

**UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E INOVAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

Jéssica Cristina de Campos

**AS TRANSFORMAÇÕES DA IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF VIA
FOTOGRAFIAS DA *FOLHA DE S.PAULO* DE 2005 A 2016**

**Sorocaba/SP
2020**

Jéssica Cristina de Campos

**AS TRANSFORMAÇÕES DA IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF VIA
FOTOGRAFIAS DA *FOLHA DE S.PAULO* DE 2005 A 2016**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza.

**Sorocaba/SP
2020**

Ficha Catalográfica

C213t Campos, Jéssica Cristina de
As transformações da imagem de Dilma Rousseff via fotografias da Folha de S.Paulo de 2005 a 2016 / Jéssica Cristina de Campos. – 2020.
113 f. : il.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2020.

1. Jornalismo – Brasil. 2. Fotojornalismo. 3. Folha de S. Paulo (Jornal). 4. Rousseff, Dilma, 1947- . 5. Presidentas – Brasil. 6. Brasil – Política e governo. I. Souza, Luciana Coutinho Pagliarini de, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

Jéssica Cristina de Campos

**AS TRANSFORMAÇÕES DA IMAGEM DE DILMA ROUSSEFF VIA
FOTOGRAFIAS DA *FOLHA DE S.PAULO* DE 2005 A 2016**

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza
Universidade de Sorocaba

Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo
Universidade de Sorocaba

Profa. Dra. Maria Alzira de Almeida Pimenta
Universidade de Sorocaba

Dedico este trabalho às minhas duas avós, Saturnina (*in memoriam*) e Conceição (*in memoriam*), que partiram enquanto eu estava na jornada do mestrado em busca de conhecimento. Muito amor e muita saudade dessas duas mulheres fortes, batalhadoras, que torciam por todas as minhas conquistas, e que foram e sempre serão a minha inspiração.

AGRADECIMENTOS

O empenho, a entrega e a coragem que me fizeram seguir em frente durante a produção desta pesquisa não são méritos apenas meus. Foi por meio do apoio de pessoas importantes para mim que eu obtive a certeza de que nossas escolhas não só mostram muito de nós mesmos, mas também de quem está ao nosso lado. Por esta razão, venho aqui fazer alguns dos meus agradecimentos.

Agradeço, primeiramente, aos meus pais amados, Maria e Israel. Sem o apoio deles, amor e devoção, eu não seria nada; tudo que faço é por eles. Muito obrigada por todo o esforço que fizeram para que eu pudesse realizar os meus sonhos. Vocês são minhas maiores fontes de inspiração e de força.

À minha irmã Jacqueline. O nosso amor nos faz vibrar pelas conquistas uma da outra. Muito obrigada pelos incentivos, companheirismo e por estar sempre lutando comigo, lado a lado.

Ao meu cunhado Junior, obrigada pelas palavras de força e pelo carinho. Obrigada por estar sempre me apoiando e acreditando no meu potencial, assim como a minha irmã.

À minha orientadora, Profa. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza, que sempre se manteve ao meu lado, me ensinando e orientando da melhor forma, tendo acreditado no meu potencial. Se hoje eu estou aqui, um dos motivos é você. Um exemplo de pessoa, mulher e profissional. Sou eternamente grata por você estar junto comigo nessa jornada.

Aos meus amigos e amigas, que sempre estiveram do meu lado durante essa etapa, acreditando em mim e compreendendo os momentos em que precisei me ausentar por conta dos estudos.

Aos amigos do mestrado, pelo elo de amizade e companheirismo criado ao longo desses anos. A força e o apoio de vocês foram fundamentais para que todo esse processo se tornasse mais leve.

Aos membros da banca de qualificação e de defesa, Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo e Profa. Dra. Maria Alzira de Almeida Pimenta, cujas sugestões foram de extrema importância para a melhor compreensão e o desenvolvimento desse trabalho.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa de estudo, sem a qual eu não conseguiria chegar até aqui.

E, por fim, agradeço desde já aos membros e convidados desta banca por aceitarem participar deste momento tão importante para mim.

Porque a linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para os transmitir.

(Umberto Eco)

RESUMO

Esta pesquisa se propõe a refletir sobre a construção da imagem da ex-Presidente do Brasil, Dilma Rousseff, por meio das fotos jornalísticas apresentadas na plataforma digital do jornal *Folha de S.Paulo*. Diante da pergunta – quais os significados gerados pelas transformações da imagem da ex-Presidente? – traçou-se nosso percurso. O *corpus* que adveio está inserido no período que contempla desde a sua ascensão na política federal, como ministra do governo do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2005, até seu impedimento ocorrido em 2016. O objetivo geral dessa investigação é o de compreender como aspectos inerentes à fotografia jornalística, bem como a moda (vestimenta, acessório) podem contribuir no processo de construção da imagem de um político. São objetivos específicos apresentar a fotografia jornalística à luz da classificação de Dubois como registro e testemunho ou “traço do real” e como “transformação do real”; descrever a moda como linguagem/comunicação; identificar o potencial simbólico das vestimentas/acessórios na construção da imagem de Dilma; articular o momento político com cada novo aspecto dessa transformação e, finalmente, verificar o processo de construção do mito à luz de Barthes. Para tratar a fotografia jornalística como registro ou testemunho, nos valem de Dubois (2001), Barthes (1998) e Sousa (2002); sobre a moda, nos baseamos em Barnard (2003), Eco (1989), Lurie (1997) e Lipovetsky (1989). Em se tratando de uma pessoa que, pelas vias do *marketing* político, transforma-se em mito, tomamos as ideias de Roland Barthes, em *Mitologias*, para refletir sobre essa construção. Como instrumental metodológico, valemo-nos da semiologia barthesiana para analisar os aspectos visuais responsáveis pela transformação da ex-Presidente. O resultado a que chegamos, na trilha das cores, vermelho... branco... preto; dos elementos constituintes da fotografia jornalística foi que o mito se desvelou nas brechas que deixaram à mostra a desconstrução da imagem da, hoje, ex-presidente Dilma Rousseff. A relevância dessa pesquisa está na construção de conhecimentos sobre o potencial de sentidos posto em circulação pelas fotografias jornalísticas.

Palavras-chave: Fotografia jornalística. Construção de Imagem. Mito barthesiano. Moda. Produção de sentidos.

ABSTRACT

This research aims to reflect on the construction of the image of the ex-president of Brazil, Dilma Rousseff, through the journalistic photos presented on the digital platform of the newspaper *Folha de S.Paulo*. Facing the question - what are the meanings generated by the transformations of the ex-president's image - our path was traced. The corpus that came was inserted in the period that contemplates, since her in federal politics, as minister of the government of ex-president Luiz Inácio Lula da Silva, in 2005, until her impeachment occurred in 2016. The general objective of this investigation is to understand how aspects inherent to journalistic photography, as well fashion (clothing, accessories) can contribute to the process of building the image of a politician. Specific objectives are to present journalistic photography in the light of Dubois' classification as a record and testimony or "trace of the real" and as a "transformation of the real"; describe fashion as language / communication; identify the symbolic potential of clothing / accessories in the construction of Dilma's image; articulate the political moment with each new aspect of this transformation and, finally, verify the process of construction of the myth in the light of Barthes. To treat journalistic photography as a record or testimony, we use Dubois (2001), Barthes (1998) and Sousa (2002); on fashion, we draw on Barnard (2003), Eco (1989), Lurie (1997) and Lipovetsky (1989). In the case of a person who, through political marketing, becomes a myth, we take Roland Barthes' ideas, in *Mythologies*, to reflect on this construction. As a methodological tool, we used barthesian semiology to analyze the visual aspects responsible for the transformation of the ex-President. The result we got, on the color trail, red... white... black; one of the constituent elements of journalistic photography was that the myth was revealed in the loopholes that exposed the deconstruction of the image of, today, former presidente Dilma Rousseff. The relevance of this research is the possibility of reflecting on the construction of the image of a politician, having fashion as its guiding thread, the photographic resources that can interfere in the interpretative process, as well as the text / image relationship and the potential for the production of meanings.

Keywords: Journalistic photography. Dilma Rousseff. Barthesian myth. Fashion. Production of meanings.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – A imagem de Dilma Rousseff “em construção”	15
Quadro 1 – Apresentação do material a ser analisado	26
Figura 2 – O diagrama do signo/mito	65
Painel 1 – A ministra das Minas e Energia e a ministra chefe da Casa Civil	73
Figura 3 – “A camarada de armas e companheira de lutas”	76
Figura 4 – A posse da ministra.....	77
Painel 2 – A pré-candidata à presidência da República.....	82
Figura 5 – Dilma promete “alma de mulher”	83
Figura 6 – À sombra de Lula	84
Painel 3 – Presidente Dilma Rousseff – primeiro mandato	88
Figura 7 – “Dilma promete um país sem fome e de classe média sólida”	90
Figura 8 – Dilma Eleita	91
Painel 4 – Presidente Reeleita	94
Figura 9 – Dilma é reeleita na disputa mais apertada da história	96
Figura 10 – A segunda candidatura	97
Painel 5 – <i>Impeachment</i>	99
Figura 11 – Dilma responsabiliza PSDB por corrupção	101
Figura 12 – <i>Impeachment</i> de Dilma	102

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Objeto de estudo e o problema de pesquisa	16
1.2 Análise de pressupostos / Estado da Questão	16
1.3 Justificativa.....	24
1.4 Explicitação dos objetivos	24
1.5 Metodologia	25
1.6 Sobre o relato da pesquisa	33
 2 A FOTOGRAFIA COMO TRAÇO E TRANSFORMAÇÃO DO REAL	35
 3 A MODA COMO LINGUAGEM/COMUNICAÇÃO	44
3.1 A indumentária como linguagem: sistema, história	45
3.2 A vestimenta: origem, história	47
3.3 A moda ou <i>modus vivendis</i> do indivíduo	49
3.4 Sobre moda, cultura e ideologia	53
3.5 Sobre moda e comunicação: a moda “fala”	56
 4 REPRESENTAÇÕES DE DILMA ROUSSEFF: A (DES)CONSTRUÇÃO DO MITO.....	60
4.1 Considerações sobre o mito	61
4.1.1 O mito na política	71
4.2 As análises.....	72
4.2.1 Dilma ministra do governo Lula - 2005 a 2009.....	73
4.2.1.1 Um pouco de história... ..	74
4.2.1.2 Denotação ou “traço do real”: representações da ministra	76
4.2.1.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa	81
4.2.2 Pré-candidatura à presidência da República - 2009 a 2010	81
4.2.2.1 Um pouco de história... ..	82
4.2.2.2 Denotação ou “traço do real”: representações da pré-candidata.....	83
4.2.2.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa	86
4.2.3 Presidente eleita pela primeira vez – 2010 a 2013	87
4.2.3.1 Um pouco de história... ..	88
4.2.3.2 Denotação ou “traço do real”: representações da Presidente eleita	89
4.2.3.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa	93
4.2.4 Presidente reeleita – 2014 a 2015	93
4.2.4.1 Um pouco de história... ..	94
4.2.4.2 Denotação ou “traço do real”: representações da Presidente reeleita.....	95
4.2.4.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa	98
4.2.5 Interrupção do mandato: o <i>impeachment</i> – 2016.....	99
4.2.5.1 Um pouco de história... ..	100
4.2.5.2 Denotação ou “traço do real”: representações da Presidente afastada.....	101
4.2.5.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa	103

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
-------------------------------------	------------

REFERÊNCIAS	107
--------------------------	------------

1 INTRODUÇÃO

Minha formação acadêmica é em *Design* de Moda. O encantamento com a moda se deu desde muito cedo, sobretudo ao ver a minha mãe costurar. Isso me levou a desenhar peças de roupa e, despretensiosamente, montava coleções e as deixava guardadas. Até que, no período em que cursava o ensino médio, quando tive que me decidir por qual caminho seguir, através disso a moda surgiu como a melhor opção.

Ao entrar para a faculdade e ter acesso às informações que tornavam mais sério o pensar sobre a moda, passei a me interessar por coisas que iam além da função das vestimentas. Muito além de cobrir o corpo, a moda produzia significados e construía identidades, revelava escolhas, acenava para construções sociais. E mais, aliada à vestimenta, à produção da maquiagem, dos cabelos e sobrancelhas, e aos acessórios, além de outros elementos, a moda contribuía para a criação de uma nova imagem.

Essa ideia se consolidou quando da elaboração do meu Trabalho de Conclusão de Curso – TCC. Dentro do propósito de produzir algo a partir do mote: “todos os sentidos que uma peça de roupa poderia gerar”, busquei criar uma coleção voltada para o público infantil feminino, na faixa etária de 7 a 12 anos – a partir de peças com tecidos tecnológicos (antibactericida, uvb, entre outros). O objetivo era criar uma coleção que possibilitasse às crianças desmontar e remontar as vestimentas de outras formas, como, por exemplo: num casaco contendo uma manga que se soltava por conta de um botão de pressão seria possível colocar uma outra manga de cor diferente no lugar ou até mesmo “transformar” o casaco em colete. Trabalhei sempre em conjunto com a imaginação das crianças para pensar o reaproveitamento e a sustentabilidade das peças, já que todas elas poderiam ser reinventadas, desmontadas e montadas novamente de acordo com a vontade e a necessidade de cada um.

Após a conclusão da universidade, tive a oportunidade de trabalhar na área como estilista. Período em que pude constatar que as pessoas procuravam peças que, além de se encaixarem no seu estilo, comunicavam aquilo que elas queriam propor, seja no trabalho, seja num passeio ou em algum outro lugar. A vontade de levar adiante o estudo sobre a moda como comunicação me levou a procurar pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba (Uniso), localizado na cidade de Sorocaba (SP).

Durante o percurso em busca do objeto de estudo, deparei-me com a

possibilidade de agregar moda e comunicação ao pensar na moda como importante aspecto na construção da imagem de figuras políticas. A partir de então, a figura da ex-Presidente Dilma Rousseff, que passou por transformações visuais significativas em sua trajetória na vida política, trouxe o que faltava para a composição do objeto: o potencial de significados da moda na construção da imagem da ex-Presidente da República do Brasil. As fotos jornalísticas seriam o vínculo com a área de concentração do Programa de Comunicação e Cultura: Mídias. Como eu gostaria de analisar os significados que a vestimenta produzia em cada fase da carreira política da ex-Presidente, a linha de pesquisa em Análise de processos e produtos midiáticos foi a mais pertinente.

Fazendo uma retomada histórica do ato de vestir, vemos que, no princípio, sua função era suprir uma necessidade do homem de se proteger do frio. Eram utilizadas peles de animais e elementos da natureza para cobrir as partes íntimas e as partes sensíveis nos climas difíceis. Com o passar do tempo, a roupa deixa de ser necessidade e passa a ser uma espécie de caracterização ou identificação do homem. É a linguagem visual, representada pelas roupas (adornos, comprimentos, quantidades de tecidos utilizadas, talhe, além de acessórios), que tende a alçar o papel de símbolo.

Sabemos que cada período da história é caracterizado por um estilo. Conforme as civilizações evoluem, as formas de se vestir também se alteram. Segundo Lipovetsky (1989), durante muitos milênios, a vida no coletivo subsistiu sem a veneração da novidade, fantasia e efemeridade da moda como é atualmente. Somente a partir da Idade média, no Ocidente, é possível reconhecer um sistema de mudanças, extravagâncias e a necessidade constante de se assemelhar a uma classe e se diferenciar de outras. Assim nasceu a moda.

O modo de se vestir, de acordo com Joffily (1991), como símbolo social, vai mudando em função das alterações da estrutura e da sociedade. O movimento de atualização, no caso a roupa, é consequência de questões culturais, condicionadas pela época, pelo pensamento vivo da sociedade, por seus mitos e pela sua produção intelectual. A moda necessita transformar significados e razões. Este processo de racionalização dá para justificar o consumo e dar prestígio à moda, tirando-a do seu estigma de futilidade. A racionalização converte, na moda, uma importância para tal.

Avaliando a sociedade contemporânea e o fenômeno da globalização, é possível notar a alteração na forma como consumimos a moda e a importância cada

vez maior dada à aparência. A moda torna-se um reflexo social; o símbolo adquire valor de mercado e a construção deste se dá através da imagem. A funcionalidade da roupa perde cada vez mais espaço para os sentidos que ela pode produzir.

A construção da imagem política de Dilma Rousseff, tendo a moda como ponto de partida – associada a acessórios, visagismo – atrelada a outros indicadores que as imagens fotográficas jornalísticas propiciam – foco, jogo de luz e sombra, posição dos elementos na composição, entre outros – pode ser observada nas fotos abaixo (figura 1).

Figura 1 - A imagem de Dilma Rousseff “em construção”



Fonte: Edição - autoria própria.

1.1 Objeto de estudo e o problema de pesquisa

Dilma Rousseff surgiu no cenário político, no âmbito Federal, como integrante da equipe que formulou o plano de governo de Luiz Inácio Lula da Silva para a área energética, em 2002. Durante o governo Lula, assumiu a chefia do Ministério de Minas e Energia e posteriormente da Casa Civil. Em 2010, foi escolhida pelo Partido dos Trabalhadores (PT) para concorrer à eleição presidencial, cujo resultado de segundo turno, anunciado em 31 de outubro, tornou Dilma a primeira mulher a ser eleita para o mais alto cargo, o de chefe de Estado e chefe de governo, em toda a história do Brasil. Em 26 de outubro de 2014, foi reeleita, novamente no segundo turno das eleições. Em 12 de maio de 2016, foi afastada de seu cargo por até 180 dias devido à instauração de um processo de *impeachment* que fora movido contra ela. Teve o mandato presidencial definitivamente cassado em 31 de agosto de 2016, porém não perdeu o direito de ocupar outros cargos públicos.

Nessa trajetória, Dilma Rousseff passou por transformações bastante visíveis: começou a usar roupas bem cortadas, se submeteu a cirurgias plásticas, mudou o corte de cabelo e emagreceu. Diante desse contexto, a pergunta que se delineia nessa pesquisa é: quais os significados gerados pelas transformações da imagem da ex-Presidente Dilma Rousseff, no período 2005 a 2016, representadas nas fotografias da *Folha de S.Paulo*?

1.2 Análise de pressupostos / Estado da Questão

Por meio de uma busca por dissertações e teses nos periódicos da *Capes*, *Scielo* e *Google Acadêmico*, utilizando como palavras-chave Comunicação; Mito Político; Dilma Rousseff; Fotojornalismo; Moda, chegamos ao resultado de uma tese, seis dissertações e três artigos. Após a leitura do material, foi possível associar o conteúdo encontrado em dois eixos: o primeiro privilegiou comunicação e moda; e o segundo, a construção da imagem e do mito.

No primeiro eixo, a monografia “A roupa da Presidente: uma análise de comunicação pelas vestes”, de Karla Beatriz Barbosa de Oliveira (2015), traz à tona a roupa como reflexo da vida em que sua escolha volta-se, principalmente, para a ritualização e representação da vida cotidiana. Por conta disso, trata-se de um

fenômeno comunicacional com funções distintas, tais como: informativa, expressiva, normativa e de interação social, conforme sugere Barnard (2003).

Nesta perspectiva, a autora Oliveira (2015) também considera como objeto de estudo a ex-Presidente Dilma Rousseff, tendo como finalidade estudar as formas de escolhas das vestes como respostas aos acontecimentos sociais dentro do seu governo. Esta monografia trouxe informações bastante proveitosas, sobretudo dados sobre a ex-Presidente Dilma Rousseff, porém o que se diferencia da dissertação proposta neste momento é a metodologia adotada, que recorre a um estudo de caso. A partir desse método, a autora observa, em imagens publicadas do site oficial da Presidência da República, a construção da comunicação através das vestes por meio de recortes temporais.

O trabalho de Oliveira (2015) nos chamou a atenção sobre a questão da construção da comunicação pelas vestes e do quanto isso é essencial ao indivíduo. A partir disso, a autora justifica o tema mostrando as interferências sociais que cada escolha resulta, como elas servem de instrumento na interação da ex-Presidente com o coletivo em determinados contextos. A autora dedica-se a descrever a moda e a política no primeiro capítulo, temas igualmente tratados nessa dissertação. Assim, pudemos colher autores que foram de grande valia, tais como, Schwartzberg (1978) na fundamentação da moda; e autores como Lipovetsky (1999), Moratori (2002).

Os artigos de Queiroz e Martins Jr. (2011) e Oliveira e Gramacho (2016), intitulados respectivamente “Presidente Dilma, com que roupa eu vou?” e “A nova roupa da Presidente: uma análise de comunicação pelas vestes”, debatem sobre como a indumentária desenvolve uma narrativa. Ambos os artigos foram interessantes, sobretudo por trazerem dados sobre a história da moda essenciais para entender se determinados códigos da vestimenta desenvolvem um sistema de estruturação de um diálogo, através de simbolismo e recortes dentro de um contexto determinado.

O primeiro artigo, de Queiroz e Martins Jr. (2011), aborda de que forma o tema “moda” ganhou espaço nos editoriais de política que cobriram as eleições presidenciais no Brasil em 2010. Enfatiza o fato de que uma candidata mulher ampliou a área de interesse do jornalismo em relação a sua vestimenta e questiona se a moda teve igualmente importância ao longo da campanha, na medida em que o visual da candidata foi se alterando. Aprofundar essa questão levantada no artigo, buscando relacionar as vestimentas da ex-Presidente a momentos da sua carreira política

pareceu-nos importante para verificar como a imagem de Dilma Rousseff foi se construindo durante a sua trajetória política. Queiroz e Martins (2011) se valem, entre outros, de Malcom Barnard e Umberto Eco, autores que também tomamos como base teórica. Para Barnard (2003, p. 24),

[...] a moda e a indumentária podem ser as formas mais significativas pelas quais são construídas, experimentadas e compreendidas as relações sociais entre as pessoas. As coisas que as pessoas vestem dão forma e cor às distinções e desigualdades’.

Também para Umberto Eco (1989), a roupa utilizada em campanha com a ajuda de uma consultoria especializada comunica sem palavras o que o candidato pretende passar ao público, considerando que os significados resultam da negociação entre os papéis; constroem-se, assim, interpretações variadas para o significado da roupa. Agregando que roupa é uma comunicação não verbal, no qual utiliza de varias vertentes e no qual pode ter diversos significados.

