ordenou um cerco em toda a área onde ocorreu o desfile, sendo que somente pessoas convidadas e de alto escalão puderam participar. Isso gerou manifestações, protestos, e a polícia teve de intervir e levar diversas pessoas presas.

A imagem de autoria AFP Photo de Beto Barata foi tirada quando o Exército Brasileiro passava, fazendo sua apresentação, com um canhão. Por um flash rápido e, aparentemente, ocasional, é possível ver Dilma na mira do canhão. O flagrante está marcado por segundas intenções a partir do momento em que a imagem foi posta em circulação e depois viralizada em diversos meios desde os tradicionais, como o jornal e as revistas, até as mídias sociais na internet.

Quando a imagem se tornou uma espécie de viral e as pessoas tiveram a oportunidade de expressar suas ideias relativas, ou até mesmo manifestar seu repúdio sobre a situação do país, o flagrante delito tornou-se uma imagem acionadora, seja de enunciados favoráveis ou contrários, mas de fato permitiu novos circuitos em fluxo adiante. A partir dessa imagem, e com ferramentas simples de edição, foram criados alguns *memes*, para extrair algo de cômico desse flagrante, ou que reiterasse a indignação da sociedade.

A segunda fotografia veiculada na imprensa sobre o desfile e que teve ampla circulação diz respeito ao momento em que a presidente Dilma desfila no carro oficial (Figura 03). Não se trata, como na imagem anterior, de uma composição de flagrante delito, o que a torna emblemática é o ângulo de seu registro e sua apropriação por atores sociais que ao inserirem texto verbal acrescentam outro sentido à imagem.

**Figura 03** - Dilma desfila no carro-oficial em foto-registro



Fonte/Source: Dida Sampaio/Estadão Conteúdo e Huffpost Brasil

A imagem publicada no jornal digital *Huffpost* Brasil, vinculado à editora Abril, segue com a seguinte manchete: “Desfile de 7 de setembro em Brasília tem protesto com Lula e Dilma infláveis”. Na foto vemos Dilma, em um carro, como sendo o marco principal do desfile. Em princípio uma foto com conteúdo documental ou testemunhal, apenas relatando um momento do desfile. A imagem foi registrada por Dida Sampaio, do Estadão Conteúdo, publicada em diversos jornais como O Estado de São Paulo, Folha de S. Paulo, Diário do Nordeste, Zero Hora. Mas a partir do momento que a mesma imagem é inserida na circulação, sua reverberação gera outros sentidos para além do original, ou sentidos que já eram pretendidos originalmente com a seleção desta imagem como síntese do acontecimento. A foto tomou proporções maiores quando surgiu como um *meme* (Figura 04), passando a mostrar a indignação de parcela população ou como forma de externar seu sentimento.

**Figura 04** - *Meme* aciona os circuitos interacionais



Fonte/Source: Facebook

A inserção do texto verbal “*Acelera aê*” faz uma ligação com a primeira imagem, é a ideia de que o tanque deve passar por cima da presidente, literalmente. A violência expressada em tom de brincadeira demonstra os ânimos acirrados, mas também o quanto uma imagem pode ganhar condições de permanecer gerando circuitos para além do fato em si. Embora não seja um flagrante, com a colocação do texto verbal torna-se, atenuando sua característica de testemunhal e potencializando a ideia de metáfora visual. O que isso nos permite inferir sobre os dois movimentos de produção imagética envolvendo o Sete de Setembro?

Podemos considerar que a imagem de Lula é uma metáfora visual que evoca a ideia de um flagrante por uma ausência de critério de noticiabilidade, o que há de novo para se noticiar em um desfile quando o momento político, o evento em si, tudo parece transcorrer na maior normalidade? Se pensarmos a notícia como o “homem que morde o cachorro”, o menino que morde o presidente da república é inegavelmente uma notícia, ainda que em tom jocoso. Em 2015, a mira do canhão apontada para a cabeça da presidente ganha outro tom, que é o de simbolizar a mira do próprio governo, uma vez que o mesmo não se encontra em bons índices de popularidade. No entanto, interessa pensar que a circulação das imagens coloca outros ingredientes no processo, mais do que a publicação jornalística que envolve escolhas, estar lá no momento, isto é, uma processualidade lógica inerente à profissão. O inserir na circulação permite a troca de valores fazendo com que atores sociais atribuam sentidos novos ou repliquem o mesmo, reiterando sua força nos dispositivos que usam e partilham, caso do Facebook, do Twitter e de outras redes sociais. Tal inscrição gera novos compartilhamentos e novas circulações, fazendo com que tais imagens ganhem também circularidades, ou seja, apareçam ciclicamente na mídia. Assim, neste caso em especial, podemos perguntar: quem atribui o sentido social ou a chancela do visível do desfile?