Já no segundo artigo, de Oliveira e Gramacho (2016), “A nova roupa da Presidente: uma análise de comunicação pelas vestes”, os autores tentam explicitar a escolha da vestimenta como fenômeno profundamente individual e, ao mesmo tempo, coletivo, aproximando-a da objetivação da comunicação, que tem como propósito compartilhar informações de forma clara com os receptores. Os autores também consideram como objeto de estudo a ex-Presidente Dilma Rousseff, e, desta forma, estudam a maneira como se dá a escolha das vestes como respostas aos acontecimentos sociais dentro do seu governo. O tema desse artigo se justifica em nosso estado da questão e na nossa pesquisa, principalmente, por mostrar as interferências sociais que cada escolha resulta, a capacidade de comunicação das roupas e como elas servem de instrumento na interação da ex-Presidente com o coletivo em determinados contextos. Os autores apresentam a história da moda não centrada apenas nas roupas, mas também nos elementos que fazem parte deste campo de ritualização, tais como acessórios, cores, tendências e tecidos, elementos possíveis de serem apontados como um sistema de expressão, com o propósito de mostrar que a moda está diretamente relacionada ao *modus vivendi* do indivíduo, o sistema em si, e não apenas ao fato de cobrir o corpo com peças de tecidos. Devemos percebê-la como um sistema com significados, de pertencimentos e de adaptação ao meio.

Desta forma, Oliveira e Gramacho (2016) argumentam que a ideia de força, sucesso e poder é necessária neste ambiente, e tal perspectiva faz com que as personagens que comungam dessas ideias se modifiquem a fim de se tornarem bem vistas pelos expectadores e futuros eleitores, além de esta escolha estar ligada diretamente a sua estratégia na política. Para uma resposta mais satisfatória de suas perguntas, os autores fazem uma análise de dados pautada na busca de demonstrar um resultado a partir da observação prévia das imagens e do contexto histórico nelas inserido. Nessa pesquisa foram analisadas 29 imagens entre 01 de janeiro de 2011 a 08 de março de 2015, todas dentro de um recorte de contextos possíveis para retratar o governo da ex-Presidente Dilma Rousseff. Apesar de muitas semelhanças, a análise de conteúdo das imagens não coincide com a adotada em nossa dissertação, uma análise embasada no pensamento de Barthes.

Drumond (2018), no artigo intitulado “A roupa política: a dimensão argumentativa implícita nas roupas das primeiras-damas Temer e Trump como reafirmadora do ethos político de seus maridos”, argumenta que no suporte – corpo do usuário – a vestimenta aparece como uma das principais formas de discurso de identidade, no sentido de que aquilo que é usado tende a externalizar sentidos, como forma de comunicação. Essa construção de autoimagem feita por intermédio das roupas propicia a idealização de um novo comportamento, produto de uma criação discursiva. Os discursos políticos têm como principal desafio “influenciar as opiniões a fim de obter adesões, rejeições ou consensos” e a vestimenta como objeto de comunicação vem para favorecer esses discursos. Em sintonia com esse pensamento, a moda, um dos fenômenos sociais mais importantes dos tempos modernos, centra-se na necessidade de “passar a imagem de”, afirmando ou desconstruindo discursos, sendo uma das formas mais seguras de captar as motivações socioeconômicas e culturais das pessoas. A construção dessa autoimagem, possível pelo discurso verbal e não verbal, propicia ao público-receptor do discurso o reconhecimento, intensificando a adesão ao discurso político.

Drumond (2018) lança mão da Análise do Discurso (AD) para fundamentar os conceitos de ethos e suas derivações, no propósito de identificar nas roupas das primeiras-damas a prática discursiva não verbal e legitimadora dos discursos políticos dos seus maridos. Essa vertente metodológica também não é a escolhida para a nossa dissertação, ainda que contribua na abordagem da conexão

comunicação/vestimenta e política protagonizada agora pelas primeiras-damas, Marcela Temer e Melania Trump.

A dissertação de Costa (2017), “Dilma Bolada x Dilma Rousseff: a construção da imagem da Presidente na Copa do Mundo do Brasil”, vem para finalizar o eixo Comunicação e Moda. O autor considera que estamos inseridos em uma sociedade mediatizada em que há um desencanto dos eleitores com seus representantes. O autor investigou as *fanpages* do Facebook Dilma Rousseff (oficial) e Dilma Bolada (fictícia) no decorrer da Copa do Mundo do Brasil em 2014. A hipótese que o autor levanta é que ambas as páginas desempenharam um papel importante, como complemento, no processo de construção simbólica de uma imagem positiva da Dilma através da sua vestimenta.

Costa (2017) traz referentes teóricos como Schwartzberg (1977), Leal (2002) e Gomes (2004), os quais argumentam que, ao construir uma imagem pública de si, os agentes políticos assumem personagens. A análise de conteúdo na perspectiva de Bardin (1977) foi o instrumental metodológico utilizado pelo autor para categorizar as personagens políticas de Schwartzberg, com o intuito de identificar qual a principal imagem pública de Dilma Rousseff na Copa. Com o foco nas páginas contidas nas plataformas de rede social, a dissertação demonstra que a política está caminhando para uma personalização de candidatos. A pesquisa permitiu que Costa (2017) concluísse que as *fanpages* se articularam durante a competição na construção de uma personagem, que acompanhou a mandatária até o processo que culminou no *impeachment*. Esses autores agregaram na análise de como é feita essa construção de um personagem no meio político através de sua imagem.

Com a dissertação de Coimbra (2018), adentramos no segundo eixo: construção da imagem e mito. Coimbra (2018) traz para o debate questões relativas ao uso do espaço midiático por atores políticos e como tais espaços lhes garantem visibilidade e servem para estruturação de seus discursos. A imagem de Dilma Rousseff construída pela Folha de S.Paulo no episódio do impeachment foi o objeto de pesquisa. Intitulada “A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff: as estratégias de construção da imagem da ex-Presidente versus o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do *impeachment*”, a dissertação inicia por ressaltar que a maior parte da informação política de que dispõem os cidadãos médios para formarem juízo sobre a realidade provém do papel desenvolvido pelas mídias, mostrando que as relações entre mídia e política têm se tornado cada vez mais

próximas. As pessoas passaram a se apropriar da atividade midiática para entenderem a realidade e darem sentido ao mundo em que vivem. Com isso, a política teve que se reformular e se adaptar a essa lógica para executar sua função. Se a mídia confere existência e dá legitimidade aos personagens, ela passa a ser um elemento fundamental para a realização da política e torna-se objeto de interesse de todos os personagens políticos.

A autora também enfatiza que nessa relação é possível observar como os meios de comunicação estão em constante disputa para construir imagens públicas dos atores políticos para a população, assunto que também está presente no artigo de Queiroz e Martins (2011). Esse público consome os recortes e enquadramentos feitos pela mídia, à medida que os atores políticos se encontram em disputa para fazer prevalecer suas imagens diante daqueles que os enxergam enquanto atores. É uma disputa constante entre imagens idealizadas e imagens a serem propagadas.

Nesse sentido, é intensificada a preocupação de controlar a imagem, de arquitetar estratégias e administrar situações que sejam capazes de não colocar em risco aquilo que as pessoas enxergam de determinado líder.

No entanto, quando constatamos que a imagem pública não é algo que se possa fixar, tornando-a definitiva diante de todos os receptores, temos consciência das dificuldades que nos espreitam. Ainda que se tente controlá-la, o comportamento humano não é algo sistemático, rigorosamente controlado para produzir um único significado, até mesmo porque a imagem pública de alguém só começa a existir na recepção, no momento em que as pessoas recebem as informações (GOMES, 2004). Um dos principais pontos da dissertação de Coimbra (2018) está na afirmação de que a luta constante pela construção/desconstrução, imposição e fidelização de imagens, antes contida apenas nos períodos que compreendiam as grandes disputas eleitorais, agora já abrange períodos extensos chamados de campanhas permanentes, as quais não se pode definir quando começam ou quando terminam. Para discutir de que forma se dá essa interface entre mídia e política e quais as implicações para a sociedade, Coimbra fundamenta-se em Rodrigues (1990), Rubim (2001), Gomes (2004) e Lima (2006).

A dissertação de Isabel Maria Ribeiro Ferin Cunha, de 2014, “Dilma Rousseff da Ditadura Militar ao Facebook - a construção da imagem do indivíduo na política” propõe através do fotojornalismo, aproximar períodos históricos e identificá-los, para assim compreender o percurso da construção da imagem de Dilma Rousseff e

conseguir contextualizar historicamente em conjunto com as publicações de uma página do *Facebook*. Para fundamentar o fotojornalismo, a autora lança mão de Barthes, pesquisador que também estará presente em nossa pesquisa, fundamentando, junto com outros teóricos, a fotografia como suporte do *corpus* desta pesquisa, assim como servirá de escopo metodológico.

Feitosa Filho (2015) investiga, em sua dissertação, se as conotações das mensagens jornalísticas têm como ponto de referência as imagens que ilustram, e se essas imagens reforçam o contexto informativo e de comunicação para os leitores e eleitores do candidato. O autor baseia sua pesquisa nas campanhas políticas de José Serra e Fernando Haddad para a prefeitura de São Paulo e faz sua análise valendo-se de Roland Barthes em *Mitologias* (2006), obra que apresenta o conceito de mito de que lançaremos mão em nosso trabalho. Feitosa Filho (2015) demonstra que as categorias barthesianas conotativas da mensagem fotográfica, como trucagem, pose, objetos, fotogenia, esteticismo e sintaxe, aferem diretamente o caráter histórico, ideológico e social que o jornalismo tem como prática. Lembra que, para Barthes, as conotações jornalísticas estabelecem um modelo de comunicação relacionado com a cultura de massa e com o papel da mídia na contemporaneidade, afetando os modos de sentir, pensar e agir de seus receptores.

Partindo dos pressupostos de *Mitologias*, em que Barthes desvela os verdadeiros interesses midiológicos, Feitosa Filho (2015) se vale da metodologia capaz de desmitificar a articulação das mensagens da mídia impressa, sobretudo no que se refere à escolha da imagem fotográfica na sua função referencial, na forma como a informação é produzida e divulgada. Através desse autor, agregou na pesquisa como é feito essa análise das fotografias nas mídias impressas, e como é a criação e construção de um mito através do meio jornalístico e suas mídias.

A tese de Luís Felipe Miguel, de 1997, intitulada “Em busca da harmonia perdida: mito e discurso político (uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994)”, assim como Feitosa Filho (2015) e Cunha (2014), traz Roland Barthes como base teórica para explicar o mito, além dos autores Mircea Eliade e Georges Sorel. Miguel (1997) discute em sua tese que a expressão “mito político” é usada de uma maneira errônea, sendo um elemento de retórica mal definido, e se lança ao objetivo de encontrar a relevância do conceito de “mito político” de uma forma rigorosa e operacional para, desta forma, usar como análise de futuros discursos políticos. O autor começa com a análise de três abordagens distintas do mito: a de Roland Barthes,

com as suas mitologias contemporâneas que traça o essencial e as mistificação; a de Mircea Eliade, que fala dos mitos nas sociedades primitivas; e a de Georges Sorel, que via no mito político um elemento irracional e mobilizador por excelência. Com esses três pesquisadores o autor esboça um conceito mais rigoroso de mito político, o que beneficiou o entendimento do conceito e sua aplicação em nossa pesquisa.

Segundo o autor, os elementos míticos são veiculados nos discursos políticos e, por conta disso, não é possível ignorar os novos meios de comunicação de massa que trazem esse discurso. A fala política se torna mais imagética, fragmentada e com um tom de intimidade. Com isso, a adaptação às exigências da mídia altera todo o discurso, e a grande mudança é que em vez do mito-narrativa, como era de costume, agora há o *flash* mítico, a imagem instantânea que dialoga com o imaginário social existente.

E, por fim, a dissertação de Gabriella Nunes de Gouvêa, de 2014, denominada “Imaginário social, mito e narrativas jornalísticas: as representações sobre mulheres e militantes de esquerda na construção discursiva sobre a Presidente Dilma Rousseff”, estuda as relações que se estabelecem entre as narrativas jornalísticas, as representações e o imaginário social. Visto que as notícias são estruturadoras da realidade, elas atuam como um sistema simbólico duradouro, à medida que reproduzem e recriam modelos, normas de comportamento, valores, ideologias e crenças. Desta forma, o objeto de estudo da autora são as narrativas jornalísticas construídas por diferentes veículos nos dias que se seguiram à eleição presidencial de 2010, relacionadas a aspectos da trajetória da Dilma Rousseff. O intuito da autora é analisar as relações que se estabelecem e de que formas elas emergem nas narrativas jornalísticas, como se dá a instauração dos discursos jornalísticos e quais são os sentidos que eles divulgam sobre as mulheres na política. Enfim, embora a ex-Presidente seja o foco, tendo como objeto de estudo as narrativas, a nossa pesquisa se difere de Gouvêa (2014) ao se interessar pela produção de sentidos advindos de fotografias jornalísticas.

Gouvêa (2014) investigou se as representações sociais que definem a percepção dos sujeitos em relação uns aos outros emergem nas notícias estudadas e de que forma isso se dá discursiva e narrativamente. A partir disso, foram analisados veículos impressos – jornais e revista – e televisivos, com bases metodológicas de análise crítica da narrativa jornalística. A autora desenvolve um entendimento dos elementos que definem as representações sociais sobre a mulher na política e a

construção discursiva por meio da qual se dá a apropriação das representações pelas narrativas. No caso dessa pesquisa, a autora concluiu que as notícias representam um discurso persuasivo, instaurando uma realidade e estabelecendo padrões.

1.3 Justificativa

A partir do levantamento do estado da arte, tivemos acesso a diferentes abordagens da construção da imagem da ex-Presidente Dilma Rousseff – personalidade foco de nossa pesquisa – e de usos de metodologias variadas: análise do discurso, análise do conteúdo, análise crítica da narrativa e também análise a partir do pensamento de Barthes em *Mitologias*. Nossa pesquisa, ainda que tenha se valido de fundamentos teóricos recorrentes nesses trabalhos, traz como diferencial a análise de fotos jornalísticas do jornal *Folha de S.Paulo* em um período capaz de pinçar momentos significativos na trajetória da ex-Presidente, desde que passou a ocupar cargo de destaque no governo Federal até o seu *impeachment*, que amplia o espectro dessa trajetória.

Ao procurar trazer à luz o potencial para a produção de sentidos das fotos – além da relação com legendas/manchetes a que se referem – atrelado à indumentária da ex-Presidente, o conceito barthesiano de mito que amparou a trajetória desse processo na construção da imagem da ex-Presidente Dilma Rousseff, em diálogo com seu percurso político, vai sendo relativizado. A possibilidade de refletir sobre a construção da imagem de um político calcada na fragilidade da mitificação/desmitificação que a mídia propicia constitui a relevância dessa pesquisa.

1.4 Explicitação dos objetivos

Como objetivo geral, busca-se compreender como aspectos inerentes à fotografia jornalística, bem como a moda (vestimenta, acessório) podem contribuir no processo de construção da imagem de um político.

São objetivos específicos: 1) apresentar a fotografia jornalística à luz da classificação de Dubois como registro e testemunho ou “traço do real” e como “transformação do real”; 2) levantar as fotografias como potenciais simbólicos; 3) analisar o potencial simbólico na construção de imagem política de Dilma; 4) articular

o momento político com cada novo aspecto dessa transformação; 5) verificar o processo de construção do mito à luz de Barthes.

1.5 Metodologia

A fotografia jornalística foi o suporte em que as imagens da ex-Presidente Dilma Rousseff puderam ser analisadas. Para a escolha do corpus, fizemos a opção pela Folha de S.Paulo disponibilizada online, pela facilidade de consulta ao acervo e pelo espaço dado à foto na primeira página.

O material coletado consistiu em 85 fotografias de capa da Folha de S.Paulo, dentre as quais foram selecionadas as mais representativas dos momentos da vida política da ex-Presidente do período de 2005 a 2016. Destas, foram selecionadas sete fotos jornalísticas, que obedecem à seguinte categorização: de 2005 a 2009, momento em que Dilma Rousseff era ministra do governo do então ex-Presidente Luís Inácio “Lula” da Silva, são apresentadas duas fotos. No período de 2009 a 2010, quando Dilma Rousseff se candidata à presidência pelo Partido dos Trabalhadores, tem-se uma foto. De 2011 a 2013, quando ela se elege Presidente da República, apresentamos uma foto. No período de 2014 a 2015, como Presidente reeleita há uma foto e, finalmente, duas fotos são representativas do momento em que ocorre o processo do seu impeachment, de 2015 a 2016.

Para cada um desses cinco momentos, apresentamos um painel com fotos do período e a capa do jornal Folha de S.Paulo que apresenta a foto escolhida para análise.

O quadro a seguir traz um detalhamento desses dados:

Quadro 1 - Apresentação do material a ser analisado

Continua

Número da imagem	Título da imagem	Fonte da imagem	Imagem
Painel 1	A ministra das Minas e Energia	Painel 1 composto por imagens do ano de 2005 a 2009, do acervo online Folha de S.Paulo	
Figura 3	"A camarada de armas e companheira de lutas"	Capa da Folha de S. Paulo de 22/06/2006	
Figura 4	A posse da ministra	Imagem do dia 22/06/2005 retirada do acervo online da Folha de S. Paulo	 O presidente Lula conversa com o ex-ministro da Casa Civil José Dirceu (lt) na posse da nova ministra, Dilma Rousseff
Painel 2	A pré-candidata à presidência da República	Painel 2 composto por imagens do ano de 2009 a 2010 retiradas do acervo online da Folha de S. Paulo	

Quadro 1 - Apresentação do material a ser analisado

Continuação

Número da imagem	Título da imagem	Fonte da imagem	Imagem
Figura 5	Dilma promete “alma de mulher”	Capa da <i>Folha de S. Paulo</i> de 14/06/2010	
Figura 6	À sombra de Lula	Imagem do dia 14/06/2010 retirada do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	
Painel 3	Presidente Dilma Rousseff – primeiro mandato	Painel 3 composto por imagens do ano de 2010 a 2013 retiradas do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	

Quadro 1 - Apresentação do material a ser analisado

Continuação

Número da imagem	Título da imagem	Fonte da imagem	Imagem
Figura 7	“Dilma promete um país sem fome e de classe média sólida”	Capa da <i>Folha de S. Paulo</i> de 02/01/2011	
Figura 8	Dilma Eleita	Imagem do dia 02/01/2011 retirada do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	
Painel 4	Presidente Reeleita	Painel 4 composto por imagens do ano 2014 a 2015 retiradas do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	
Figura 9	Dilma é reeleita na disputa mais apertada da história	Capa do dia 27/10/2014 retirada do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	

Quadro 1 - Apresentação do material a ser analisado

Conclusão

Número da imagem	Título da imagem	Fonte da imagem	Imagem
Figura 10	A segunda candidatura	Imagem do dia 27/10/2014 retirada do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	
Painel 5	<i>Impeachment</i>	Painel 5 composto por imagens do ano de 2015 a 2016 retiradas do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	
Figura 11	Dilma responsabiliza PSDB por corrupção	Capa do dia 21/02/2015 retirada do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	
Figura 12	<i>Impeachment</i> de Dilma	Imagem do dia 21/02/2015 retirada do acervo online da <i>Folha de S. Paulo</i>	

Fonte: Elaboração própria.

Considerando-se que lidamos com a fotografia, bem como com a moda, como linguagem, faremos uso da análise semiológica inspirada em Barthes (1998), quando de sua análise inaugural da propaganda como uma espécie de retórica da imagem. Esta escolha se dá em função de manter coerência no tratamento da moda, da construção da imagem como sistemas sígnicos calcados na semiologia preconizada por Ferdinand Saussure que funciona como base para a construção de significados adotada por Barthes. Ao ler o mundo como um sistema de linguagem, Barthes (1998) torna a língua o fundamento de todos esses sistemas e, com isso, nenhuma ciência poderia estabelecer-se sem o seu apoio. A construção da imagem da ex-Presidente também se processa à luz de Barthes (1998), quando ele propõe a construção de mitos.

A fim de antecipar o princípio teórico que fundamenta a metodologia desse trabalho, apresentamos ideias de Barthes.

No capítulo "Retórica da imagem", em "O óbvio e obtuso de Roland Barthes" (1998), encontramos o modelo analítico que propõe explicar a significação da imagem fotográfica na clássica leitura da publicidade *Panzani*, em que o autor busca responder a seguinte questão: "poderá a representação analógica produzir verdadeiros sistemas de signos e já não somente simples aglutinações de símbolos? Um código analógico – e não já digital – será concebível?" (BARTHES, 1998, p. 27).

A imagem não era considerada linguagem pelos linguistas, justamente pelo fato de não se caracterizarem pela dupla articulação, ou seja, não serem baseadas numa "combinatória de unidades digitais, como são os fonemas" (BARTHES, 1998, p. 27). A analogia, para os linguistas, empobrecia a imagem, a tornava rudimentar em relação à língua, além do fato de a significação não poder esgotar a polissemia da imagem. (Barthes, 1998, p. 27) indaga "como é que o sentido vem à imagem? Onde acaba o sentido? E se ele acaba, que há para além dele?". A partir de então, ele submete a imagem a uma análise das mensagens que ela pode conter.

Assim, Barthes (1998) estabelece três níveis de mensagem: a linguística, a denotativa e a conotativa. A primeira delas, a mensagem linguística, refere-se ao texto verbal que acompanha a imagem. No caso da publicidade *Panzani*, essa mensagem refere-se ao texto verbal inscrito no objeto fotografado (o nome de marca de um produto, por exemplo) ou aos elementos textuais que constituem a peça publicitária (título, *slogan* e corpo de texto, por exemplo). No caso do nosso objeto de estudo – fotografias jornalísticas de Dilma Rousseff – levamos em conta, como já o dissemos,

além das legendas que estão diretamente relacionadas a elas, os *leads* ou manchetes que a acompanham no jornal. É por essa razão que as capas antecedem as fotografias a serem analisadas.

Ao acompanhar a imagem, o texto verbal assume um papel de fixação. Segundo Barthes (1998, p. 33-34),

[...] toda a imagem é polissêmica, implicando como subjacente aos seus significantes uma “cadeia flutuante” de significados, dos quais o leitor pode escolher uns e ignorar outros. A polissemia produz uma interrogação sobre o sentido [...] por isso, desenvolve-se, em qualquer sociedade, diversas técnicas distintas a fixar a cadeia flutuante dos significados, de modo a combater o terror dos signos incertos: a mensagem linguística é uma dessas técnicas.

Ainda, sobre a função exercida pela mensagem verbal na relação com a imagem, Barthes (1998) lembra que a fixação pode ser ideológica à medida em que o texto guia o leitor entre os significados da imagem, levando-o a escolher alguns em detrimento de outros. A mensagem verbal leva o leitor a um sentido escolhido de antemão, barrando a pluralidade significativa decorrente da natureza da imagem ou da mensagem icônica.

Em todos os casos de fixação, o texto tem a função de elucidar. Contudo, essa elucidação é seletiva, escolhe-se alguns dos signos da imagem icônica e não outros. Desta forma, Barthes (1998, p. 35) afirma que:

[...] o texto é verdadeiramente o controle do criador (logo, da sociedade) sobre a imagem: a fixação é um controle, ela detém uma responsabilidade, face ao poder projetivo das figuras, sobre o uso da mensagem; em relação à liberdade dos significados da imagem, o texto tem um valor repressivo e compreende-se que seja o seu nível que se investe sobretudo à moral e à ideologia de uma sociedade [...]

Com relação à imagem ou mensagem icônica, Barthes vislumbra duas mensagens: a denotativa e a conotativa.

A primeira, a denotativa, corresponde a todo sentido que venha da analogia, da semelhança. Em boa medida, a dimensão denotativa da fotografia possibilita a identificação dos elementos da cena e permite uma descrição do que há no quadro. A partir da denotação pode-se responder à pergunta “o que a imagem mostra?” (BARTHES, 1998, p.36). Assim, essa dimensão da imagem tem um caráter de mensagem literal, icônica e contínua. Pensada como uma significação primeira, mais

elementar, a denotação ganha um valor muito forte quando se trata da fotografia. Enquanto outros tipos de imagem têm uma mensagem analógica menos contundente, como o desenho, a pintura e o cinema, a fotografia está quase totalmente preenchida pelo seu valor denotacional. Isso pode ser explicado a partir da própria evolução do pensamento acerca da imagem fotográfica e seu lugar social.

Naturalmente, a passagem de uma linguagem a outra já interfere na mensagem primeira, denotativa, pois o ato de descrever impõe o funcionamento de um sistema (o da fotografia) em relação a outro sistema (o da língua). Todo esse percurso dentro da concepção barthesiana do dispositivo fotográfico faz-se necessário para a compreensão de sua ideia de conotação. Em um sentido mais geral, independente da matéria significativa, o processo de conotação se desenvolve a partir da inter-relação entre dois sistemas de significação distintos (BARTHES, 1998, p. 95).

Para o autor, o que faz a objetividade da imagem fotográfica ser um mito é a possibilidade de haver um plano de conotação. Assim, em sua metodologia, a denotação constitui a mensagem primeira, literal, contínua, distribuída por toda a superfície da imagem e caracterizada pela sua força analógica. Ideologicamente, a denotação preenche a imagem fotográfica, garantindo a esta um valor de imparcialidade e objetividade.

Contudo, as mesmas coerções ideológicas e culturais que dão à fotografia seu valor de análogo constituem, a partir da denotação, uma mensagem segunda, descontínua, formada por símbolos localizados no interior da imagem. Dessa forma, enquanto a denotação fotográfica é marcada pela analogia e seu valor literal, a conotação é ideológica, cultural, constituída na história e dependente do espaço e do tempo em que estão localizadas. A relação entre essas três dimensões da imagem - mensagens linguística, mensagem denotativa e mensagem conotativa - permite explicar a produção de sentido na imagem fotográfica presente na comunicação de massa. Contendo duas vertentes próprias da imagem, a denotação e a conotação, é neste segundo nível que o valor simbólico da fotografia se constrói.

A conotação, esse segundo sentido instalado na imagem, a partir de sua analogia, permite o desenvolvimento de um código para a fotografia, constituído na cultura, de caráter histórico. Esses dois níveis da mensagem fotográfica de nenhum modo encontram-se separados. Desta forma, a partir do caráter conotativo da fotografia podemos falar no desenvolvimento de uma retórica da fotografia, como diz Barthes (2006). O autor destaca, ainda, que a conotação não é “natural” nem

“artificial”, mas se dá na cultura e na história. Evidenciar os elementos que compõem o código da conotação dependeria, então, de um estudo do contexto social no qual o discurso se desenvolve e de um árduo trabalho de catalogação dos signos que formam o código da fotografia. Porém em sua pesquisa, o autor indica os processos de conotação da fotografia, a saber: trucagem, pose, objetos, fotogenia, estetismo e sintaxe (BARTHES, 2006, p. 15-19). Não são unidades ou categorias de significação, mas procedimentos para a introdução de um sentido segundo na imagem.

Finalmente, por meio do processo de conotação da imagem fotográfica, é possível compreender como um sentido segundo, de caráter simbólico e cristalizado na cultura, constrói-se alicerçado na denotação fotográfica.

Esse instrumental nos permitirá “ler” as fotografias de Dilma Rousseff apresentadas no capítulo dedicado às análises.

1.6 Sobre o relato da pesquisa

Tendo a introdução o papel de apresentar o “esqueleto” da investigação foi desenvolvida, passo a passo, o primeiro capítulo apresenta a fotografia jornalística no seu caráter de testemunho e registro que, nessa dissertação, funciona como signo na perspectiva da semiologia barthesiana. Para tanto, são convocadas as ideias de Dubois (2001), Barthes (1980, 1957, 1998, 2001, 2006) e Sousa (2004).

O segundo capítulo apresenta, além da concepção de moda como comunicação a partir de estudos de semiologia de Barthes (2006) e Umberto Eco (1989), um breve histórico da indumentária e vestimenta. Aspectos ideológicos que sustentam o caráter simbólico da moda também são abordados, a fim de que a moda como produtora de sentidos possa trazer informações acerca de Dilma Rousseff em sua trajetória de ministra à Presidente da República impedida de terminar o segundo mandato. O que a vestimenta e suas especificidades, aliada aos acessórios, ao visagismo comunicam? O que eles “falam” sobre o momento político? É o que buscamos resgatar.

No terceiro capítulo apresenta-se o potencial de significados das vestimentas, acessórios, maquiagem na construção da imagem da Dilma pelas fotografias, à luz da semiologia de Roland Barthes. A análise da imagem busca articular o momento político com cada novo aspecto dessa transformação. A questão do mito exposta por Barthes (2001), em Mitologias, vai nos guiar nessa trajetória.

Finalmente, as considerações finais buscam atar as pontas do desenvolvimento aos resultados a que as análises empreendidas nas fotos jornalísticas nos permitiram chegar.

2 A FOTOGRAFIA COMO TRAÇO E TRANSFORMAÇÃO DO REAL

Este capítulo apresenta a fotografia, suporte das representações de Dilma Rousseff no contexto jornalístico. Para tanto, nos valem de Philippe Dubois (2001), ao tratarmos dos modos de representar o real inseridos na mensagem fotográfica, e de Jorge Pedro Sousa (2002) para apresentarmos aspectos técnicos da linguagem fotojornalística.

A fotografia é, por definição, o processo de formar imagens por uma exposição luminosa e, sucessivamente, fixá-las numa superfície sensível. No livro "Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa", Sousa (2002) discorre sobre o ponto de vista técnico da fotografia.

Segundo esse autor, é possível dizer que fotografar significa escrever com a luz – o que, no caso, torna-se possível de ser feito com o uso de uma câmara escura. Desta forma, raios de luz passam por um estreito canal e esboçam a imagem dos objetos na parte contrária. No caso de uma câmara fotográfica analógica, os raios de luz incidem a cena ao longo de um filme composto de grãos de prata os quais, quando expostos à luz, transformam-se. Podemos comparar o princípio da fotossensibilidade com o bronzeado na pele. Quando vamos à praia e ficamos expostos ao sol, após uns dias, ficará a marca da roupa de banho na pele. A máquina fotográfica equipada com um dispositivo capaz de armazenar informação funciona da mesma maneira.

A fotografia digital também segue a mesma regra da câmara escura, mas a imagem em vez de ser gravada em um filme é fixada eletromagneticamente em um modelo de código binário.

O método de absorção de imagem tem início em 1826, momento em que a primeira fotografia da História foi exposta por Joseph Nicéphore Niépce. Já em 1839, foi revelada a primeira ferramenta fotográfica, o daguerreótipo. Descoberto por Louis Jacques Mandé Daguerre, igualmente de naturalidade francesa, o instrumento apreendia imagens pelo orifício de uma câmara escura e as firmava numa folha de prata e uma placa de cobre.

Pois bem, e como a fotografia captura e representa o real? Este é um ponto fundamental, já que estamos tratando a fotografia como registro/testemunha e também como signo que interfere na realidade e a transforma. Reflexões de Philippe Dubois (2001) em "O ato fotográfico" vêm em nosso auxílio ao remontarem as teorias sobre esse "modo de ser". O percurso seguido pelo autor se articula em três tempos:

1) a fotografia como espelho do real; 2) a fotografia como transformação do real; 3) a fotografia como traço de um real.

O primeiro discurso sobre a fotografia vista como espelho da realidade tem início do século XIX. Nele, a fotografia é considerada a imitação mais perfeita do real e, de acordo com o discurso da época, essa capacidade de imitação era decorrente de sua própria natureza técnica, que permitia fazer aparecer uma imagem de maneira “automática”, objetiva, “quase natural”, segundo tão-somente as leis da ótica e da química, sem qualquer intervenção direta da mão do artista.

Este fazer técnico se choca com a obra de arte, cuja natureza era fruto da genialidade e do talento manual do artista. Tal concepção provocou grande polemica: de um lado, havia o temor de que a indústria pudesse interferir nos caminhos da arte, invadindo “o domínio do impalpável e do imaginário, tudo o que só é válido porque o homem lhe acrescenta a alma (...)” (DUBOIS, 2001, p. 29). A fotografia ocuparia, dessa forma, o papel de instrumento da memória documental do real; a arte, a pura criação imaginária. Sob essa ótica, a arte é definida como algo que deve escapar ao real.

De outro lado, havia os que consideravam positiva essa cisão à medida que seria possível separar a função de cada uma dessas atividades: à fotografia caberia exercer sua finalidade documental, tirando da arte a obrigatoriedade de ser utilitária. A arte poderia, então, se dedicar a sua verdadeira vocação de criar, independente do compromisso com o real. Era assim apregoada a “libertação da arte pela fotografia”. Nessa perspectiva, a pintura seria o “produto subjetivo da realidade”, enquanto a fotografia seria o “resultado objetivo da neutralidade de um aparelho”. Vista dessa forma, a fotografia não seleciona, não interpreta, não hierarquiza; apenas registra, ou seja, o sujeito é ausente.

O segundo discurso sobre a fotografia dá conta de tratá-la como transformadora do real. Para fundamentar essa classificação, Dubois (2001) se fundamenta em três setores do saber: 1) em textos sobre a teoria da imagem inspirados na psicologia da percepção, sobretudo Arnheim; 2) em estudos marcados pelo caráter explicitamente ideológico, tais como Damisch, Bourdieu, Baudry e os *Cahiers du Cinéma* e, finalmente, 3) nos discursos dos usos antropológicos da foto. Comum a todas essas teorias é a concepção da fotografia como mensagem codificada, sob o ponto de vista técnico, cultural, sociológico, estético etc.

Os estudos sobre percepção, de Arnheim, sustentam o primeiro argumento que descontrói a ideia de reprodução fiel ou espelho do real: a primeira diferença está no fato de a fotografia reproduzir uma imagem previamente determinada por certo ponto de vista, pela distância do objeto e pelo enquadramento; a segunda, está no fato de reduzir a um plano bidimensional o que, na realidade, é tridimensional e também reduzir a um contraste preto e branco todo o campo de variações cromáticas; por último, isola um ponto preciso do espaço/tempo e o mostra unicamente sob o aspecto visual, tirando dele sensações olfativas ou táteis.

Desta forma, a ideia de que a fotografia era neutra ou inocente é rompida. O que decorre desse novo modo de ver é seu caráter arbitrário, altamente elaborado. Dubois (2001) apoia-se em Damisch ao chamar a atenção para o fato de os princípios que regem a construção de uma câmara fotográfica se vincularem a uma noção convencional do espaço e da objetividade, elaborada antes da invenção da fotografia. Também lança mão de Pierre Bourdieu ao afirmar que “a fotografia fixa um aspecto do real que é sempre resultado de seleção arbitrária”, em que a expressão do espaço está atada às leis da perspectiva, o que acentua a convencionalidade da fotografia. Essas concepções tornam a fotografia um instrumento tão convencional como a língua, capaz de análise e interpretação do real. Assim, rompe-se com a ideia de “linguagem sem código”.

Também os discursos da equipe dos *Cahiers du Cinéma* operam na desconstrução do efeito de real que predominou no século XIX. As fotografias de imprensa que passaram a simbolizar os grandes acontecimentos mundiais tornaram-se alvo de crítica por serem consideradas encenadas e, com isso, se tornarem simulacro de uma memória coletiva.

Finalmente, o uso antropológico da fotografia caracteriza o último discurso que sustenta o ponto de vista da fotografia como transformação do real. Estudos mostram a necessidade de um aprendizado dos códigos de leitura para o reconhecimento do que foi capturado pela fotografia, ou seja, a significação das mensagens fotográficas é culturalmente determinada. Para ilustrar, Dubois (2001) cita o caso de um antropólogo que mostrou a uma mãe aborígene a fotografia do filho e que ela só o reconheceu depois que foi instruída a fazê-lo.

O terceiro discurso sobre a relação entre fotografia e realidade a vê como traço do real. Esta última concepção é dotada de valor singular ou particular à medida que

é determinada por seu objeto ou referente ou o que está no mundo real. Vem daí ser traço do real.

Esse modo de ver já havia sido insinuado por Roland Barthes. Em “A mensagem fotográfica”, Barthes (2009) chama a atenção para o fato de a fotografia ser uma mensagem sem código, o que, segundo Dubois (2001), corresponde à noção da “gênese automática”. Mas, só mais tarde, em “A câmara clara”, Barthes (1998) sistematiza sua leitura sobre fotografia e a questão da captura do momento/objeto no mundo real é indissociável do fazer fotográfico, o que o torna especial entre todos os outros sistemas de representação.

Barthes (1998, p. 115) explicita seu pensamento:

Chamo de “referente fotográfico” não a coisa *facultativamente* real a que remete uma imagem ou um signo, mas a coisa *necessariamente* real que foi colocada diante da objetiva, sem a qual não haveria fotografia. A pintura pode simular a realidade sem tê-la visto. O discurso combina signos que certamente têm referentes, mas esses referentes podem ser e na maior parte das vezes são ‘quimeras’. Ao contrário dessas imitações, na Fotografia jamais posso negar que a coisa esteve lá.

A foto é, assim, uma emanção do referente, radiações que partem do fotografado/referente (*Spectrum*), que estava lá, atingem o espectador (*Spectator*). “Uma espécie de vínculo umbilical liga a meu olhar o corpo da coisa fotografada: a luz, embora impalpável, é aqui um meio carnal, uma pele que partilho com aquele ou aquela que foi fotografado.” (BARTHES, 1998, p. 120). Ou seja, é inegável que o fotografado esteve ali.

O que Barthes relata sentir em relação às fotos que realmente chamavam seu olhar revela a copresença de dois elementos: o primeiro, o *studium*, “é uma vastidão, [que] tem a extensão de um campo, que percebo com bastante familiaridade em função de meu saber, de minha cultura” (BARTHES, 1998, p.47). Sendo a cultura um contrato feito entre o fotógrafo (*Operator*) e os observadores (*Spectator*), o *studium* enseja uma espécie de harmonia entre ambos. Segundo Barthes (1998, p. 48), “isso ocorre um pouco como se eu tivesse de ler na Fotografia os mitos do Fotógrafo, fraternizando com eles, sem acreditar inteiramente neles”. Aproximando dos elementos linguísticos, o *studium* corresponde ao contexto, ao tema ou ao assunto da fotografia.

O outro elemento de que fala Barthes é o *punctum*, segundo elemento da fotografia que vem quebrar o *studium*. Ele parte da cena como uma flecha que transpassa o *Spectador*.

A esse segundo elemento que vem contrariar o *studium* chamarei então *punctum*; pois *punctum* é também picada, pequeno buraco, pequena mancha, pequeno corte – e também lance de dados. O *punctum* de uma foto é esse acaso que, nela, me punge (mas também me mortifica, me fere) (BARTHES, 1998, p. 46).

Pois bem, apresentadas as ideias que fundamentam a fotografia, dois modos de representação do real tocam mais de perto nosso trabalho. Primeiro, o inegável fato de a fotografia, ao ser física e quimicamente afetada pelo objeto ou referente, torna-se traço do real. Acentua-se nela a natureza de cicatriz, de marcas na areia, de sintoma ou ruína etc., signos que também apontam para o objeto que lhes deu origem. Sua relação singular com o referente atesta a existência do mesmo e acentua seu poder de testemunho.

Mas a fotografia, ao ser inscrita no espaço jornalístico, perde o caráter de registro neutro. Ela se impregna do contexto social que é, por sua vez, marcado pelo conflito, por fatores ideológicos indissociáveis do processo interpretativo. Além do mais, como vimos na segunda classificação de Dubois (2001) – a fotografia como transformação do real –, além dos princípios inerentes à construção da câmara fotográfica, as interferências do fotógrafo ou “*operator*” contribuem para tornar a fotografia convencional ou codificada.

Nesse ponto, retomamos Sousa (2004) para explicitar especificidades das fotos jornalísticas que corroboram este duplo papel do fotojornalismo: o caráter de registro e de testemunho e o de papel codificado.

Inicialmente, Sousa (2004) retoma Barthes ao enfatizar o papel determinante do texto na ancoragem das fotos jornalísticas. Ou seja, para estancar a polissemia da imagem, o texto atua como elemento denotativo ao tentar ser fiel à imagem, ou como elemento conotativo, trazendo à tona os sentidos que traços ideológicos culturais deixam à mostra. Mas são os elementos produtores de sentidos que fazem parte da linguagem fotográfica e que são utilizados pelo operador da câmera que são descritos a seguir.

Começamos pelo enquadramento. Responsável por delimitar o espaço da realidade visível indicada na fotografia, o enquadramento tem o propósito de

direcionar e concentrar a atenção do leitor naquilo que se planeja destacar, ou seja, naquilo que o fotógrafo deseja que seja notado. No jornalismo, é habitual usar a palavra reenquadramento em que se edita a parte do espaço visual da fotografia para edição.

Já os planos, que correspondem à concretização do enquadramento, constituem-se em: plano geral, aberto e informativo, sendo o responsável por situar o observador, mostrando uma localização concreta; plano de conjunto, que são os planos gerais mais fechados, “onde se distinguem os intervenientes da ação e a própria ação com facilidade e por inteiro” (SOUZA, 2004, p. 84); plano médio, que relaciona os objetos/sujeitos fotográficos, aproximando-se de uma visão objetiva da realidade; e grande plano, sendo mais expressivo do que informativo, ele evidencia detalhes, particularidades.

A composição. Sousa avisa que “entra-se no domínio da composição quando se fala da disposição dos elementos da fotografia tendo em vista a obtenção de um efeito unificado, que, em princípio, é a transmissão de uma ideia ou de uma sensação” (SOUZA, 2004, p. 85). Nela, os planos fotográficos se separam em ângulos que se classificam em: normal, picado e contrapicado os quais correspondem, respectivamente, à imagem paralela à superfície; à imagem de cima para baixo, e à imagem de baixo para cima.

O próximo elemento que vai compor a linguagem fotojornalística é o foco de atenção. Considerando-se que o indivíduo é fisiologicamente incapaz de prestar atenção em todos os estímulos simultaneamente, o fotojornalista deve constantemente beneficiar uma área específica da imagem que atue claramente como o ponto primordial a ser observado em detrimento dos outros estímulos.

Para explicitar as relações figura-fundo, trazemos palavras de Sousa (2004, p. 90):

A psicologia da Gestalt ensina-nos que percebemos contextualmente configurações globais e não unidades dispersas, ou seja, percebemos conjuntos organizados de sensações. Assim, a figura percebe-se sobre um fundo, a menos que ela preencha todo o enquadramento. No fotojornalismo, por princípio, os motivos têm de se destacar claramente do seu fundo. Um fundo confuso, face ao qual o motivo se dilua ou perca importância, raramente permite construir uma mensagem clara.

Os elementos que compõem, quer fundo, quer figura, contribuirão para o processo significativo da mensagem foto: a cor de um fundo, por exemplo, pode determinar o sentido que pode dali ser extraído.

No momento em que as linhas que conduzem o olhar numa fotografia (linhas de força) se distribuem pela composição, pode-se falar em equilíbrio ou desequilíbrio. A forma mais clara de equilíbrio é a simetria. O desequilíbrio, por sua vez, gera tensão e favorece uma leitura mais ativa da imagem.

Há, ainda, vários elementos morfológicos que colaboram para dar lucidez a uma fotografia. Entre eles, temos: o grão – que são os sais de prata que compõem a fotografia analógica; massa/mancha – conjunto contínuo de grãos de similar densidade ou diâmetro; pontos – diminuição do objeto em um local de fundo neutro; linhas implícitas – geradas por pontos ligados; linhas explícitas – perceptíveis como linhas mesmo; textura – aspectos táteis que colaboram para o meio de geração de sentidos; padrão – repetição de um estipulado elemento, que também gera sentidos; cor - componente que chama atenção, desencadeia sentido em uma finalidade de contexto e da cultura.

Profundidade de campo é a zona nítida da imagem em termos de profundidade. Sousa (2001, p. 97) nos esclarece que

[...] a profundidade de campo diminui com o aumento (a) da proximidade ao objeto focado, (b) da distância focal da objetiva usada e (c) da abertura do diafragma (dispositivo que controla a quantidade da luz que sensibiliza o filme). O inverso também é verdadeiro, isto é, a profundidade de campo é tanto maior (a) quanto menor for a distância focal da objetiva usada, (b) quanto maior for a distância ao objeto focado e (c) quanto menor for a abertura do diafragma.

Com relação ao movimento, o fotojornalista pode escolher travar ou congelar o movimento, privilegiando ideia de estatismo ou criar um “escorrido” ou efeito de arrastamento que cria a ideia de velocidade.

A iluminação contribui na ênfase de um objeto ao qual se quer dar importância. A luz dispõe de vários atributos numa foto, como: qualidade, direção/sentido, contraste, uniformidade, cor e intensidade.