## **5. Considerações finais em espirais**

Ao partir dos empíricos analisados neste estudo de caso percebemos que a chancela do visível não é atribuída apenas ao jornalismo, mas é partilhada com os atores sociais. Entretanto, a imagem que circula, mesmo com novos textos e com novos sentidos acoplados, para usar termo de Fausto Neto, é a imagem primeira feita pela instituição jornalística. Isso significa dizer que os atores sociais ressignificam as imagens publicadas, atribuindo nova força simbólica e camadas de valor. A questão é que ao atribuir valor a determinadas imagens, contribui-se para que outras simplesmente desapareçam ou se tornem inexistentes, ainda que estejam disponíveis e acessíveis. O acesso, assim, não representa, necessariamente, a chancela do visível. O que entra para o visível do desfile de 7 de Setembro é aquilo que se traduz em 1) o instante pregnante ou a força testemunhal; 2) a metáfora visual ou o flagrante delito por instituições jornalísticas e c) as apropriações de atores sociais. Essas três etapas reforçam nossa hipótese de que a circulação é a valorização no que tange as imagens e essa valorização se dá nas trocas, sendo, porém, o papel de chancela mais forte pelas instituições jornalísticas, uma vez que são elas que

ainda selecionam e produzem as imagens postas em circulação, mesmo quando atores possuem condições de produção.

Destaca-se ainda que a foto de Lula no desfile de 2008 foi publicada como capa de um jornal, embora as redes sociais já estivessem a pleno vapor e que a notícia ganhou seu maior destaque no jornal impresso. Já a foto de Dilma, no desfile de 2015, revela outra faceta da midiaticização e sua maior complexificação, pois refere-se a outro tempo político e a outro cenário midiático. A foto se espalhou rapidamente pela rede de comunicação Facebook, mas não somente a imagem em si. Além da notícia publicada em jornais e sites, atores sociais construíram *memes*, ou seja, imagens distorcendo o que de fato teria ocasionado a foto, transformando a imagem jornalística primeira, disponibilizando essas alterações com conteúdo humorístico ou tom de crítica.

Com isso podemos ver a alteração da própria midiaticização. Em sete anos ocorreu um aprofundamento do processo, já que atualmente qualquer indivíduo pode expor em seus dispositivos conteúdos, inclusive cocriações como os *memes*, contendo sátiras, ironias e estes podem ganhar grande repercussão e popularidade na web ampliando a oferta de sentidos. Isso demonstra que há voz para além da chamada mídia tradicional, mas que essa voz se vale, muitas vezes, das produções anteriores como as imagens, ou seja, diz respeito a inscrições segundas. Isso só é possível porque a circulação ganha força na midiaticização. Em 2008, provavelmente ao “receptor” caberia muito mais assumir o tema pautado pelo jornalismo e em alguns casos as formas de ver. Em 2015 os temas continuam sendo trazidos à tona pelo jornalismo, as próprias imagens são provocadas e provocadoras, mas é o ator social que juntamente com o jornalismo reforça o valor para manter em circulação tais imagens, atribuindo a elas força de pregnância para além dos fatos, que passam a durar mais do que o dia de um desfile e traduzem a própria crise instaurada no país.

Embora não integre o corpus deste artigo, as imagens do desfile de Sete de Setembro de 2016 também permitem análises aprofundadas. Ao invés de um flagrante delito ou de uma produção de sentido tensionadora, feita por atores sociais, identificamos a ocorrência da criação de um fato. A presença da primeira-dama Marcela Temer, esposa de Michel Temer, alçado à presidente após o impeachment de Dilma ter se efetivado como as imagens de 2015 já antecipavam. Marcela ocupa grande parte das manchetes e das discussões nas redes sociais, não pelo inusitado, mas pela escolha de seu vestido. A figura da primeira-dama (Figura 05), trajando um vestido simples e branco, chegou a ser lido enquanto texto da cultura em reportagem do Jornal Folha de São Paulo. Tal

reportagem sintetiza na escolha da roupa os “prováveis elementos simbólicos” do novo governo como a tentativa de paz, o que se sabe que não se efetivou. As repercussões nas redes opacaram a figura do presidente em seu primeiro desfile oficial, quando nem mesmo a faixa presidencial foi utilizada.

**Figura 05** - Marcela, ao chegar para o desfile



Fonte/Source: Pedro Ladeira – FolhaPress e Jornal Folha de São Paulo/Uol

Entendemos que as mesmas estratégias verificadas nos dois casos anteriores, respeitadas suas características contextuais, se repetem. As fotografias do 7 de Setembro de 2016 também são registros, mas configuram-se como metáforas visuais que permitem apropriações e leituras outras, portanto, a disputa na circulação pelo sentido. Nesta situação, a primeira-dama se torna marca e símbolo de um novo governo que emerge em meio à tensão. E quais serão as imagens dos próximos desfiles? O que pensar de 2020 ante um cenário de ampla tensão social e política? Qual personagem dará rosto às imagens? Consideramos que se tratam de imagens em espirais, novas e mais imagens metafóricas serão produzidas para dar conta de acontecimentos que carregam em si uma força testemunhal, de registro, mas que adquirem outras proporções quando postas em circulação. Para Baeza (2001) esse é o sinal da crise imagética, a perda das imagens da realidade para as imagens criadoras de uma realidade possível que exprime a relação da imagem como mercadoria, instaurando-as em nosso imaginário.