A lei do agrupamento consiste em um recurso em que quanto mais próximos estiverem uns objetos de outros, mais atração haverá entre eles. A semelhança e

contraste de conteúdos que se caracterizam, respectivamente, por ocasionarem coerência ou incoerência entre os elementos.

Por meio da distância e da proximidade dos objetos, conseguimos apresentar noções como o afastamento e a disputa. Já a sinalização ocorre quando a qualidade da fotografia não concede um destaque “natural”, sendo inevitável a intervenção do editor que descreve determinado objeto.

Por fim, a relação espaço-tempo pode provocar associações mentais entre a ideia de tempo e a disposição espacial dos objetos numa fotografia. Assim exemplifica Sousa (2004, p. 102-103),

[...] quando se fotografa um objeto animado de movimento a entrar na imagem fotográfica, dá-se a ideia de que há um futuro a percorrer, pois ao objeto ainda falta percorrer uma parte da imagem. Pelo contrário, se ele for fotografado a sair da imagem, a noção associada é a de passado. Há, todavia, outras formas de levar mentalmente o observador a outras épocas. Assim, a exploração do cenário ou a presença de objetos como uma casa em ruínas (passado) ou um modelo de nave espacial (futuro) certamente permitem uma exploração eficaz do tempo psicológico.

Neste ponto, Sousa (2004) lembra que Roland Barthes (2009b) defendia em “O óbvio e o obtuso” a ideia de que a fotografia apresenta dupla estrutura: uma denotativa, não codificada; e uma conotativa, que suporta um código de natureza sócio-cultural estabelecido através de processos de conotação. Barthes denominou como paradoxo fotográfico esta característica da imagem fotográfica. São os seguintes os processos: a truncagem – inclusão, modificação ou anulação de elementos numa fotografia; o esteticismo – processo de conotação que consiste na exploração estética da fotografia de modo que ela se assemelhe a uma pintura; a sintaxe – a disposição orientada e significativa de fotos contíguas pode conduzir para um sentido não pensado anteriormente; a pose – encenação proposital que constrói um modo de “aparecer”; os objetos – a presença de objetos numa fotografia pode contribuir para criar um clima que vai ambientar a pessoa que posa; e a fotogenia – o embelezamento da pessoa ou objeto por meio da iluminação.

Esses elementos descritos que compõem a linguagem da fotografia jornalística correspondem aos aspectos denotativos e conotativos que vão sustentar nossas análises e que revelam diferentes instâncias ou modos de representar a realidade, conforme apresentados por Dubois (2001) inicialmente. Os aspectos denotativos,

despidos do código, serão apreendidos na fotografia enquanto traço do real. Já os aspectos conotativos revelam a fotografia como transformação do real, pois embebida de aspectos sócio-culturais, convenções, símbolos, enfim, elementos construtores da imagem ou do “mito” barthesiano, conforme veremos no capítulo das análises das fotos da ex-Presidente do Brasil, Dilma Rousseff.

O próximo capítulo traz considerações sobre a moda como produtora de sentidos; como linguagem, portanto. Além dos elementos componentes da linguagem fotográfica, não podemos nos esquecer de que a figura que protagoniza nosso objeto de estudo passava por “remodelagens” à medida que avançava em sua trajetória política. A construção da imagem passa pela moda, pelo visagismo, pelas cirurgias plásticas, enfim. Voltemos nosso olhar para a moda na sua vertente significativa.

3 A MODA COMO LINGUAGEM/COMUNICAÇÃO

Este capítulo tem como propósito apresentar a moda como linguagem e, conseqüentemente, como comunicação, a partir da semiologia saussuriana por Barthes (2006) e Umberto Eco (1989). Na sequência, apresenta-se breve histórico da indumentária e vestimenta. Aspectos ideológicos que sustentam o caráter simbólico da moda também são abordados, a fim de que a moda como produtora de sentidos possa trazer informações acerca da política de Dilma Rousseff em sua trajetória de ministra a Presidente da República, impedida de terminar o segundo mandato.

Começamos pela diferenciação entre indumentária, vestimenta e moda. A indumentária, à luz de Barthes (2006), é apresentada como sistema e história, ou seja, como linguagem. A partir daí, segue breve história da vestimenta na esteira de Barnard (2003) para, então, adentrarmos a moda vista sob seus aspectos culturais, ideológicos e sua estrutura similar à da língua sob a ótica de Eco (1989). Para aclarar esse entendimento da moda como linguagem, antecipa-se, aqui, o conceito basilar de Saussure, retomado por ambos os teóricos nas reflexões sobre moda e linguagem. O conceito de signo é o ponto de partida.

Para Saussure (2006, p. 80), “o signo linguístico une não uma coisa a uma palavra, mas um conceito a uma imagem acústica”. A parte do signo que corresponde à imagem acústica é denominada significante; e a que corresponde ao conceito, significado. Assim, a dicotomia indissociável entre esses dois termos – significante e significado – constitui o conceito de signo saussuriano.

Desta forma, a imagem acústica dos objetos vem antes das elocuições humanas. Isso nos leva a concluir que a comunicação ocorre, primeiro, mentalmente para depois ser expressa verbalmente. Os signos são instrumentos de comunicação e representação dos objetos e da realidade. Assim, a comunicação humana passa por este processo de associação de ideias estabelecida a partir das imagens acústicas dos objetos (SAUSSURE, 2006).

Essa mesma concepção do signo linguístico foi a utilizada para a análise de imagens, sons e para todos os outros sistemas de signos. A língua passou a ser, então, parâmetro para o entendimento de qualquer produção cultural, conforme poderemos verificar.

3.1 A indumentária como linguagem: sistema, história

A história da indumentária, segundo Barthes (2005), tem origem no teatro romântico. Artistas, em prol de uma arte que representasse de maneira fidedigna a realidade, investiram em uma sistemática pesquisa sobre a verdade histórica das aparências e sobre elementos figurativos necessários para tal tarefa.

As produções científicas sobre a indumentária apareceram por volta dos anos 1860 nos trabalhos de artistas e pesquisadores – em geral medievalistas –, cujo principal objetivo era tratar esse objeto de estudo como uma soma de peças, e essas peças em si como uma espécie de acontecimento histórico. Nesse sentido, Barthes (2005) propõe que o vestuário é sempre concebido como o significante particular de um significado geral que lhe é exterior (época, país, classe social); mas, sem aviso prévio, o historiador ora segue a história do significante (evolução das silhuetas) ora a do significado (reinos e nações). Essas histórias só não obedecem, obrigatoriamente, à mesma cronologia, já que a moda pode produzir seu próprio ritmo. Contudo, não há dúvidas de que há uma independência, mesmo relativa, das mudanças de forma em relação à história geral que as sustenta, uma vez que o modo de se fazer dispõe de um infinito número de formas arquetípicas. Além do mais, a relação entre significante e significado na indumentária de maneira alguma pode ser apresentada como algo simples e linear.

Desde Saussure, sabe-se que a linguagem, assim como a indumentária é, ao mesmo tempo, sistema e história, ato individual e instituição coletiva. Assim, Barthes (2006) continua sua análise, observando a indumentária pela ótica da história e da linguagem.

Linguagem e indumentária são, a cada momento da história, estruturas completas, constituídas organicamente por uma rede funcional de normas e formas; a transformação ou o deslocamento de um elemento pode modificar o conjunto, produzir uma nova estrutura: estamos sempre diante de equilíbrios em movimentos, instituição em devir (BARTHES, 2006, p. 267).

Barthes, portanto, introduz uma discussão sobre as motivações da prática de vestir-se, tendo a linguagem como ponto de apoio, em que conclui sobre a existência de três fatores principais na linguagem da indumentária: proteção, pudor e adorno.

Focando na relação entre adorno e proteção, Barthes chegou a pensar em destinar o termo “vestuário” a tudo o que se referisse à proteção, e o termo ‘adorno’ ao que se referisse à ornamentação, fundamentando-se em algumas observações etnográficas. Em virtude de uma concretude argumentativa, o autor apresentou como exemplo os primeiros soldados romanos que jogaram uma coberta de lã sobre as costas para protegerem-se da chuva, num ato realizado como forma de pura proteção. Posteriormente, porém, a matéria, a forma e o uso foram regulamentados por um grupo social definido, e a peça foi promovida a sistema sem que se possa encontrar nessa passagem qualquer vestígio de uma finalidade estética. Barthes conclui, então, que é nessa apropriação de uma forma ou de um uso pela sociedade, por meio de regras de fabricação, que se cria a indumentária.

O autor comenta que a indumentária nunca havia sido, efetivamente, apresentada como sistema, ou seja, como uma estrutura cujos elementos nunca têm valor próprio, mas são significantes por estarem interligados por um conjunto de normas coletivas. E é por isso que o vestuário deve ser descrito não em termos de formas estéticas ou de motivação psicológica, mas em termos de instituição, assim proposto por ele. O pesquisador, seja historiador seja sociólogo, não tem que estudar apenas gostos, moda ou comodidades; ele precisa coordenar e explicar regras de disposição ou uso, além de relações e valores. Essa é a condição preliminar de toda relação entre vestuário e história.

Por sua vez, a moda pode ser compreendida como um percurso da indumentária criada por especialistas, ou constituída pela propagação de um *look*, reproduzido em escala coletiva por diversas razões. De qualquer forma, podemos notar que a relação entre traje e indumentária é uma relação semântica: a significação do vestuário cresce à medida que se passa do traje à indumentária. Enquanto o primeiro é menos significativo – exprime mais do que notifica –, a segunda é fortemente significativa, constituindo, assim, uma relação intelectual entre o usuário e o seu grupo.

A partir disso, Barthes sugere aplicar ao vestuário a distinção saussuriana entre língua e fala. Semelhante à língua, a indumentária seria um sistema institucional, definido por funções das quais o usuário individual extrairia seu traje, atualizando cada vez uma nova norma ou regra.

Certa indumentária pode notificar conceitos aparentemente psicológicos ou sociopsicológicos, como respeitabilidade, juventude, intelectualidade, luto etc. Por

essa acepção, a noção de significado da indumentária deve ser estudada com muita maleabilidade, uma vez que certos fatos da indumentária podem parecer insignificantes entre si. O que nos cabe é não deixar de lado a função social e global do fato, e também a sua história, pois o modo de apresentação dos valores indumentários como formas, cores, linhas, podem muito bem depender de uma história interna. Esse percurso da indumentária propõe ao pesquisador problemas essenciais de toda análise cultural, sendo a cultura ao mesmo tempo sistema e processo, instituição e ato individual.

Semiologicamente falando, a moda “impressa”, por exemplo, funciona como uma verdadeira mitologia do vestuário. Nela, a moda como composição mítica é apresentada e, teoricamente ou não, concretizada. É essa mitologia do vestuário que deve ser a primeira etapa de uma linguagem indumentária. A revista de moda, efetivamente, sempre utiliza de funções semiológicas e nunca permite que haja certa dissociação de seu signo. Modelo disso é a capa de chuva, que não somente protege contra a chuva; ela também notifica sua natureza de capa de chuva. E aí que está o fundamento do vestuário: a partir do momento em que a roupa é confeccionada, ela chega a um sistema semiológico.

A princípio, a indumentária é uma espécie de texto sem fim, no qual é preciso aprender a delimitar unidades significativas, e aí é onde a dificuldade aparece. Em vista disto, é evidente que a significação não está localizada num objeto específico; pode ser, porém, um detalhe ou até mesmo um conjunto complexo de detalhes e especificidades.

Feita essa explanação sobre a indumentária como linguagem, sob a ótica de Barthes, passamos para a vestimenta.

3.2 A vestimenta: origem, história

A roupa, na maior parte do tempo, seguiu sendo separada em duas opções: masculina e feminina (calças e saias, por exemplo). Contudo, ao analisar a história da indumentária, percebemos que não teria sido a todo momento que os homens tenham usado calças e as mulheres não; pelo contrário: os gregos e romanos usavam túnicas que, no caso, seriam espécies de saias, e as mulheres do Extremo Oriente usavam calças, o que tornaria falsa essa segregação de gêneros através da vestimenta.

E, com o passar do tempo, criou-se uma história de que a vestimenta pudesse ter sido criada como forma de proteção (e soma-se aí a ideia de pudor). Já na grande Europa, com o clima extremamente frio, vivia-se junto às grandes geleiras que cobriam grande parte do continente. Por conta disso, por mais que os detalhes das roupas tenham sido determinados por implicações sociais, o principal motivo para se cobrir era o de se proteger do frio. Entretanto, através dos estudos, pudemos notar que muitas das civilizações surgiram nos vales dos rios Eufrates, Nilo e Indo, em regiões tropicais onde a proteção contra o frio não era o principal motivo para o uso de roupas.

Os homens primitivos – ênfase nos habitantes das regiões mais frias – logo perceberam que poderiam caçar e abater os animais, não só pela carne, mas também pelas suas peles. Mas as peles continham dois problemas: o primeiro dizia respeito à mobilidade pois, somente colocada sobre os ombros, a pele animal impediria parcialmente os movimentos e deixaria exposta grande parte da pele humana; o segundo problema decorria da secagem natural da pele animal que, assim que ocorria, tornava-as duras e difíceis de manusear.

Era necessário descobrir um método para deixá-las maleáveis. Assim, passaram a “laborisar”, mastigando e depois sovando as peles. Com o tempo, houve avanço ao se descobrir que o óleo da gordura de animais ajudava a deixar a pele mais maleável e, logo em seguida, foi a descoberta do curtimento. Esse processo permitiu que as peles fossem cortadas e moldadas e, através disso, veio a invenção da agulha de mão. Por meio dessa invenção foi possível costurar pedaços de pele para moldar ao corpo. Enquanto isso, os povos que viviam em climas mais temperados foram descobrindo a utilização de fibras animais e vegetais.

Essas últimas precisavam de cultivo e, por conta da tecelagem em grande escala, requeria abrigo fixo. A situação ideal para o seu desenvolvimento era a pequena comunidade, com ótimos pastos para os animais, e foi justamente essa manufatura de tecidos, mesmo que em pequena escala, que abriu caminho para o desenvolvimento das roupas como as conhecemos. E, assim, desembocamos na moda.

3.3 A moda ou *modus vivendis* do indivíduo

Mas, afinal, como começou a moda?

Para resolver esta questão, é necessário responder primeiramente uma outra: quais foram as razões que levaram as pessoas a adornar seu corpo? Vale ressaltar que o uso do verbo “adornar” aqui tem um peso: ele vem no sentido de ressaltar o momento em que as pessoas começaram a se vestir *com propósito*, e não apenas pela necessidade de proteger-se desta ou daquela temperatura e/ou ação da natureza, por exemplo.

Para apresentar as concepções de moda, valemo-nos de Barnard (2003) que, por sua vez, valeu-se de vários autores, tais como Carlyle, Lurie, Joffily entre outros, de que também lançamos mão para compor esta seção do capítulo. Os trajes têm um papel fundamental na produção e na reprodução da sociedade. A sociedade se baseia na roupa. É uma das formas mais fortemente escancaradas pelas quais ela se expressa, se identifica, se encaixa e se une em seus respectivos meios constituintes.

Sobre isto, é possível citar um recorte de “A linguagem das roupas”:

Colocamos roupas por algumas mesmas razões por que ‘falamos’ [elas existem para tornar a vida mais fácil, para] ‘proclamar ou disfarçar’ [nossa identidade e para atrair a atenção sexual] (LURIE, 1997, p. 27).

Pontualmente, é necessário retroceder brevemente na linha temporal que parte da necessidade e evolui até o ego. Barnard (2003) argumenta que fatores como o abrigo constituem respostas culturais a necessidades físicas básicas. Falando ainda sobre o abrigo, a necessidade física básica, de um modo mais generalizado, é o conforto do corpo o qual induz as pessoas a criarem outras formas de abrigo.

Partindo desse pressuposto, não é difícil de compreender a linha temporal de criações diversas oriundas da mente e do intelecto humanos com o intuito de abrigo e proteção, partindo de iglus e cabanas de palha, passando por casas de parede, até chegar num âmbito mais pessoal e individualizado, que vem a ser a moda. Pensando assim, construímos a ideia de que a indumentária é, indiretamente e sem necessariamente ser moda, uma resposta à necessidade física de abrigo.

É importante trazer à luz, também, o fato de que não é exclusivamente entre sociedades e culturas diferentes umas das outras que a resposta à necessidade de

abrigo e proteção contra o tempo será diferente; as mudanças no interior das culturas também decidem os rumos tomados.

Barnard (2003), ao fazer uma retomada do ato de vestir, viu que, no princípio, sua função era suprir uma necessidade do homem de se proteger do frio. Para tanto, eram utilizadas peles de animais e elementos da natureza para cobrir as partes íntimas e partes sensíveis nos climas difíceis. Com o passar do tempo, a roupa deixa de ser necessidade e passa a ser uma espécie de caracterização ou identificação do homem, pois é através de seus detalhes que vem a possibilidade de inseri-lo numa “tribo”, de percebê-lo dentro de uma hierarquia, de delinear-lo dentro de uma cultura. É a linguagem visual que tende a alçar o papel de símbolo. É por esse viés que, diariamente, tomamos decisões sobre o *status* e o papel social das pessoas que encontramos, baseando-nos no que elas estão vestindo.

Tratamos as roupas como ‘hieróglifos sociais’, para usar o termo de Marx, que escondem, mesmo quando comunicam, a posição social daqueles que as vestem. Quer dizer que é possível reconhecer um sistema de mudanças, extravagâncias e a necessidade constante de se assemelhar a uma classe e se diferenciar de outras. Assim nasceu a moda (BARNARD, 2003, p. 79).

Desta forma, o autor apresenta que é importante entender a diferença entre a moda, o vestuário e a indumentária, para que possamos compreender com clareza que a moda está diretamente relacionada ao *modus vivendis* do indivíduo, contido em um sistema de significados, e não apenas o fato de cobrir o corpo com peças de tecidos, como faz a indumentária ou o vestuário. Também trazemos o pesquisador, Lipovetsky (1989, p. 87), o qual retrata em seus estudos que:

A moda é uma forma específica social, independentemente de qualquer objeto particular; antes de tudo, é um mecanismo social caracterizado por um intervalo de tempo particularmente breve e mais ou menos ditadas pelo capricho, que lhe permitem afetar esferas muito diversas da vida coletiva.

Já para o pesquisador Joffily (1991, p. 9), “a moda é, inegavelmente, um fenômeno cultural, desde os seus primórdios. É um dos sensores de uma sociedade. Diz respeito ao estado de espírito, aspirações e costumes de uma população”.

Ao analisar a moda sob a ótica mista de todos os teóricos supracitados, não estamos falando apenas das roupas ou vestes, mas de todos os elementos que fazem

parte deste campo de ritualização. Todas as composições possíveis que utilizam-se de acessórios, roupas, cores, tendências, tecidos, tudo mais que seja possível de apontar como um sistema de expressão. Desta forma, a palavra moda, quando pensada no seu significado literal, abrange um comportamento coletivo num determinado contexto social, apesar de ela estar relacionada à vestimenta.

Segundo o dicionário da Língua Portuguesa:

Moda, s. f. (fr. mode). 1. Uso corrente. 2. Forma atual do vestuário. 3. Fantasia, gosto ou maneira como cada um faz as coisas. 4. Cantiga, ária, modinha. 5. Estar. O valor mais frequente numa série de observações. 6. Sociol. Ações contínuas de pouca duração que ocorrem na forma de certos elementos culturais (indumentária, habilitação, fala, recreação etc.). S. f. Pl. Artigos de vestuário para senhoras e crianças. Antôn.: anti-moda (BUARQUE, 1980, p.1156).

Moda pode ser considerada como modo de expressão simbólica, como identidade social, modo de socialização – ocupação ou papel social, *status*, idade, personalidade, humor, cultura e, possivelmente, um estilo de comunicação.

Por intermédio da moda, é possível compreender um período histórico, um comportamento, um padrão de beleza. Conforme Raslan e Dornelles (2010), as vestimentas são criadas de acordo com a cultura social e se desenvolvem naturalmente, sem que precisem ser explicadas – é como uma outra forma de linguagem. E a moda, no ambiente do vestuário, faz exatamente isto: uma tendência pode ser absorvida de diversas maneiras por diversas pessoas, ou mesmo uma mesma peça de roupa poder ser usada de diversas maneiras, fazendo com que muitos estilos sejam desenvolvidos para/por uma mesma pessoa, dependendo das intenções, das combinações e das circunstâncias em que for usada.

A moda, portanto, constitui um sistema, uma possibilidade de que esses arranjos entre itens sejam transformados em um marcador social e não sejam apenas atos soltos de “se enfeitar”. Consequentemente, entendemos que ela tem ligação com os aspectos que salientam a possibilidade de descrever, ao mesmo tempo, o individual e o coletivo.

São vários relatos de que a roupa é usada para distinguir (ou até mesmo segregar) os indivíduos em relação a outrem. Definir o lugar de cada um se torna uma das funções da moda. Esta função faz com que o indivíduo se coloque dentro de todas

as possibilidades de representação social a partir do sistema e das formas como elas se desencadeiam.

Por meio dela, conseguimos interpretar e compreender os momentos em que se apresentam, além de uma situação concreta que se demonstra pela tendência a qual o indivíduo está alocado, seja pelo individual, seja pelo coletivo.

Pensar a moda não requer apenas que se renuncie a assimilá-la a um princípio inscrito necessária e universalmente no curso do desenvolvimento de todas as civilizações, mas também que se renuncie a fazer dela uma constante histórica fundada em raízes antropológicas universais (LIPOVETSKY, 1989, p. 23).

Ainda, segundo Lipovetsky (1989) moda está sempre fazendo referências ao imaginário social de vários grupos, atraindo o público-alvo de modo a fazer com que haja uma sensação de identificação, gerando desejo do consumo. A sedução se dá pelo fato de proporcionar a inclusão em um determinado grupo ou até mesmo de se diferenciar/ destacar dos demais.

Com isso, a condução da moda no dia a dia do indivíduo faz com que seu comportamento revele a sua interação com o mundo; esta forma é a principal ferramenta de observação e absorção das pessoas e de si.

Também dentro da moda, Barnard (2003) acrescenta conceitos de estilo e modismo. Ambos os conceitos contêm tempo de duração e, por isso, a própria sociedade se reorganiza e inova sua aparência de forma específica e de acordo com suas próprias escolhas. A mensagem da moda, entretanto, somente será compreendida dentro de um contexto sociocultural. Desta forma, as pessoas se agrupam com quem tem ideologias afins, gostos, crenças e comportamentos, criando códigos de se vestir que oferecem a elas uma sensação de pertencimento e, ao mesmo tempo, diferenciando-as das demais.

Essas escolhas não são neutras e muito menos inocentes, já que estão presentes em cada ato do indivíduo para que ele possa delimitar sua identidade. Segundo Lipovetsky (1989), é nesse ponto que as classes inferiores, em busca de respeito social, imitam as classes superiores para que possam se tornar pertencentes à ordem social desigual. A moda, então, pode se tornar um instrumento forçoso de diferenciação e autoafirmação dentro da sociedade. Para Lipovetsky, “As classes inferiores correm para imitar os outros que lhes são superiores, e estes, por sua vez partem em busca de algo novo que os diferencie” (LIPOVETSKY 1989, p. 34).

Conforme Calefato (2004), a aparência corporal como estética é determinada por: roupa, música, literatura, cinema e rotinas diárias – ou seja: a moda está, além de uma simples roupa, ligada ao comportamento, ao estilo de vida do indivíduo e ao seu grupo de convívio. Nos tempos atuais, a aparência é essencial para o indivíduo e, em seu meio de convívio, a roupa é capaz de dar a sensação de poder, sucesso e bem-estar. Ainda Calefato (2014) é o prazer que se tem em ver e ser visto pelas pessoas que circundam no seu ambiente social. É comunicar-se sem palavras. Onde todos têm acesso às inovações, a moda pode indicar também posição social ou *status*, uma vez que pessoas emitem julgamentos a respeito da importância das outras de acordo com o que vestem. Logo, podemos também notar que moda está ligada à cultura de consumo e esta, por sua vez, se relaciona com os símbolos que a moda pode gerar. Uma alimenta a outra, num ciclo constantemente transformado pelo contexto, mas jamais findável.

Barnard (2003) traz à luz do conhecimento a vontade que as pessoas têm de pertencerem a um determinado nicho social, geralmente mais amplo e, em contrapartida, não se deixarem prender totalmente por esse nicho, no cuidado de manter, ainda que parcialmente, sua individualidade. Ao mesmo tempo em que as pessoas desejam socializar, também têm uma tendência a preservar suas particularidades. Eis que a moda é tomada como um meio pelo qual essa relação paradoxal pode ser negociada e vir a se tornar realidade prática na vida do indivíduo.

3.4 Sobre moda, cultura e ideologia

Não se deve observar a cultura ou a moda de forma distinta, mesmo porque há prevalência de aspectos convergentes entre as duas. É importante, deste modo, percebê-las como um sistema misto na base, mas convergente no desenvolvimento, com significados, de pertencimentos e de adaptação ao meio. Barnard (2003) comenta o desejo que as pessoas têm de, igualmente, pertencerem a um grupo social mais amplo e, contudo, não se deixarem prender por esse grupo ao ponto de perder toda a individualidade. “As pessoas parecem precisar ser, ao mesmo tempo, sociáveis e individualistas, e a moda e a indumentária são formas pelas quais esse complexo conjunto de desejo e exigências pode ser negociado” (BARNARD, 2003, p. 28).

Mas voltemo-nos para o significado de cultura para o entendimento da moda no cotidiano do ser humano médio. Resumidamente, Barnard (2003) revela que

cultura nada mais é que um estilo de vida. Sendo a moda considerada como uma das práticas significantes à vida cotidiana (bem como o vestuário e o adorno, em âmbitos mais diretamente relacionados, assim como artes, filosofia e jornalismo, de maneira mais generalizada), esta faz da cultura um sistema geral de significados, já que a ordem social (pela qual a cultura é construída e através da qual se manifesta, gerando um ciclo ininterrupto) é experimentada, explorada, comunicada e reproduzida através da moda e da indumentária.

Dizer, no entanto, que a moda é que dita ou referencia posições sociais e/ ou culturais não poderia estar mais distante da verdade, mas por um erro que se situa sob uma linha tênue de termos e significados: a moda, na realidade, é usada por diferentes nichos sociais para, em primeira instância, construir as imagens (ou os reflexos) de suas respectivas realidades sociais e culturais.

Contudo, a moda é a instrumentação pela qual a cultura de um determinado grupo social se manifesta, transparecendo sua história, suas crenças, valores, esperanças e até mesmo seus sentimentos e discrepantes humores. A moda, no que tange à cultura e aos diferentes grupos de pessoas (tanto macro como micro), nada mais é do que um grande fenômeno de manifestação e representatividade, pelo qual cada indivíduo se faz existente, pertencente, importante e relevante, não sendo apenas mero reflexo dos grupos, mas fator constituinte de sua identidade como um todo, definitiva e decisivamente.

Conforme Calefato (2004), não é possível “descosturar” a moda da indumentária: ambas são as formas mais significativas pelas quais as pessoas constroem, experimentam e compreendem as relações entre si.

É dito também que a moda e a indumentária podem ser usadas de forma neutra ou inocente, mas não há neutralidade, tampouco inocência, no uso da moda, em qualquer esfera ou nível. Prova disso é que, dada a análise da moda na relação com a cultura, até aqui, ao mesmo tempo em que a indumentária aproxima os semelhantes em seus costumes, crenças e valores, cria barreiras entre os grupos que muito diferenciam-se entre si.

Ainda que, conforme citado anteriormente, não seja a moda quem dita posições sociais, invariavelmente o indivíduo se distingue assim que faz uso de sua indumentária; não obstante, para além das barreiras, cria-se um hábito de ataque e defesa entre os diferentes grupos, tão logo um nicho se valha da moda enquanto fenômeno cultural, quer seja cotidiano ou eventualmente sazonal, para se opor e/ou

desafiar crenças, valores, ideias e experiências de outros grupos – se opondo, portanto, à ideologia de grupos divergentes.

Muito embora o conceito prático de ideologia seja consideravelmente mais profundo, para os fins desta análise, podemos considerá-la, basicamente, como o conjunto de crenças, valores, ideias, esperanças e, invariavelmente, costumes de semelhantes que porventura venham a se juntar e formar um nicho social (e, por que não dizer, territorial e, conseqüentemente, político e econômico também), conforme Calefato (2004).

Moratori, a partir de Barnard (2003, p. 57), afirma que é essencial notar a mutabilidade da ideologia através dos tempos e, conseqüentemente, da moda. Ideias de beleza – principalmente da beleza feminina, em particular, visto que a mulher é especialmente explorada e vista como principal consumidora – e conceitos que construam visões de elegância são, no passo das mudanças socioeconômicas e históricas, ultrapassados pela inevitável ação da inovação, aliada às constantes novas necessidades dos diferentes nichos sociais (bem como o surgimento de novas “tribos”, por assim dizer).

Para Barnard (2003), “o adorno vem tendo há muito tempo um lugar na casa do poder”. O poder pode ser relacionado à operacionalidade e à legitimação do Estado (ou de decisões sobre o mesmo), e a indumentária pode ser usada no sentido de catapultar essa legitimação através da aparência. A túnica da coroação da rainha Elizabeth pode ser tomada como exemplo de relação entre vestimenta e poder. As próprias diferenças e relações de poder entre diferentes etnias e gêneros eram expressas em termos de moda e vestuário.

A questão é que tal separatismo, em qualquer momento, pode “romper” com o estabelecido pela sociedade, e o próprio indivíduo comum se torna agente de novas mudanças no campo da moda. Por exemplo, nos anos 1970 e 1980, diversas tropas policiais estadunidenses abriram mão de suas fardas e adotaram o traje hoje conhecido como “à paisana”. Desta forma, julgavam eles, pareciam mais amigáveis e próximos das pessoas. Isso também é passível de ser tomado como uma tentativa de transformar (ou camuflar) as óbvias relações de poder entre o Estado (acima) e os cidadãos (abaixo).

Indubitável é o fato de que a moda e a indumentária são fenômenos culturais instrumentalizados pelo ser humano como forma de expressão, manutenção da

cultura, dos costumes, dos sentimentos e dos valores que comunicam algo a toda uma sociedade, seja aquela à qual o indivíduo pertence ou outras quaisquer.

3.5 Sobre moda e comunicação: a moda “fala”

Barnard (2003) traz Bourdieu para afirmar que moda nada mais é do que um amálgama de símbolos e representações socioculturais, em que se destaca seu papel como linguagem e comunicação. Uma vez processados, esses símbolos vão constituir aquilo que chamamos de aparência. Olhando desta forma, podemos dizer que moda é um estudo que retrata as transformações do comportamento da população como um todo, uma vez que é portadora de todo um contexto simbólico, o qual vai mudando de acordo com a dinâmica própria do cotidiano do indivíduo e têm relação com os fatores externos da sociedade.

Ao mesmo tempo em que continua a seguir os padrões de comportamento da sociedade de sua época, o indivíduo procura se diferenciar para se tornar singular, desenvolvendo uma inovação própria e uma expressão individual. Em meio a estes elementos contraditórios, é permitido ao indivíduo transformar-se em autor de seu próprio estilo e em criador de significados, partindo do que é oferecido pelo mercado e dos padrões que a cultura oferece.

O estilo dentro da moda, segundo Lurie (1997), tem significados simbólicos e de diferenciação de classes e prestígio. Estes significados são comunicados por meio de linguagem visual. Sendo assim, o significado simbólico do produto pode definir seu gosto e uso, principalmente se o produto é usado para significar posição social e identidade.

A necessidade de se sentir confortável em determinado grupo social demanda o compartilhamento da linguagem, estilo e hábitos do indivíduo com os seus integrantes. É preciso estar claro aquilo que pretende transmitir e as significações socialmente admitidas. Tal necessidade de se ajustar pode ser explicada pelo comprometimento do indivíduo com a identidade social, a qual pode influenciar seu comportamento. A noção de que muitos produtos possuem características e o consumo destes dependem mais do seu significado social do que da sua utilidade funcional vem sendo apresentada no cotidiano, por esta premissa básica: as qualidades simbólicas dos itens têm frequentemente determinado a avaliação e adoção deste, com base na ideia de que produtos reforçam identidades.

Em suma, segundo Lurie (1997) mesmo quando não dizemos nada, nossas roupas estão passando um recado a todos os que nos veem, dizendo quem somos, de onde viemos e o que gostamos de fazer. Usar o que “todo mundo” usa não é uma solução, ainda mais considerando que significaria dizer o que qualquer um diz. Todos conhecemos pessoas que fazem isso; porém, mesmo se sua imitação for idêntica, para cada um haverá uma representação diferente. Podemos mentir na linguagem das roupas ou tentar dizer a verdade; porém, a menos que estejamos nus ou sejamos carecas, é impossível ficarmos em silêncio.

No universo da política, conforme Barnard (2003), a escolha das vestes dos candidatos, ou de qualquer forma de posicionamento, está diretamente ligada ao comportamento do indivíduo como agente de uma sociedade. As escolhas retratam a realidade dentro de um contexto histórico no qual o indivíduo vive ou mesmo espera se alocar. Imprime uma forte convicção de que a moda possui o reflexo do contemporâneo pela visão de quem a usa, que se diferencia de uma mera expressão de futilidade.

Nesta perspectiva, o autor comenta que não se pode captar a mensagem de que no processo de formação, evoluções e revoluções da sociedade, seja ela oriental seja ocidental, a moda ou mesmo as vestes não tenham tido papel de destaque na formação do comportamento político de determinada sociedade.

Mas, voltemos à questão da moda como um sistema de comunicação, retomando o posicionamento de Roland Barthes e acrescentando, também, o do semiólogo Umberto Eco. Lembramos que a semiologia, fundada pelo linguista Ferdinand Saussure, é uma ciência que estuda todos os tipos de signos, tendo a língua como parâmetro.

Sob a perspectiva dessa ciência, conforme Eco (1989), observar e analisar os fenômenos da cultura consiste em demonstrar que toda cultura pode ser compreendida como ato de comunicação. Justamente por nada ser ao acaso é que até mesmo as coisas mais banais têm função de comunicar algo. Assim, como afirma Umberto Eco (1989, p. 57), “tudo é comunicação”. E mais do que compreender que tudo é comunicação, cabe verificar de que forma essa comunicação é empregada. Para este autor,

[...] a linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados, mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo os significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para os transmitir (ECO, 1989. p. 17).

É certo que, como já enfatizado ao longo deste capítulo, o vestuário cumpre funções básicas, tal qual cobrir o corpo. O que nos cobre, por exemplo, não é nada além do que a metade do conjunto roupa-vestimenta; a outra metade reside na semiologia das coisas, ou seja, nos pormenores que compõem o vestuário, assim como os tecidos utilizados para fabricação das peças, a composição e os ornamentos empregados.

De resto, é inútil fazer ficção pré-histórica. A senhora que hoje enverga as peles não o faz para se proteger do frio, pelo contrário, é muito provável que tenha de defrontar os aborrecimentos de um calor excessivo para poder manifestar-se como 'portadora de peles'. A história dos 'status symbols', não a inventaram os semiólogos. O vestuário, portanto, 'fala'. Fala o facto de eu me apresentar no escritório de manhã com uma gravata normal de riscas, fala o facto de a substituir inesperadamente por uma gravata psicodélica, fala o facto de ir à reunião do conselho de administração sem gravata (ECO, 1989. p. 15).

A ótica de Barthes também foi capaz de nos ensinar que a moda se presta a categorizações bem precisas que podem se sobrepor às investigações estruturalistas aplicadas à poesia, às artes e à linguagem (verbal). Assim, independente do objeto a ser analisado, seja ele restrito a pequenas coisas como, por exemplo, os ornamentos de uma vestimenta, a quantidade e o material de produção de botões em casacos, há diferenciações sutis de tipo sociológico, classista, psicológico, técnico, profissional. Esse movimento não passa de uma busca por classificar e entender o código particular que está na estrutura primária do modo subjetivo de comunicar-se pela vestimenta, ou seja, do que entendemos ser a linguagem do vestuário

Todo e qualquer grupo social utiliza-se do ato de vestir como um elemento de comunicação, seja para comunicar uma tentativa de ser diferente, seja para ir ao encontro do que se espera ser o comportamento comum de um grupo. A retórica do vestir-se para ser diferente ou vestir-se para ser igual faz-se verdadeira; então, esse movimento dialético de "aceitação-recusa" pede uma interpretação geral que o considere como um referencial a um conjunto de ideias mais amplo em que o vestir-

se é apenas um dos elementos integrantes culturais em jogo. O fato é que, ainda hoje, entendermos a nossa posição nesse jogo parece um ato de difícil acesso. Eco (1989) dá como exemplo a sociedade dos anos 1950 e 1960, que via em sua complexidade uma necessidade exacerbada de vestir-se para manifestar uma recusa imediata de ser integrante dessa mesma sociedade.

Ademais, a respeito da diferença entre os sexos, podemos dizer que a vestimenta, para as mulheres, sempre cumpriu a função de – aos olhos da sociedade – exibicionismo – presença ou ausência de tal – e pudor, da mesma maneira. Para o homem, contudo, a vestimenta sempre residiu no campo do simbólico, sem atrelamento ao seu corpo, efetivamente. Isto parece dever-se ao fato de que todo corpo feminino é vivido com apelo sexual enquanto, para o macho, há uma concentração desse apelo no órgão genital (ECO, 1989, p. 25).

Ainda Eco (1989, p. 71, grifos no original) afirma que:

O mito da funcionalidade no caso do vestuário só em parte pode ser aceito, dado que, como se sabe, é muito menor a importância do fato como elemento que sirva para cobrir algo do que o é como elemento ornamental-fonte de prestígio, e de *status symbol* (basta pensar na relativa inutilidade de quase todo o guarda-roupa estival dos países de clima temperado e com ainda maior razão nos tropicais ou subtropicais). Por outro lado, não há dúvida de que o designer - no caso do produto industrial - pode influenciar o gosto do público e pode mesmo educá-lo se souber conciliar o que definiremos como o 'código formal' pré-existente com o que é a 'novidade' da sua linguagem expressiva.

Finalmente, os significados simbólicos da moda são comunicados através dos elementos significantes que a compõem. No próximo capítulo, apresentamos as análises de uma figura política – Dilma Rousseff – envolta na névoa do mito barthesiano, que traz em seu bojo a construção de uma “imagem” falseada pela ideologia. O que a vestimenta e suas especificidades, aliada aos acessórios, ao visagismo inscritos nas fotos jornalísticas constroem? O que eles “falam” sobre o momento político? É o próximo capítulo que objetiva apresentar.

4 REPRESENTAÇÕES DE DILMA ROUSSEFF: A (DES)CONSTRUÇÃO DO MITO

Neste capítulo, apresentamos as análises das fotografias da ex-Presidente Dilma Rousseff eleitas como *corpus* dessa investigação. Como já anunciado, a *Folha de S.Paulo* foi a escolhida por ser um jornal que tradicionalmente dá à imagem um papel de destaque, sobretudo nas capas, e pelo fácil acesso ao acervo *online*. As imagens foram coletadas nas capas do jornal de 2004 a 2016, período que corresponde à ascensão de Dilma Rousseff ao Ministério de Minas e Energia do então Presidente Luís Inácio Lula da Silva até a interrupção do seu segundo mandato presidencial decorrente do *impeachment*.

Foram encontradas 85 imagens nas capas da *Folha*. Dentre elas, selecionamos as mais representativas de cinco momentos da vida política da ex-Presidente no período estipulado. São os momentos:

- 1) **2005 a 2009** - Dilma ministra do governo Lula;
- 2) **2009 a 2010** - Pré-candidatura à presidência da República;
- 3) **2010 a 2013** - Presidente eleita pela primeira vez;
- 4) **2014 a 2015** – Presidente reeleita;
- 5) **2015 a 2016** - Interrupção do mandato: o *impeachment*.

O percurso de análise adotado em cada um desses momentos revelados pelas fotos jornalísticas da trajetória da ex-Presidente obedece ao seguinte roteiro:

- Em um primeiro momento, tem lugar um painel com fotografias representativas do contexto político do período em foco, sob o título “Um pouco de história”...
- A seguir, apresenta-se a capa da *Folha de S.Paulo* que veicula a fotografia a ser analisada junto das mensagens linguísticas ali impressas – manchetes, títulos, leads;
- Em seguida, a fotografia que recebe destaque é analisada em seus aspectos denotativos/conotativos, conforme descrito quando da apresentação da metodologia de análise no capítulo introdutório. Esse item é intitulado “A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa”;
- Por fim, a relação entre palavra e imagem terá lugar.

Delineados esses passos, apresentamos ideias de Barthes que vão permear reflexões sobre a construção da imagem do político pela mídia, a partir do “mito”. Para

demonstrar o mito como linguagem, apresentamos, sucintamente, o percurso de Barthes quando analisa o funcionamento da língua com base em Saussure, para, então, explicitar que a fala mítica, para produzir sentido, se vale da língua propriamente dita. Competiria à semiologia interpretar as configurações discursivas do mito, que comunicam mensagens marcadas por interesses ideológicos.

4.1 Considerações sobre o mito

Para tal tarefa, o foco será o livro “Mitologias”, em cujas análises de mitos contemporâneos, Barthes revela a densa camada de significações que envolvem todos os fenômenos e objetos da vida, inclusive na política.

Dividida em duas partes – a primeira agrupa os seus textos publicados e a segunda parte, em um posfácio intitulado “O mito, hoje” –, nesta obra, Barthes (2001) parece justificar a reunião de textos de temáticas tão diversas, demonstrando que, a partir dessa ciência piloto estabelecida por Saussure em *Curso Geral de linguística*¹, o mito se constrói na comunicação de massa, ao buscar passar por natural aquilo que é culturalmente construído. A segunda parte, “o mito é uma fala” (BARTHES, 2001, p. 199), trata o mito como um sistema semiológico, isto é, capaz de analisar a forma e o conteúdo, sendo este último o conceito que possibilita as relações entre a natureza e a história. A presença da linguística advinda de Saussure acaba se tornando explícita nesse momento.

Tratando de maneira autocrítica a sua própria atualidade, Barthes desejava que o processo de mistificação alcançasse os sentidos. O autor vislumbra o mito como uma forma separada das substâncias que informam a mistificação ideológica, como vemos no fragmento intitulado “Na realidade...”, no qual conseguimos observar o autor resenhando suas “pequenas mitologias do mês”:

¹ Sobre o Curso de Linguística Geral, observe as anotações de Leda Tenório da Motta: “O texto que chega às mãos de Barthes no correr dos anos 1950 deve ser a primeira edição do CLG [...]. Informações retiradas de seus cursos na Universidade de Genebra, entre 1907 e 1911, e de outras notas tomadas por seus alunos e coletadas por dois professores da mesma instituição, Charles Bally e Albert Séchehay. In: Roland Barthes: Uma Biografia Intelectual (p. 109).

Vocês pensam que a finalidade da luta livre é ganhar? Não, é compreender. Vocês pensam que o teatro é fictício, ideal com relação à vida? Não, na fotogenia dos estúdios Harcourt, é o palco que é trivial e é a cidade que é sonhada. Atenas não é uma cidade mítica; ela deve ser descrita em termos realistas, sem relação com o discurso humanista (1944). Os Marcianos? Eles não servem para trazer à cena o Outro (o Estranho), mas o Mesmo. O filme de gângsteres não é emotivo, como se poderia crer, mas intelectual. Júlio Verne, escritor de viagens? De modo algum, escritor da reclusão. A astrologia não é preditiva, mas descritiva (ela descreve muito realisticamente as condições sociais). O teatro de Racine não é um teatro da paixão amorosa, mas da relação de autoridade etc. Essas figuras do Paradoxo são inúmeras; elas têm seu operador lógico; é a expressão: 'na realidade': não é uma solicitação erótica: na realidade ele dessexualiza a mulher etc. (BARTHES, 2001 p. 96).

Indo dos Sabões e Saponáceos, passando pelo cinema e a fotografia, Barthes buscava demonstrar, na prática, como os meios de comunicação de massa operam discursivamente na construção do mito.

É no posfácio, "O mito hoje", que Roland Barthes oferece uma definição para o termo mito: "O mito é uma fala [parole]".