## Referências bibliográficas

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus Campus. In: JANOTTI JR, Jeder; MATTOS, Maria Angela; JACKS, Nilda. **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA, Brasília COMPOS, 2012.

BYSTRINA, Iva. **Tópicos de semiótica da cultura**. São Paulo: CISC, 1995.

CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o fim do milênio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DELÍCIA de vovô. **Jornal Folha de S. Paulo**. 08 set. 2008.

DIAS, M.; MEGALE, B.; HAUBERT, M. 2016. **De vestido novo, Marcela faz 1ª aparição pública após impeachment**. *Jornal Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/09/1811046-de-vestido-novo-marcela-faz-1-aparicao-publica-apos-impeachment.shtml> Acesso em: 05 fev. 2017.

FAUSTO NETO, Antonio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação. In: **Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação**. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

\_\_\_\_\_. A midiatização jornalística do dinheiro apreendido: das fotos furtadas à fita leitora. In: **Revista La Trama de La Comunicación**. v. 12, 2007. Disponível em: <http://latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/129/pdf>. Acesso em 05 out. 2015.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. In: **Revista Matrizes**. n. 02, abr. 2008. Disponível em: <http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/viewArticle/5236>. Acesso em: 17 jul. 2015.

FORD, Aníbal. **La marca de la bestia: identificación, desigualdades e infoentrenimiento en la sociedad contemporánea**. Barcelona: Editorial Norma, 2002.

FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (Orgs). **Mídia e movimentos sociais: linguagem e coletivos em ação**. São Paulo: Paulus, 2007.



FERREIRA, Jairo. O caso como referência do método: possibilidade de integração dialética do silogismo para pensar a pesquisa empírica em comunicação. *In: Revista Intexto*. Porto Alegre, n. 27, 2012.

\_\_\_\_\_. **Dispositivos midiáticos**. 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org/bitstream/1904/20178/1/jairo+ferreira.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2008.

FONTE/HUFFPOST BRASIL. Desfile de 7 de Setembro em Brasília tem protesto com Lula e Dilma infláveis. **Brasil Post**. 2015. Disponível em: [http://www.brasilpost.com.br/2015/09/07/manifestantes-promete-mco\\_n\\_8098508.html](http://www.brasilpost.com.br/2015/09/07/manifestantes-promete-mco_n_8098508.html). Acesso em: 10 set. 2016.

KAMPER, Dietmar. Imagem. *In: Cosmo, Corpo, Cultura: Enciclopédia Antropológica*. A cura de Christoph Wulf. Milano, Itália: Ed. Mondadori, 2002.

LANDOWSKI, Eric. Flagrantes delitos e retratos. *In: Galáxia*, n. 8, p. 31-69, out. 2004.

NANINI, L. **Manifestação em Brasília teve 50 pessoas detidas no 7 de Setembro**. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2013/09/manifestacao-em-brasilia-teve-50-pessoas-detidas-no-7-de-setembro.html>. Acesso em: 10 set. 2016.

RODRIGUES, Adriano. **Experiência, modernidade e campo dos media**. Universidade Nova de Lisboa, 1999. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2015.

ROSA, Ana Paula da. Mídia e comunicação: para além dos acontecimentos. *In: Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: USP, 2009. Disponível em: <http://docplayer.com.br/9289370-Midiatizacao-das-imagens-para-alem-dos-acontecimentos.html>. Acesso em: 20 mai. 2016.

\_\_\_\_\_. Imagens-totens em circulação: a chancela jornalística no caso Michael Jackson. *In: Revista E-Compos*. v. 17, n. 2, 2014. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/1052>. Acesso em: 10 jul. 2016.

VERON, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semiosocioantropológica e algumas de suas consequências. *In: Revista Matrizes*. v. 8, n. 1, 2014. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/>

matrizes/index.php/matrizes/article/view/561. Acesso em 15 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. **La semiosis social 2: ideas, momentos e interpretantes.** Buenos Aires: Paidós, 2013.

\_\_\_\_\_. **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: Unisinos, 2004.

\_\_\_\_\_. Esquema para el analisis de la mediatización. *In: Diálogos.* n. 48. Lima: Fela-fac, 1997.

\_\_\_\_\_. **A produção do sentido.** São Paulo: Cultrix, 1980.