O ponto de partida desta reflexão era, o mais das vezes, um sentimento de impaciência frente ao natural com que a imprensa, a arte, os sentidos comuns mascaram uma realidade que, pelo fato de ser aquela em que vivemos, não deixa de ser por isso perfeitamente histórica: resumindo, sofria por ver a todo momento confundidas, nos relatos de nossa atualidade, Natureza e História, e queria recuperar, na exposição decorativa do-que-é-obvio, o abuso ideológico que, na minha opinião, nele se dissimula. A noção de mito pareceu-me desde logo designar estas falsas evidências; entendia então essa palavra no sentido tradicional. Mas já desenvolvera a convicção de que tentei extrair todas as consequências: o mito é uma linguagem [...] Assim, dos fatos aparentemente mais afastados de qualquer literatura (um combate de catche, um prato de cozinha, uma exposição de plásticos) não pensava em sair da semiologia geral do nosso mundo burguês, cuja vertente literária já tinha explorado nos meus ensaios precedentes (BARTHES, 1998, p. 11).

Dessa maneira, privilegiando como objeto os produtos gerados pela comunicação massiva, Barthes (2001, p. 181-182) apresenta diferentes formas de configuração da fala mítica:

Dado que o mito é uma fala (*parole*), tudo que é passível de discurso pode ser um mito. Este não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como o enuncia: se há limites formais para o mito, não os há os substanciais. [...] Esta fala é uma mensagem, ela pode perfeitamente ser oral; pode ser formada por escritas ou representações: o discurso escrito, mas também a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso é susceptível de servir de suporte à fala mítica.

Barthes, ao ler o mundo como um sistema de linguagem, torna a língua o fundamento de todos esses sistemas e, com isso, nenhuma ciência poderia estabelecer-se sem o seu apoio. Contudo, o autor inverte a premissa saussuriana, afirmando que “a Semiologia é que é uma parte da linguística; mais precisamente a parte que se encarrega das grandes unidades significantes do discurso” (BARTHES, 2006, p. 13).

Grosso modo, é a imprensa a verdadeira fábrica de mitos, onde Barthes vai localizar a materialidade dos significantes míticos, que retratam a manifestação de ideologia divulgada pelas mídias. Leda Tenório da Motta reflete, portanto, sobre as mitologias de Barthes:

Elegantes, as *Mitologias* contemplam o giro em falso dos discursos. É assim, por exemplo, que, considerando o noticiário do *Figaro* sobre a política da França no norte da África, Barthes vai centrar fogo na “fraseologia” do jornal, como a chama, trabalhando o mais possível rente às palavras, deixando-as falar por si mesmas, levando-as, por assim dizer, a confessar a semiologia axiológica de seu vocabulário. Como acontece neste trecho que lhe parece encerrar não apenas uma construção narrativa, mas uma amostra de má literatura: ‘O governo da República está resolvido a empreender todos os esforços que dele dependam para pôr cobro ao cruel dilaceramento marroquino’ (O.C.I., p. 673). Aí, a menção ao caráter trágico dos eventos destina-se flagrantemente a fazer passar o mal pelo Mal. O estado de guerra plenamente histórico é negado ou denegado graças ao recurso a uma fatalidade sem origem, que se esgueira como se fosse natural. Tal é a estratégia retórica que a direita aciona para obliterar a responsabilidade da França pelo que se passa nas colônias (MOTTA, 2011, p. 142-143, grifos no original).

Mitologias é, desta forma, uma crítica ideológica à cultura de massa.

O objetivo de Mitologias não é político, mas ideológico (paradoxalmente, em nosso tempo e na nossa França, as peripécias ideológicas parecem mais numerosas que as peripécias políticas). A especificidade de Mitologias é tomar sistematicamente em bloco uma espécie de monstro que chamei 'pequena burguesia' (com o risco de transformá-la em mito) e ficar batendo incansavelmente nesse bloco; o método é pouco científico e não tinha essa pretensão; isto porque a abertura metodológica só veio depois, com a leitura de Saussure: a teoria de Mitologias é objetivo de um posfácio: teoria parcial, aliás, pois se foi esboçada uma versão semiológica da ideologia, era ainda preciso complementá-la com uma teoria política do fenômeno pequeno-burguês [...] Meu interesse (muito ambivalente) pela pequena burguesia provém do seguinte postulado (ou hipótese de trabalho): hoje a cultura quase já não é 'burguesa', mas 'pequeno-burguesa'; ou, pelo menos, a burguesia está tentando, atualmente, elaborar sua própria cultura, degradando a cultura burguesa: a cultura burguesa volta na história, mas como farsa; essa 'farsa' é chamada de cultura de massa (BARTHES, 2001, p. 129-130).

Para explicitar o mito como linguagem, Barthes resgata alguns antecedentes epistemológicos. O que lhe interessa é abordar a materialidade do texto. Tal postura é decorrente da impossibilidade de separar da análise semiológica o discurso do analista. Apoiando-se em Saussure, Barthes propõe que a fala mítica, para produzir sentido, rapta a língua propriamente dita, fato que caracteriza sua ambiguidade.

[...] O que é um signo (isto é, o total associativo de um conceito e de uma imagem) no primeiro sistema torna-se simplesmente significante no segundo. Importa notar aqui que as matérias da fala mítica (língua propriamente dita, fotografia, pintura, cartaz, rito, objeto etc.), por diferentes que sejam como ponto de partida, desde que sejam apreendidas pelo mito, reduzem-se apenas a uma pura função de significação: o mito vê nelas apenas uma mesma matéria-prima; a sua unidade reside em que são todas reduzidas ao simples estatuto da linguagem [...] o mito não quer ver aí mais do que um total de signos, um signo global, o termo final de uma primeira cadeia semiológica. E é precisamente este termo final que vai tornar-se primeiro termo ou termo parcial do sistema alargado que ele edifica. Tudo se passa como se o mito deslocasse de um grau o sistema formal das primeiras significações (BARTHES, 2001, p. 185 -186).

Ao se considerar o mito como sistema de signos, caberia à semiologia interpretar suas configurações discursivas que, por sua vez, comunica mensagens marcadas por interesses ideológicos. Analisado pelo esquema semiológico, o mito aparece como metalinguagem, ou seja, uma segunda linguagem. Desta forma, Barthes busca ilustrar a maneira pela qual a fala mítica passa a se manifestar em detrimento dos significantes de um primeiro sistema de linguagem que passam a

compor o seu significado (ver quadro abaixo). Ou seja, o signo mítico se caracteriza por uma face plena de sentido e outra vazia. Desse modo, sua mensagem aparentemente oculta o que se pode ler no termo de suas primeiras significações.

Figura 2 - O diagrama do signo/mito

1. Significante	2. Significado	
3. Signo (Língua) I Significante (Forma)		II Significado (Conceito)
III SIGNO (Mito)		

Fonte: Mitologias.

O autor esvazia o sentido do primeiro significado em detrimento de um segundo. A fala mítica seria então o resultado do signo (1), que se esvaziou. A este sistema (1) acopla-se um significado (2).

Tomemos um ramo de rosas: faço-o significar a minha paixão. Não existem apenas aqui um significante e um significado, as rosas e a minha paixão? Nem sequer isso: para dizer a verdade, só existem rosas ‘assionalizadas’. Mas, no plano de análise, estamos perante três termos; pois estas rosas carregadas de paixão deixam-se perfeita e adequadamente decompor em rosas e em paixão: estas e aquelas existiam antes de se juntarem e formarem este terceiro objeto, que é o signo (BARTHES, 2001, p. 135).

Nesse exemplo, a rosa e a paixão existem separadamente como significantes. Elas se juntam originando um signo: rosas “passionalizadas”. Portanto, a fala mítica se revela pela perda dos significantes de um primeiro sistema de linguagem que passa a compor o seu significado. Isto é, o signo mítico se caracteriza por um lado pleno de sentidos e o outro vazio. Assim, sua mensagem é aparentemente oculta, mas que se pode ler no termo de suas primeiras significações.

Outro exemplo dado por Barthes (2001) que ilustra a passagem da história à natureza é a capa de uma revista que estampa um soldado negro empunhando a bandeira da França. A imagem só adquire significação quando incorpora o mito da glória da conquista francesa e a pele negra do jovem soldado, ou seja, o mito substitui a linguagem primeira e passa a ser a verdade primeira. O autor assinala que, pelo uso que a revista empresta à linguagem, sua mensagem impõe um único sentido para a leitura: a suposta harmonia entre a França e seu passado colonial que é expresso no gesto do soldado negro. Ou seja, o significante real da mensagem aparece distorcido

pela ideologia; assim, o soldado negro levantando o braço não seria mais um colonizado, mas estaria já identificado com os valores da nova nação à qual pertence:

Passando da história à natureza, o mito faz uma economia: abole a complexidade dos atos humanos, confere-lhes a simplicidade das essências, suprime toda e qualquer dialética, qualquer elevação para lá do visível imediato, organiza um mundo sem contradições, porque sem profundidade, um mundo plano que se ostenta em sua evidência, e cria uma afortunada clareza: as coisas, sozinhas, parecem significar por elas próprias (BARTHES, 2001, p. 235).

No mito não existe uma maneira exata para identificar os seus argumentos, sendo assim, resta prestar atenção na razão de suas sentenças, para analisar se a combinação dialética dessas ideias faz algum sentido. Ele também não pode ser definido pelo resultado e nem no corpo do seu discurso, porque: “qualquer meio no qual se insere pode ser falsamente dotado de significação” (BARTHES, 2006, p. 205). Outra maneira de encontrarmos o mito é através de uma análise histórica. Por meio dela, o semiólogo pode constatar argumentos inexatos, pois mesmo as narrativas mais antigas podem conter falsas significações. “O mito é uma fala escolhida pela história, não poderia de modo algum surgir da natureza das coisas” (BARTHES, 2006, p. 200).

A história transforma o real em narrativa suscetível de ser usada pelo mito. Apresenta por meio de uma sentença denotativa que se encaixa em um significante de outra premissa, mas que não transmite nenhuma autenticidade de conteúdo. Por conta disso, Barthes dá atenção para a forma e o conceito do discurso. Forma porque é a estrutura do discurso; já o conceito é a ideia propriamente dita, o significado que se pretende transmitir.

Na ambivalência pertinente à fala mítica há um espaço aberto à decifração, em que, a partir da desmontagem de seu significado, tende-se a desvendar a pluralidade de significantes que conduzem à ultra significação da mensagem mítica. Deste modo, para o autor, o mito é uma forma de comunicação que desconsidera os contextos históricos e, com isso, impede que o receptor de sua mensagem possa compreender aspectos importantes que poderiam influenciar no seu julgamento.

Em uma passagem de *Mitologias*, Barthes, não encontrando termo melhor para definir o que estaria *a priori* como paradigma no contexto de sua abordagem do mito, buscou entender conceitualmente em objeção à sua forma, deste modo solicitou sua

determinação histórica. Nesse sentido, o autor entende que o mito pode ser avaliado pelas características dos discursos, e esclarece que o mito, ao se estabelecer como um sistema parasita, não opera qualquer trabalho de transformação objetiva sob a linguagem à qual se ata a fim de significar, desta maneira conferindo-lhe apenas um sentido artificial. Portanto, o mito pode ser característico do seu discurso.

[...] O conceito é um elemento constituinte do mito: se eu quiser decifrar mitos, preciso poder designar conceitos. O dicionário me fornece alguns: a bondade, a caridade, a saúde, a humanidade etc. Mas, por definição, dado que é o dicionário que nos fornece, estes conceitos não são históricos. Ora, do que eu tenho necessidade a maior parte das vezes é de conceitos efêmeros, ligados a contingências limitadas: o neologismo é aqui inevitável. A China é uma coisa, a ideia que dela podia fazer, ainda não há muito tempo, um pequeno burguês francês é outra: para essa mistura especial de sinetas, de ricochós e de fumatórios de ópio, não há outra palavra possível senão a de *sinidade* (MOTTA, 2011, p. 191, grifos no original).

A palavra *sinidade* serve para indicar que o mito, ao se firmar como um sistema “parasita”, não faz nenhuma transformação objetiva sob a linguagem à qual se liga, concedendo-lhe apenas um sentido artificial. A explicitação desse fenômeno, da *sinidade*, nos leva a um novo conceito: o de conotação. Passemos a ele...

O conceito de mito barthesiano passa a se valer da dicotomia denotação-conotação desenvolvida por Hjelmslev². A conotação passaria a definir conceitualmente a índole parasitária da fala mítica, pois, de maneira análoga, o significado de conotação se estabelece apropriando-se dos significantes de um primeiro sistema de linguagem que equivale ao nível literal da denotação. Leda Tenório Motta (2011, p. 116) esclarece o jogo operacional de Barthes:

De fato, esses são operadores que se revelariam particularmente próprios ao acerto do ‘mito’, já que o discurso mitológico, no sentido de Barthes, é um discurso que se desprega ou se desdobra do plano denotativo para o plano das ultra significações conotativas, ou um sistema segundo, clandestinamente narrativo, em que a significação torna-se a expressão de um outro conteúdo, ambos os estratos se imbricando para formar uma significação outra, que é, ao mesmo tempo, extensiva ao primeiro sistema e estranha a ele.

² Louis Trolle Hjelmslev foi um linguista dinamarquês cujas ideias formaram a base do Círculo Linguístico de Copenhague.

Renomeando a dicotomia saussuriana língua-fala, encontramos o par denotação-conotação. O fenômeno conotativo caracteriza-se pela sobreposição de dois sistemas semânticos em um mesmo enunciado, podendo ser apreendido na manifestação social de diferentes sistemas de linguagem: cinema, teatro, imprensa etc. Cabe lembrar que a conotação impõe ao uso da língua um sentido, que tem por característica certa intencionalidade: comunicar.

Sendo coerente à linguística saussuriana, ao longo de seus textos semiológicos, Barthes advertia que cada vez mais vivemos em uma civilização da escrita, sendo ele mesmo o primeiro a criticar a constituição da “ciência geral dos signos”. Mas, ao mesmo tempo, aprofundava as suas reflexões sobre as imagens e os signos visuais, tanto que em 1961 publica em “Civilização da imagem”, título de uma coletânea na qual intelectuais introduziam considerações sobre essa temática.

Acentuando a motivação dessa constatação, Barthes percebia aí uma ilusão do que se poderia entender pela palavra *imagem*. Ele também questiona sobre a propriedade icônica da imagem fotográfica, analisando-a mais pelo plano de seus efeitos do que pelo poder de intelecção e sua densidade afetiva. Por assim dizer, ele comenta:

A afetividade da imagem continua sendo um mito cujo efeito se percebe bem: postulando essa afetividade, sem nunca a questionar, é que as censuras se estabelecem e triunfam. Questionar a Natureza afetiva da imagem seria questionar a própria censura, é compreensível que a sociedade hesite em discutir os ‘efeitos’ da imagem, pois precisa dela. Por outro lado, ainda é menos possível reduzir a linguagem a puro Logos; as palavras desnorteiam, intimidam, fazem sofrer, fazem sonhar, desencadeiam processos traumáticos infinitos. Na verdade, as próprias noções de afeto e intelecto são suspeitas; mais perigoso ainda é reservar-lhes linguagens particulares; pois o que define uma linguagem não é o que ela diz, é o modo como diz (BARTHES, 2001, p. 68).

Nesse trecho há o questionamento do autor na busca por esclarecer que os objetos, mais do que falar, são falados. Com isso, a semiologia possibilita ao autor criticar o que seria o senso comum (doxa), pois falar que viver em uma civilização da imagem se transformava em desculpa para o real problema da identidade lembrado pela analogia técnica da linguagem, a fotografia. Desta forma, procurou entender como a palavra tem relação com a significação da realidade concreta, ou seja, as coisas.

Barthes afirma que na palavra, signo verbal, o sentido é resultado de uma convenção, enquanto os meios de comunicação são, até um certo ponto, neutros, pois nenhum código (convenção) preestabelece que só alguns signos são transmitidos e outros não. Desta forma, entre palavras e coisas, seria fundamental uma investigação que analisasse a estrutura original da imagem fotográfica, tarefa que o autor apresentou no texto “A mensagem fotográfica”, publicado em 1961 em “*Communications*”. No texto, o autor aponta que o surgimento da fotografia traz uma nova relação histórica da percepção dos signos culturais. Por ser diferente de outras artes conhecidas até então como pinturas, teatro, desenho etc., a fotografia possui a estrutura básica de se apresentar como um “índice de realidade” ou conhecido também como “análogo mecânico da realidade” (BARTHES, 1998, p.14)

Desta forma, a semiótica conotativa permitiria descrever como um novo sistema de linguagem se institui a partir de dois códigos semânticos diferentes. Na opinião de Barthes, a fotografia em si não é um sistema de linguagem e, por conta disso, deveria ser pensada como uma mensagem estabelecida por um conjunto que contém uma fonte emissora, canal de transmissão e um receptor. A fotografia ganha, assim, mais destaque nas reflexões barthesianas, já que ela passa a dispor dos protocolos de comunicação massiva. Para ele, a fotografia seria uma “mensagem sem código”, o que a levaria à condição de ser, à primeira vista, puramente “denotante” (BARTHES, 1998, p.14). Mas, a partir do momento em que ela se revela em um contexto de comunicação, passa a ser definida por um código previamente determinado:

O paradoxo fotográfico seria, então, a coexistência de duas mensagens, uma sem código (seria o análogo fotográfico), e a outra com código (seria a ‘arte’, ou o ‘tratamento’, ou a ‘escrita’, ou a retórica da fotografia); estruturalmente, no paradoxo não é evidente a conclusão de uma mensagem denotada e de uma mensagem conotada: é este o estatuto provavelmente fatal de todas as comunicações de massa; pois a mensagem conotada (ou codificada) desenvolve-se aqui a partir de uma mensagem sem código. Este paradoxo estrutural coincide com um paradoxo ético: sempre que se quer ‘neutro’, ‘objetivo’, tenta-se copiar minuciosamente o real, como se o analógico fosse um fator de resistência ao investimento dos valores (é, pelo menos, a definição do realismo estético): assim como pode a fotografia ser simultaneamente ‘objetiva’ e ‘investida’, natural e cultural? Só apreendendo o modo de imbricação da mensagem denotada e da mensagem conotada se poderá talvez responder à questão. [...] Pelo menos, a partir de agora podemos prever os principais planos de análise de conotação fotográfica (BARTHES, 2009b, p. 15-16).

Portanto, não podendo haver uma mensagem plenamente denotada, já que um significante se traduz sempre em outro significante, conclui-se que a fotografia, por não carregar nenhum código *a priori*, se apresenta aberta a uma pluralidade de sentidos. Porém, tal abertura é obstruída no momento em que a imagem recebe uma legenda, que passa a lhe ancorar um sentido específico, que é o da conotação. Sendo assim, para buscar compreender os efeitos da significação da fotografia no plano de uma cultura, já que o código de conotação é sempre de ordem institucional e, dependendo do intuito – comercial ou político–, visa ora tranquilizar, ora euforizar o público.

Considerando-se que a fotografia é suporte da imagem de políticos, cuja construção do mito nos interessa, passemos a consideração de como essa metamorfose se processa, não sem antes atentarmos para a relação entre semiologia e mito.

A semiologia postula uma relação entre dois termos, um significante e um significado. Relacionando objetos de ordem diferente, não constitui uma igualdade, mas sim uma equivalência. Devem ser considerados, portanto, não apenas dois, nem três termos diferentes, pois o que se apreende não é absolutamente um termo, mas a correlação que os une. Temos, portanto, o significante, o significado e o signo, que é o total associativo dos dois primeiros termos (BARTHES, 2001, p. 203).

O campo de estudo da semiologia é direcionado para o objeto, pois trabalha o universo das formas e não dos conteúdos, e suas ferramentas são: a interpretação dos conteúdos já existentes e a análise de suas sentenças. Já o mito surge de outra forma, pois ele se constitui em uma cadeia já existente, para que consiga passar despercebido em meio às ideias “verdadeiras”.

O mito transforma o significado em significante e mascara a intenção do que está por trás de uma ideia. Tornando o que seria menos importante – o meio pelo qual trafega a informação – no mais importante, o conteúdo da mensagem. O mito precisa de uma ideia verdadeira, ou que aparenta sê-lo, para que consiga passar despercebido e naturalizar o seu discurso. E quando o mito impera, o nível de consciência da população minimiza, efeito comparável ao que Marx chama de alienação (MARX, 2004). O sujeito perde a noção do processo histórico que um objeto transformado em capital adquire no mercado, não se percebendo como ator no processo social. Há vezes em que até os que participaram na construção desse objeto (mito) não se veem possuidores de nenhuma responsabilidade ou pertencimento na

construção deles. A alienação faz com que a realidade não seja percebida, dando a impressão de que foi sempre da maneira como se apresenta agora. Pois bem, feita toda essa explanação sobre como se opera a construção do mito, voltemo-nos ao que move essa reflexão: o mito na política.

4.1.1 O mito na política

Durante a sua carreira, Barthes percebeu a ligação entre discursos míticos e formas de dominação. Uma vez que é extraído de um discurso dado de antemão como verdadeiro, o mito é transportado para outro lugar com outra roupagem, ou seja, o sentido não é o mesmo de antes. Nesta operação, o mito cria o que Barthes (2001, p. 221) chama de naturalização do discurso, que seria a forma natural a que essa nova ideia ou conceito passa a ser, sem sequer ser questionado.

Como é ligado à produção de novas ideologias, o mito apresenta fundamentos tidos como verdadeiros por serem fiéis aos acontecimentos. Desta forma, o jogo entre o real e o fictício faz com que o mito predomine entre os discursos, o que o diferencia é a capacidade de formar um consenso entre esses discursos.

Em *Mitologias*, o capítulo denominado “Gramática Africana” mostra como as palavras podem ter duplo sentido, de acordo com o papel proposto. Nele, o autor apresenta reflexões sobre a comunicação dos mitos que havia na guerra, tomando como exemplo a guerra da Argélia (1954-1952), circunstância ligada à política expansionista francesa, quando estava em seu auge. Ainda no mesmo livro, o mito é exposto na forma de palavras-chave, as quais substituem o significado normativo ou gramatical da palavra, dando uma significação mais agradável. Desta forma, o tom retórico absorve toda sentença sgnica que passa a apresentar um segundo significado, porém com uma conotação de acordo com a relevância dos produtores de mito. A clareza com que a fala e o mito se articulam, provoca a alteração da ordem, não só normativa como também a política e social. O modelo, como o mito, é usado nas comunidades políticas e faz com que o padrão seja mantido, alcançando a naturalização que Barthes comenta.

Por fim, no capítulo “Fotogenia Eleitoral”, Barthes procura banalizar o processo político nas poses típicas dos candidatos, comentando que o que é exposto por meio da fotografia de candidatos não são seus projetos, “mas suas motivações, todas as circunstâncias familiares, mentais e até mesmo eróticas, todo um estilo de vida de o

que ele é, simultaneamente, o produto, o exemplo e a isca” (BARTHES, 2001, p. 163). Completando a análise do autor em relação à fotogenia dos candidatos, podemos compreender como as formas e os políticos se colocam perante os eleitores, seja como objeto de recorte fotográfico seja com sua própria imagem nas suas mais variadas competências. Desta forma, ocorre a manipulação do discurso por diversas esferas da sociedade, exemplificada com “o mito da direita” (BARTHES, 2001, p. 241-248).

A manipulação se dá porque a opinião pública é afetada por discursos burgueses nos quais não é percebida sua real intenção, dado o fato de serem considerados “naturais”, uma vez que já estão incorporados na mente da população. Em uma sociedade do consumo, a alienação pode representar uma forma de escravidão e uma tentativa de conduzir as ideias de um político.

Para Barthes, o mito é um discurso vazio, desconsidera em sua narrativa aspectos como tempo, posição de quem fala, tudo isso por conta da sua ideologia.

A leitura de *Mitologias* conduz-nos a perceber a utilização do discurso como instrumento de propagação de “verdades” do ponto de vista de quem as conta.

Por fim, o mito, por ser um discurso, acaba sendo um fato social, e nesse sentido sua propagação é possível graças à mediação da comunicação humana, à medida que se utiliza da linguagem para existir e é na linguagem que ocorrem os confrontos ideológicos em que a significação se apresenta com toda sua complexidade.

Feita essa explicitação, passemos às análises.

4.2 As análises

Por meio do processo de conotação da imagem fotográfica, as análises a seguir nos permitirão compreender como um sentido segundo, de caráter simbólico e cristalizado na cultura, constrói-se alicerçado na denotação fotográfica.

Apresentamos, em linhas gerais, dados biográficos da ex-Presidente que contemplam o trajeto de Dilma Rousseff como guerrilheira até ingressar na vida política. Deixaremos para cada um dos períodos que serão pano de fundo das fotografias analisadas uma contextualização mais pontual.

Dilma Vana Rousseff nasceu em 14 de dezembro de 1947, em Belo Horizonte, Minas Gerais. Criada numa família de classe média, casou-se pela primeira vez aos

20 anos com o político Cláudio Galeno, participando da luta armada contra o regime militar. No ano de 1967, Dilma tornou-se membro do Comando de Libertação Nacional (Colina) e, posteriormente, da Vanguarda Armada Revolucionária Palmares (VAR-Palmares). Foi presa durante o período de 1970 a 1972, indo depois para Porto Alegre onde viveu com o militante Carlos Araújo.

Estudou economia em 1976, e nessa época se dá sua introdução à vida política: filiou-se ao Partido Democrático Trabalhista (PDT) e ocupou a Secretaria de Energia do governo gaúcho nos mandatos de Alceu Collares e de Olívio Dutra.

No ano de 2000, trocou o PDT pelo PT. A partir de então, começa a trajetória contada nos períodos que as análises contemplam.

4.2.1 Dilma ministra do governo Lula - 2005 a 2009

Neste primeiro período, de 2005 a 2009, foram coletadas 12 imagens que se ajustavam ao foco dado ao objeto, quer seja pelos aspectos que a vestimenta, os acessórios e o corte de cabelo identificavam Dilma Rousseff à época, quer seja pela maneira como a fotografia se apropriou da imagem da ex-Presidente ao enquadrá-la no espaço-formato.

Painel 1 - A ministra das Minas e Energia e a ministra chefe da Casa Civil



Fonte: Painel composto por imagens do ano 2005 a 2009, do acervo online Folha de S.Paulo.

4.2.1.1 Um pouco de história...

O governo de Luís Inácio Lula da Silva, em seu primeiro mandato (2003-2006), foi marcado pelo crescimento da economia e pelo estabelecimento de um governo petista que primava pela coalisão com o companheiro de chapa do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB) – José de Alencar. Nesse período, o Brasil viu diminuir a dívida do Produto Interno Bruto (PIB), deixada pelo governo antecessor, e acompanhou o crescimento do número de empregos gerados no país.

Dilma Vana Rousseff assume, em 2002, o cargo de ministra de Minas e Energia e, em 2005, de Ministra da Casa Civil, no governo Lula, além de ser nomeada Presidente do conselho de administração de Petrobrás, cargo que exerceu até março de 2010. Trabalhava em prol de um modelo energético que fosse cada vez menos dependente do Estado. Ela ficou responsável, também, pelo programa Luz Para Todos. No entanto, com o surgimento do escândalo do mensalão³, grandes líderes históricos do PT passaram a ser investigados e, em 2005, devido à saída do então ministro da Casa Civil, José Dirceu, Dilma assume a chefia desse ministério, como afirma Singer (2008).

Na Casa Civil, Dilma assumiu o controle do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), um projeto para promover o crescimento econômico com grandes obras de infraestrutura. Contudo, o governo Lula estava no alvo das investigações e isso poderia influenciar no próximo pleito em que ele concorreria à reeleição. O sociólogo Marcos Nobre (2013), afirma que, naquele momento, o governo Lula chegou às suas mais baixas taxas de aprovação, e o candidato à reeleição foi considerado pela esmagadora maioria dos analistas políticos como “cachorro morto” para as eleições do ano seguinte.

Segundo Nobre (2013), a crença de que Lula não mais seria um forte candidato para vencer as eleições de 2006 e, assim, conseguir sua reeleição, foi bastante

³ Mensalão consistiu em repasses de fundos de empresas que faziam doações ao Partido dos Trabalhadores (PT) para conquistar o apoio de políticos. O esquema de corrupção começou em 2002 e só em 2005 foi descoberto por meio de uma gravação secreta. Maurício Marinho, chefe do departamento de Contratação dos Correios, foi flagrado recebendo propina em nome do deputado federal Roberto Jefferson, do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Logo após, Marinho fez uma delação sobre os detalhes do Mensalão – que envolvia não apenas os Correios e o PTB, mas também o PT e o Partido do Movimento, delatando todo o esquema de corrupção.

equivocada: Lula passou pelo crivo do primeiro pleito e foi reeleito no segundo turno com 60% dos votos.

Em seu segundo mandato, Lula se consagrou como um dos Presidentes mais bem avaliados na história do país. Lançou o Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE) e anunciou a descoberta, efetiva, de petróleo na camada do pré-sal. Uma forte crise econômica mundial no ano de 2008, alavancada pela quebra do setor imobiliário estadunidense, fez com que o mundo todo segurasse a sua economia, inclusive o Brasil. Mas, devido à forte economia que o país tinha conseguido estabelecer ao longo dos últimos anos, a crise foi sentida apenas no terceiro bimestre.

Alguns aspectos desse cenário têm lugar na capa da *Folha de S.Paulo* que veicula a fotografia a ser analisada.

4.2.1.2 Denotação ou “traço do real”: representações da ministra

Figura 3 - “A camarada de armas e companheira de lutas”

FOLHA DE S. PAULO
São Paulo, quarta-feira, 22 de junho de 2005
DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FREITAS FILHO • UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL • ALAMEDA BARÃO DE LIMEIRA, 425 • ANO 85 • Nº 27.839 • R\$ 2,50

Presidente afirma ser a pessoa com mais autoridade moral no país para combater a corrupção e que a oposição teme sua reeleição

Ninguém é mais ético que eu, diz Lula

Dilma rejeita ação apenas técnica na Casa Civil

Ao tomar posse na Casa Civil, a ministra Dilma Rousseff disse que é uma “simplicidade” afirmar que seu trabalho será apenas técnico. “Gestão pública é gerir projetos: quais os prioritários, quais os critérios políticos que fazem com que um tenha prioridade em relação a outro”, Dilma foi indicada ao cargo pelo presidente para dar um perfil técnico ao ministério, ocupado anteriormente por José Dirceu. Na despedida, Dirceu tratou Dilma de “camarada de armas e companheira de lutas”. **Pág. A6**

PF faz busca em casas de aliados de Jefferson

A pedido do Ministério Público, a Polícia Federal fez operações de busca e apreensão em casas e locais de trabalho de dois ex-servidores ligados a Roberto Jefferson: Roberto Salmeron, ex-presidente da Eletrobrás, e Emerson Palmieri, ex-diretor da Embraer e tesoureiro informal do PTB. Jefferson diz que Palmieri o ajudou a dividir o dinheiro supostamente enviado pelo PT ao PTB. Salmeron e Palmieri não foram localizados. **Pág. A11**

Ex-chefe dos Correios se declara bode expiatório

Maurício Marinho, ex-chefe de contratação dos Correios flagrado negociando propina, disse à CPI ser um “bode expiatório”. Segundo ele, a responsabilidade pelas licitações cabia à presidência e às diretorias da empresa, indicadas por pessoas como o secretário-geral do PT, Silvio Pereira. **Pág. A8**

Secretária reafirma que viu mala e pede proteção

Fernanda Sonzogni, ex-secretária de Marcos Valério de Souza, acusado por Roberto Jefferson de ser operador do esquema do “mensalão”, voltou a dizer que viu malas com dinheiro saindo da agência do publicitário para ser distribuído em Brasília. Valério a acusa de tentativa de extorsão. **Pág. A9**

Acordo na ONU estende missão no Haiti até 15 de fevereiro

O Conselho de Segurança da ONU deve votar hoje uma resolução prorrogando até 15 de fevereiro de 2006, após a posse do novo presidente do Haiti, a missão de paz no país. A data foi acertada entre o Brasil, líder da força de paz, e outros países, como a China, que tinha ameaçado vetar a continuação da missão. Os brasileiros queriam mantê-la por mais um ano, dando tempo para o presidente iniciar de fato seu governo. O texto prevê um aumento das forças da ONU no Haiti. O Brasil, com 1.200 homens no país, tentará agora manter o comando da missão. **Pág. A13**

Prisão de diretor do Ibama ensina que ser direito pode dar cadeia

ELIO GASPARINI
COLUNISTA DA FOLHA

A Operação Corrupção encarcerou 93 pessoas. O maior prêmio chamou-se Antonio Carlos Hummel, diretor do Ibama. Depois de passar quatro noites na cadeia, o engenheiro soube que seria solto. A Polícia Federal não tinha nada contra ele. Diretor de órgão público avançando no patrimônio da Viúva não é novidade. Sensacional é servir honesto e ir para a cadeia e saber, antes de ser ouvido, que será solto sem mais nem menos. Isso é notícia, como diz Hummel: “Ser direito dá cadeia”. **Pág. A12**

Seleção decide vaga com até seis reservas

O Brasil decide hoje contra o Japão (15h45, com TV) sua permanência na Copa das Confederações, na Alemanha. O time, que será eliminado se perder, pode jogar com seis reservas. Ontem, Argentina e Alemanha empataram (2 a 2). **Pág. D1**

Libertadores tem São Paulo x River

Pág. D5

Copa do Brasil define campeão

Pág. D3

ESPORTE

O atacante Adriano se exercita em treino em Colônia, na véspera do jogo contra o Japão

MUNDO
Racista é condenado por crime em 1964
Edgar Kellen participou da morte de ativistas de direitos civis caso inspirou filme “Mississippi em Chamas”. **Pág. A15**

OPINIÃO
EDITORIAIS
Leia “Articulação política”, sobre reforma ministerial: “Abusos da PF”, acerca de excessos em operações e “Inversão”, a respeito de juízo e divisão pública. **Pág. A2**

INFORMÁTICA
Faça sua câmera digital render mais
Aprenda a fotografar mais, gastar menos bateria, escolher a resolução de imagem certa e as melhores opções de cartão de memória. Veja ainda como organizar e-mails, configurando sua conta para respostas automáticas durante as férias. **Pág. F2 e F3**

DINHEIRO
Brasileiro eleva gasto no exterior
Com o real valorizado, os turistas brasileiros gastaram no exterior, de janeiro a maio, US\$ 1.620 bilhões, alta de 61% em relação a 2004. Em maio, foram US\$ 424 milhões, recorde desde 1998. Até maio, estrangeiros deixaram no país US\$ 1.594 bilhões. **Pág. B3**

COTIDIANO
Demitidos invadem prédio da Febem
Cerca de 400 manifestantes saíram da sede da entidade após ação do Batalhão de Choque da Polícia Militar. **Pág. C5**

ATMOSFERA
Pág. C2
Dia nublado com chuvas na capital
Máx. am. — 13,4°C Mín. am. — 17°C
Máx. am. — 24,9°C

RODÍZIO EM SP
Não desmere circular hoje, dia 26 de julho e dos 17h às 20h, carros com placas que finalizam em 5 e 6. **Pág. C6**

HOJE
Folha • R\$ 14,90
de São Paulo Folha
“Terra de Ninguém”

DVDTECA FOLHA

2005
O ANO DO RATO

R\$ 10 a linha
anúncio na Folha
anúncio na Internet
4 fotos online

Ligue para 111 2224-4000.

FOLHA
JÁ VENDEU?
www.folha.com.br/indicador

ÍNDICE
Folha edição sem 64 páginas: 313.338 exemplares
www.folha.com.br

CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º
11º	12º	13º	14º	15º	16º	17º	18º	19º	20º
21º	22º	23º	24º	25º	26º	27º	28º	29º	30º
31º	32º	33º	34º	35º	36º	37º	38º	39º	40º
41º	42º	43º	44º	45º	46º	47º	48º	49º	50º
51º	52º	53º	54º	55º	56º	57º	58º	59º	60º
61º	62º	63º	64º	65º	66º	67º	68º	69º	70º
71º	72º	73º	74º	75º	76º	77º	78º	79º	80º
81º	82º	83º	84º	85º	86º	87º	88º	89º	90º
91º	92º	93º	94º	95º	96º	97º	98º	99º	100º

9 774147-272049

Figura 4 - A posse da ministra



O presidente Lula conversa com o ex-ministro da Casa Civil José Dirceu (dir.) na posse da nova ministra, Dilma Rousseff

Fonte: Imagem do dia 22/06/2005 - acervo online da Folha de S.Paulo.

O título dado à figura 3 “A camarada de armas e companheira de lutas”, reproduz a fala retirada do *lead*, atribuída ao ex-ministro José Dirceu, a quem Dilma Rousseff iria substituir. O tom da menção feita por José Dirceu a sua substituta, leva-nos a constatar que se trata de um prolongamento dos projetos para o cargo e não uma ruptura. A camarada, companheira – termos tão marcados pela ideologia de esquerda – são marcas dessa passagem, ainda que o título da notícia anuncie um certo desconforto: “Dilma rejeita ação apenas técnica na Casa Civil”. Verifiquemos o que diz a imagem para, então, atarmos os fios interpretativos...

Na fotografia referente a 22 de junho de 2005, vemos dispostos na imagem, do lado esquerdo do leitor, Dilma Rousseff; do lado direito, como a segredar algo ao ministro que deixava o cargo, José Dirceu, está o ex-Presidente Lula. Há uma nítida distância física entre a ministra empossada e os dois políticos; da mesma forma, seu semblante fechado contrasta com o de ambos os políticos; sua vestimenta clara, com ternos escuros.

Dilma Rousseff veste um conjunto de cor bege, composto de saia e blazer sobre uma blusa branca. Para Heller (2013), o bege é uma cor neutra associada ao sentido prático e ao conservadorismo; por ser neutra, combina com quase todas as cores. É

ainda o símbolo do básico, da fidelidade, do essencial e das coisas e formas mais primitivas. Com variação de tonalidades, é uma cor fixa como a terra, mas com a suavidade da areia. No *design* é uma cor muito valorizada, pois pode servir para realçar as propriedades das cores em seu redor ou para gerar um efeito próprio em si mesma, fruto da combinação com o restante. Neste âmbito, segundo Heller (2013), costuma ser utilizada como cor do plano de fundo, por exemplo. Essa neutralidade permite a concentração nas tarefas e a evidência dos objetos.

O bege remete a uma transição, uma nova etapa da vida e essa transição pode não ser imediata. Para alcançar a “pureza do branco”, conforme Heller (2013), é necessário contínua mudança e persistência. Afinal, no branco, logo é possível ver as imperfeições e quem opta por essa cor está disposto a cuidar de suas falhas para que nada “manche o seu branco”.

A cor branca aparece nos detalhes da vestimenta de Dilma. Em muitas línguas, “branco” tem o mesmo significado de “vazio”; no sentido figurado, o vazio se associa à ausência, à cor do desconhecido.

O branco também é um símbolo de *status*. Antigamente, em uma camisa branca podia-se reconhecer o status mais elevado daquele que não precisava se sujar para fazer seu trabalho. Vem daí o conceito “crime de colarinho branco”, nome dado para aos crimes cometidos dentro das empresas, crimes “limpos” em que não há derramamento de sangue. Mas esse símbolo de *status* da cor branca é ainda mais antigo: em Roma, aqueles que concorriam a algum cargo político tinham que vestir uma toga branca, em latim esse branco é chamado de “candidus”; hoje, os concorrentes aos cargos públicos são chamados de “candidatos” (HELLER, 2013, p. 172-173).

Voltando à vestimenta da ministra Dilma, o dicionário ilustrado Moda A à Z de Newman e Shariff (2011), apresenta o blazer como uma peça de caráter mais formal, estruturada, confeccionada de um tecido mais grosso e usada em conjunto ou como peça individual.

O nome blazer deriva do inglês “toblaze”, que significa “sobressair, fulgurar”, pois, originalmente, o blazer era confeccionado em tecidos listrados e chamativos, sendo utilizado por homens desde o final do século XIX. Segundo o historiador Heller (2013), o blazer teria sua origem nos casacos de marinheiros, o *reefer*, um dos casacos dos oficiais da Marinha Britânica.

Originalmente componente da moda masculina, nos anos 1920, é adaptado ao guarda-roupa feminino por Coco Chanel. A partir de então, torna-se uma peça bastante versátil, já que as mulheres passaram a usá-lo com saias de prega, camisas e gravatas.

Para Sabino (2007), as mulheres emancipadas, o blazer passou a ser uma peça indispensável para compor o visual executivo, tendo inúmeros estilistas nacionais e internacionais, apresentando-o em suas coleções. Atualmente, o blazer é praticamente sinônimo de peça que, na hora das incertezas e inseguranças, sempre comunicará o correto.

Sob a ótica de Lurie (1997), a modelagem do blazer em formas predominantemente retas, remete à ideia de ordem e controle, em detrimento da modelagem que segue o corpo feminino, curvilíneo, conforme Lurie (1997). Importa salientar que, ainda que adotado pela moda feminina, o corte do blazer traz ares masculinizados, ligados ao tradicional; e a ausência do decote emite uma mensagem de recato.

Outro elemento interessante a ser lembrado aqui é o botão. Para Sabino (2007), esta peça usada como fechamento nas roupas, existente em tamanhos e formas variadas, tem sido adotada no vestuário desde o século XXI, podendo ser fabricada nos mais diversos tamanhos e materiais. Já foram produzidos em madeira, vidro madrepérola, plástico, chifre, resina, metal e porcelana. Além de ter o caráter funcional, pode ter a função apenas decorativa.

Sob o blazer de Dilma, podemos distinguir o decote de sua blusa. Para Sabino (2007), o decote é um recorte na parte superior das roupas com infinitas variações através dos tempos. Os decotes começaram a surgir nas roupas femininas das cortes europeias, tornando-se mais utilizados a partir de meados do século XVIII. Já a blusa é uma peça de roupa feminina confeccionada em tecido ou malha, usada para cobrir a parte de cima do corpo, solta ou presa na altura da cintura.

Ainda segundo Sabino (2007), os adornos de pescoço são usados por homens e mulheres desde os tempos mais remotos. Imagens nos acervos dos museus mostram o seu uso por vários povos antigos. Egípcios usavam colares volumosos cobrindo o peito; neles, a cornalina e amuletos encontravam-se presentes. Para os povos indígenas e africanos, os colares sempre foram fundamentais como peças da indumentária. Os acessórios e os adornos de pescoço apareceram nos mais variados materiais, como a borracha, metal, resina, plástico e afins.

Na fotografia em análise, Dilma usa delicados brincos e colar de pérola que serão recorrentes em outras imagens. Esse tipo de brinco têm o uso que remonta à Antiguidade, sempre exercendo muito fascínio sobre homens e mulheres, que veem neste tipo de complemento um recurso valioso para o embelezamento do rosto.

A pérola, segundo Sabino (2007), formada por conchas de diversos moluscos, é o resultado da reação desses animais à introdução de um grão de areia ou parasita em seu interior. O elemento invasor é envolvido por camadas de uma substância nacarada, resultando numa concreção densa, geralmente arredondada e de coloração levemente prateada. Foi adotada por vários povos da antiguidade na confecção de joias e, a partir da conquista do Oriente pela Grécia, tornou-se ainda mais popular, passando também a ser utilizada em combinação com pedras preciosas. A extensão do Império Helenístico intensificou o intercâmbio cultural e o comércio das pérolas, procedente principalmente da região do Golfo Pérsico. No século VI, foram tão apreciadas e associadas ao poder que o imperador Justiniano (482-565), casado com Theodora, determinou que seu uso seria exclusivo dos imperadores e de sua família. Mademoiselle Gabrielle Chanel foi uma das embaixatrizes de sua moda, usando-as, verdadeiras ou falsas, em qualquer ocasião.

Também usadas na ponta de alfinetes para chapéus femininos ou gravatas masculinas, em broches ou abotoaduras, redondas ou em formato de gotas, as pérolas sempre estiveram, em algum momento, demonstrando elegância. Pérolas naturais, cultivadas, verdadeiras, falsas, barrocas, entre tantas outras variações são consideradas valores certos (SABINO, 2007, p. 487).

E, por fim, há os óculos presentes na indumentária de Dilma. Segundo Sabino (2007), os óculos de grau eram, originariamente, redondos e foram inventados no final do século XIII. Nessa época, as hastes por cima das orelhas começaram a ser usadas e, no século XIX, as lentes apareceram também em formato oval. Atualmente, as armações podem ser produzidas em metal, resina e em inúmeros outros materiais.

Feita esta primeira descrição detalhada dos aspectos, sobretudo denotativos, colhidos da representação de Dilma Rousseff, passemos aos aspectos conotativos, ou seja, os que nos levarão a interpretar.

4.2.1.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa

Lembramos que, para além do significado literal, a conotação apresenta um significado figurado, imbuído de aspectos culturais, ideológicos e emocionais.

Seguindo a mesma trajetória da primeira parte da análise em que foram apresentados os elementos denotativos, voltamos à fotografia e verificamos que a posição ocupada pela ministra Dilma, no dia de sua posse, parece ocupar um papel subalterno, de coadjuvante, à medida que se encontra só e não participa da conversa do ex-Presidente com seu ex-ministro, homens do poder, protagonistas, portanto.

Focando na ministra e em sua vestimenta, as cores neutras, como o branco e o bege, consideradas cores apagadas, que só alimentam ainda mais essa comunicação. Ao estar ali no canto da fotografia, isolada, acaba contendo uma narrativa a margem dos outros, como excluída. Já quanto aos homens, por estarem um pouco mais em foco e se comunicando entre si, podemos entender como os dois protagonistas importantes. Como descrito acima, a construção da vestimenta dela segue essa mesma narrativa, com roupas com caimento largos, que não chamam a atenção, demonstrando, até mesmo, um pouco de desleixo, sem a preocupação com as vestes e o que elas podem impor.

Já os acessórios, cabelo, armação dos óculos e maquiagem são bem simples, e formados por modelos corriqueiros. A maquiagem é leve, o cabelo é curto e estruturado de uma forma cheia, mas não chamativa; a armação dos óculos por ser sem aro, apenas com a lente de vidro ovalada, acaba “sumindo” em seu rosto arredondado. Única coisa que poderia ser mais chamativa seria o colar de pérola. Porém, por ser um objeto clássico, acaba não sobrepondo o resto do visual da Ministra.

4.2.2 Pré-candidatura à presidência da República - 2009 a 2010

Neste segundo período, de 2009 a 2010, foram coletadas 33 imagens que se ajustavam ao foco dado ao objeto.

Painel 2 - A pré-candidata à Presidência da República



Fonte: Painel composto por imagens do ano 2009 a 2010 - acervo online Folha de S.Paulo.

4.2.2.1 Um pouco de história...

No mês de abril de 2009, Dilma Rousseff – Ministra da Casa Civil – passou a se submeter a tratamento contra um câncer no sistema linfático. A intervenção incluía sessões de quimioterapia e radioterapia

Durante o tratamento, Dilma optou por raspar os cabelos antes que começassem a cair, circunstância que a fez usar peruca até o mês de dezembro de 2009.

No início de 2010, o Presidente Luís Inácio Lula da Silva escolheu o nome de Dilma Rousseff para sua sucessão no cargo. Diante disso, a fim de cumprir a lei eleitoral de desincompatibilização, em 31 de março de 2010, ela deixou o Ministério da Casa-Civil que passou a ser ocupado por Erenice Guerra.

Em 13 de junho de 2010, na Convenção Nacional do Partido dos Trabalhadores, realizada em Brasília, a candidatura de Dilma Rousseff foi oficializada, assim como também se oficializou a candidatura do então Presidente da Câmara dos Deputados, Michel Temer, como seu vice. O foco da campanha centrou-se na continuidade do governo Lula, ou seja, considerando-se a pouca popularidade da candidata, atrelar sua imagem à do ex-Presidente Lula foi a estratégia. Dilma passa, então, a liderar o pleito pela sucessão presidencial que seria no final de junho,



Fonte: Capa da Folha de S. Paulo de 14/06/2010.

Figura 6 – À sombra de Lula



Fonte: Imagem do dia 14/06/2010 - acervo online da Folha de S.Paulo.

A figura 6 exhibe o, à época, Presidente Luís Inácio Lula da Silva, tendo ao lado a escolhida pelo partido na Convenção Nacional do Partido dos Trabalhadores. O plano conjunto captura o momento em que foi oficializada a candidatura de Dilma Rousseff para concorrer à eleição presidencial do ano de 2010. A legenda da imagem, “o Presidente Lula discursa na convenção nacional do PT”, corrobora o evento e contextualiza a foto jornalística.

Em primeiro plano, trajando camisa vermelha e calça branca, segurando o microfone na posição de fala, está o ex-Presidente Lula que ergue o braço da candidata recém legitimada. Numa posição logo atrás do ex-Presidente, também

trajando camisa vermelha e calça preta, Dilma sorri. Sobre a mesa em frente a ela, um microfone no suporte, um copo d'água e uma página, na qual se deduz conter seu discurso. Ao fundo, projetada sobre uma superfície rugosa em que se sobrepõe um círculo iluminado, uma sombra duplica e amplifica o gesto de ambos. O jogo de luz/sombra presente na relação figura e fundo da imagem torna o fundo (não a figura, como convencionalmente) ponto focal: a ênfase se faz na parte superior da imagem.

Percebemos que o vermelho saturado, materializado na camisa de ambos, se destaca entre as outras cores. Sendo saturada, esta cor se expande, torna-se ponto focal, atrai levemente o olhar para a esquerda da composição. Vejamos a simbologia do vermelho nas palavras de Heller (2013, p. 53),

Vermelho - é a mais antiga de todas as cores. O vermelho é a cor de todas as paixões – do amor ao ódio, a cor dos reis e do comunismo, a cor da felicidade e do perigo. É a cor dominante de todas as atitudes positivas em relação à vida, força, da liberdade, dos trabalhadores, do socialismo, das correções, da redução.

A cor, segundo Heller (2013), está impregnada de informação e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Por essa razão, é fundamental para comunicadores visuais.

Para esta autora, as cores têm significados associativos compartilhados no ambiente natural, a cor do céu, da terra, do mar e de um número sem fim desses elementos. A todos eles associamos um significado; mas há aqueles sentidos que ultrapassam esse conhecimento relacionado ao ambiente e ganham sentidos vinculados na cultura. Dondis (2007, p. 64) exemplifica o vermelho, vejamos:

O vermelho que associamos à raiva passou também para 'a bandeira (ou capa) vermelha que se agita diante do touro'. O vermelho pouco significa para o touro, que não tem sensibilidade para a cor e só é sensível ao movimento da bandeira ou capa. Vermelho significa perigo, amor, calor e vida, e talvez mais uma centena de coisas. Cada uma das cores também tem inúmeros significados associativos e simbólicos.

Heller (2013) nos ensina que esta foi a primeira cor que o homem batizou, a mais antiga denominação cromática do mundo. Em muitas línguas, a palavra para colorido é a mesma que para a cor vermelha, assim como na palavra hispânica "colorido". "O vermelho é supostamente também a primeira cor que os bebês

enxergam; e quando se pede a eles que digam o nome de uma cor, a maioria deles diz “vermelho”, mesmo que essa cor não seja a favorita deles” (HELLER, 2013, p. 51). O fogo e o sangue, em todas as culturas e em todos os tempos, têm um significado existencial.

Segundo Oliveira (2015, p. 21-22),

Uma pessoa com uma peça vermelha pode inicialmente buscar um estímulo, pretende aumentar a estima ou dissemina uma ideologia centrada em princípios do socialismo, por exemplo. Apesar destes significados, ao escolher um vestido desta cor, a mulher não está construindo apenas uma significância de partidatismo, ela pode disseminar o desejo de sedução, se a veste for construída com formas justas (...) podendo até um boné vermelho remeter aos movimentos sociais.

O vermelho alegria da camisa da candidata contrasta com o preto de sua calça. O preto sugere poder, negação e elegância, duro e pesado, traje de luto, fim. Heller (2013) também comenta que o preto é a ausência de todas as cores – não cor, portanto; enquanto o branco, presente na calça do Presidente Lula, representa a soma de todas as cores do arco-íris. O branco também é símbolo de *status*, pode ser o símbolo de vazio, ou de uma condição mais elevada: de quem não precisa se sujar para fazer seu trabalho.

Sabino (2007) nos lembra que a calça social é uma peça original da indumentária masculina que foi adotada pelas mulheres a partir do século XX. Por ter origem no guarda roupa masculino e por ser fabricada com um tecido mais grosso e estruturado, ela acaba tendo um discurso mais masculino.

O corte de cabelo e a maquiagem de Dilma Rousseff são discretos, mas já anunciam uma nova imagem, mais cuidada, na tentativa de torná-la mais feminina; mas, a roupa masculinizada e a ausência de acessórios não contribuem para tal intento.

4.2.2.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa

Seguindo a trajetória da primeira parte da análise, na qual foram apresentados os elementos denotativos, resgatamos a predominância do vermelho da vestimenta de ambos os políticos – Lula e Dilma. A cor ganha aqui, além do significado de vitória, garra, coerente ao momento festivo, o caráter ideológico: a cor do partido. O PT em

vermelho vivo grita vitória e conquista, e a posição de Dilma personaliza o partido e acentua sua ideologia. Vermelho, como é sabido, é a cor do comunismo, socialismo, de partidos de esquerda em geral. Está associado ao espírito revolucionário e reformista. Na tradição antiga, o vermelho era considerado uma cor masculina, já que representa a cor da força, da atividade e da agressividade, mas, por conta de ser utilizado na luta por direitos das mulheres, o vermelho passou a ser associado ao feminino.

Ainda explorando o aspecto das cores, o contraste do branco e preto, relativos às calças de ambos, pode ser significativo, à medida que o branco representa a paz, a calma de um governo que está chegando ao seu fim, mas que acredita na sua continuidade ao apontar a sucessora; e o preto, ao representar a força, a rigidez, pode insinuar a ação de um governo que pode (re)começar.

Mas é ao jogo de luz/sombra privilegiado pelo enquadramento que as linhas de força conduzem nosso olhar e a sombra, em seus aspectos conotativos, passa a ser o ponto focal.

“Estar à sombra de” é uma locução prepositiva que tem como significados figurados: estar debaixo de alguma coisa que produz sombra ou estar sob a proteção de algo ou de alguém. Considerando-se o ex-Presidente Lula, detentor à época do cargo de Presidente do país e sendo a personificação do partido, a candidata Dilma estaria subjugada a ele e receberia sua proteção. Ou seja, o ex-Presidente exerceria domínio sobre sua sucessora e a submeteria às suas determinações.

Outros elementos trazidos pelas linhas de força corroboram esse sentido conotativo: a posição de Dilma Rousseff, ainda que por curta distância, está atrás de Lula. O ex-Presidente Lula, por sua vez, é dono da “voz”, é quem detém o microfone; quem toma a iniciativa de erguer os braços com as mãos unidas e comemorar a vitória e, finalmente, a manchete “À sombra de Lula, Dilma promete ‘alma de mulher’” legitima, pela palavra, o sentido conotado: a sucessora personifica a sombra do seu mentor.

4.2.3 Presidente eleita pela primeira vez – 2010 a 2013

Para este terceiro período, de 2010 a 2013, foram coletadas 17 imagens. Destacamos algumas delas no painel a seguir.

Painel 3 - Presidente Dilma Rousseff – primeiro mandato



Fonte: Painel composto por imagens do ano 2010 a 2013 - acervo online Folha de S.Paulo.

4.2.3.1 Um pouco de história...

No final de 2010, mais precisamente em 3 de outubro, concorrendo contra José Serra (PSDB) no segundo turno, Dilma Rousseff torna-se, em 31 de outubro, a primeira mulher a ser eleita Presidente do Brasil. Nathalia Passarinho (2010) enfatiza que, em seu discurso de vitória, ela ressaltou o papel das mulheres e agradeceu o apoio do ex-Presidente Lula, prometendo continuar o “Brasil de Lula com alma e coração de mulher”.

Em 1º de janeiro de 2011, Dilma tomou posse como a 36ª Presidente do Brasil. Em seu discurso, comprometeu-se a eliminar a pobreza e modificar o sistema tributário. Desse modo, foram mantidos os programas de assistência social como “Bolsa Família” e “Minha Casa, Minha Vida”. Além disso, a pauta neoliberal continuou sendo adotada.

Ainda em 2011, uma forte recessão econômica mundial também passa a atingir a economia nacional. Para tentar reverter essa crise, a Presidente aumentou os investimentos na infraestrutura do país por meio do PAC 2 (Programa de Aceleração do Crescimento 2). Como os países da União Europeia e os Estados Unidos estavam em crise, optou-se por estender o comércio com países da América Latina e a China. Também foram reduzidas as taxas de juros para facilitar o crédito a empresas e pessoas físicas. Contudo, tais medidas não foram eficientes para conter a crise econômica, que acarretou uma crise política do governo Dilma. A crise política se adensou, sobretudo, pela falta de apoio do Congresso Nacional às pautas propostas pelo governo Dilma.

Em fevereiro de 2011, realizou a primeira viagem internacional. Ainda nesse mês, comunicou um corte de 50 bilhões de reais nos gastos e contas que estavam calculadas pelo Orçamento Geral da União para 2011, além de fazer respectivo pronunciamento propagado em todas mídias.

No mês de março de 2011, Dilma teve a visita do Presidente norte-americano Barack Obama, visita que resultou em um acordo de cooperação de ambas as partes.

Para manter a inflação sob controle, Dilma Rousseff lançou uma política fiscal mais restrita, ampliando a taxa de juros a cima de 12% em 2011. Sete ministros foram alterados durante seu primeiro mandato.

A partir de 2012, o cenário foi marcado pela lentidão do comércio mundial e o aumento dos preços. Nesta circunstância, houve diminuição do PIB, para 1,8% ao ano, e aumento da inflação, para 6,1%. Dilma sustentou alta aprovação nos dois primeiros anos de seu mandato, o apoio do governo nunca foi inferior a 48% e sua avaliação alcançou a casa dos 70% diversas vezes.

A crise econômica que abateu a classe trabalhadora e setores proletarizados da população não foi empecilho para o governo investir verbas bilionárias para a realização da Copa das Confederações no Brasil, que aconteceu em meados de 2013. Em junho de 2013, a juventude brasileira tomou as ruas em protesto contra a precarização da vida de modo geral. O alto custo das passagens do transporte público foi o ponto de partida que depois ganhou variadas pautas em diversas cidades do país, destacadamente São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, que contaram com atos com até um milhão de pessoas. Em represália, grupos de manifestantes foram processados e presos por meses. A insatisfação popular com o governo Dilma cresceu significativamente nesse período. A realização da Copa de 2013 ocorreu sob diversos protestos contra gastos excessivos de verbas públicas por meio da Federação Internacional de Futebol (FIFA). No entanto, as notícias continuavam apontando o favoritismo de Dilma Rousseff na disputa eleitoral.

4.2.3.2 Denotação ou “traço do real”: representações da Presidente eleita

A capa da *Folha de S.Paulo* (fig. 7), de 2 de janeiro de 2011, trazia a manchete “Dilma promete um país sem fome e de classe média sólida”, trecho do discurso de posse da 36ª Presidente do Brasil.

Figura 7 - "Dilma promete um país sem fome e de classe média sólida"

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO PRATA RIBEIRO

ANO 100 • DOMINGO, 2 DE JANEIRO DE 2011 • Nº 28.237

EDIÇÃO SÃO PAULO • CIRCULADA ÀS 23H45 • R\$ 4,50

Dilma promete um país sem fome e de classe média sólida

★ PRESIDENTE ENFATIZA COMPROMISSO DE ERRADICAR MISÉRIA ATÉ 2014 ★ NO DISCURSO DE POSSE, SE EMOCIONA AO CITAR VÍTIMAS DA DITADURA ★ INDICADORES ECONÔMICOS DESAFIAM NOVO GOVERNO



A petista Dilma Vana Rousseff, 63, assume como a 40ª presidente do Brasil e a primeira mulher a ocupar o cargo. Recordou que a pobreza extrema "enfermeja o país" e repetiu promessa de 2003 de Lula Inácio Lula da Silva, seu antecessor, de eliminar a fome. Defendeu um país de "classe média sólida e empreendedora".

A ex-militante de esquerda e ex-pesca política foi declarada esposa da história de ontem por um antigo integrante do campo político da ditadura que combateu, o senador José Sarney (PMDB-AP). Ela inicia seu governo com mais apoio no Congresso que Lula e Fernando Henrique Cardoso.

Em um longo discurso de 40 minutos, Dilma chorou ao homenagear os que "lombaram pelo caminho", numa referência às vítimas da ditadura. afirmou que será "a presidenta de todos os brasileiros". — a Folha adotará "presidência" para se referir a ela.

Chuva forte marcou o início da festa de posse, impedindo que Dilma chegasse em carro aberto e causando correria na lama entre as cerca de 30 mil pessoas presentes na Esplanada dos Ministérios, em Brasília.

Dilma assume num momento de otimismo pela alta do PIB em 2010, mas com a piteira de alguns indicadores econômicos. O que mais preocupa é a inflação. Especial: Presidente Dilma

Depois de receber a faixa presidencial de Lula, Dilma Rousseff e o antecessor saíram ao público em cerimônia no Palácio do Planalto.

Novo governo começa com corte no Orçamento

Dilma Rousseff vai se reunir amanhã com assessores para definir qual será o bloqueio de gastos do Orçamento, informou Valdo Cruz. Pág. 8

ELIANE CANTANHÊDE

Difícil será preencher vazio de líder carismático Pág. 47

LAURA CAPRIGLIONE

Militantes trocam o ônibus pelo avião para ir à posse Pág. 1

MÔNICA BERGAMO

Ex-presidente encara goleira depois de deixar palácio Pág. 12

KEILA JIMENEZ

Canja de jornalismo ao vivo cura ressaca de Ano Novo Pág. 1

VIVIAN WHISTLER

Pêrola com balacabao é a nova tendência do poder Pág. 8

ESPORTE

Comitê da Olimpíada espera lucrar R\$ 3 bi com logotipo Pág. 82 e 83

FERIADO

Veja as condições das estradas e os melhores horários para voltar a São Paulo Pág. 49

ILUSTRÍSSIMA E REVISTA SÃO PAULO

Excepcionalmente, não circulam na edição de hoje

LIVROS QUE MUDARAM O MUNDO

Coleção faz "Camilo", de Valério

CLASSIFICADOS

34 páginas 5.012 ofertas

ATMOSFERA Pág. 42

Quatro de linguagem de grande impacto

FALE COM A FOLHA

Seu e-mail está cadastrado e você receberá as notícias e as análises de nossos especialistas

EDITORIAIS Pág. 42

Leia "Sem elefantes brancos", sobre as obras para a Copa de 2014 e para a Olimpíada de 2016 e "Barrida larga para todos", sobre mudanças no PSDB.

Fonte: Capa da Folha de S.Paulo de 02/01/2011.

Figura 8 - Dilma Eleita



Fonte: Imagem do dia 02/01/2011 - acervo online da Folha de S.Paulo.

Na foto (fig. 8), vislumbramos cena análoga à anterior (fig. 6), com a diferença de que, agora, outros elementos se fazem ver. Sobre um fundo que, “quase” que simetricamente, se divide em escuro (lado esquerdo) e claro (lado direito), respectivamente, ocupando tais espaços se encontram a então Presidente eleita e o Presidente que passa a função à sucessora. Semelhantes às posições ocupadas na figura 6, mas sem a linha de força que os tornava hierarquicamente distantes, Dilma Rousseff ganha também o olhar de Lula. Isso a torna ponto focal.

Com relação à cor, o branco, já mencionado nas figuras 4 e 6, retorna na figura 8 como proeminente. Na simbologia das cores, o branco é a mais perfeita delas, pois não existe nenhuma concepção dessa cor com significado negativo. Segundo Heller (2013), é a cor do início, do limpo, porém também do distanciamento pelo fato de ser uma cor “pura”. O branco também é a cor da inocência e do sacrifício, igual ao lírio

branco que é o símbolo da paz. Cor dos rituais de passagem, do divino, da realeza, dos movimentos políticos e a cor da monarquia absolutista.

Novamente, podemos ver o blazer presente na vestimenta da Dilma Rousseff. Como anteriormente descrito, o corte do blazer pode trazer ares masculinizados, contudo, a renda nele presente ameniza tal caráter e restitui o viés feminino. A renda é um tecido confeccionado à mão ou à máquina, constituído por uma trama aberta onde fios se entrelaçam, criando desenhos. Por estar em um blazer, provavelmente trata-se de uma renda labirinto ou crivo. Há diversos tipos de rendas e, no Brasil, vários estados são conhecidos por sua fabricação artesanal.

Outro elemento é o botão. Para Sabino (2007), botão é uma peça de diversos tamanhos e produzida com diversos elementos e materiais que se utiliza para fechar as roupas. No caso do blazer que Dilma veste, observa-se um botão encapado com o mesmo tecido e cor. Essa técnica de encapar o botão serve para usar como fechamento da roupa sem chamar a atenção na sua peça. Muitas roupas com tecidos delicados e estampas utilizam dessa técnica, o que torna mais sofisticada a vestimenta.

Encontramos também na imagem da Presidente eleita acessórios que têm a pérola no brinco e o olho grego na pulseira. A pérola é pedra recorrente nos acessórios de Dilma, mas a pulseira de olho grego é uma novidade que remete às religiões islâmicas. Acredita-se que esse objeto tem o poder de absorver as energias negativas; com isso, as pessoas o utilizam como proteção contra inveja e olho gordo. Conhecido também como olho turco ou nazar, ele é considerado ainda o olhar de Deus (SABINO, 2007).

A maquiagem da Presidente é leve e harmônica. Os cabelos bem cortados tornam-na mais jovial e o castanho mais claro ilumina seu rosto. Se comparado a fotos anteriores, observa-se mais cuidado com a estética.

Por fim, na imagem da Presidente, a faixa presidencial ganha foco. Historicamente, no Brasil a faixa foi instituída no dia 21 de dezembro de 1910, assinado pelo Presidente da República Hermes da Fonseca. Segundo Sabino (2007), a faixa é um adereço indumentário e ornamental, distintivo do cargo de Presidente da República. Os Presidentes a utilizam no ato solene da posse, em fotos oficiais ou em viagens internacionais e tem como simbologia a transmissão de uma pessoa a outra, num rito de passagem.

4.2.3.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa

Tomando a foto anterior (figura 6) como parâmetro para esta análise, dada a semelhança, verificamos algumas alterações significativas em função do novo contexto em que a foto atual (figura 8) se insere.

Os aspectos que ganham sentidos conotativos partem da posição em que os protagonistas se encontram. A linha que os distanciava hierarquicamente na foto anteriormente analisada já não se apresenta, ambos ocupam o mesmo espaço. Os braços unidos e erguidos em gesto de vitória têm a mesma significação: a hierarquia não se impõe, salvo o predomínio do fundo branco que serve de suporte ao ex-Presidente Lula, e o fundo escuro que enquadra a Presidente eleita. Estas partes da composição que poderiam se configurar como quase simetrias, podem anunciar brechas que as tornam passíveis de desencontros: o escuro por detrás da Presidente eleita e o claro por detrás do ex-Presidente podem anunciar novos sentido.

A faixa presidencial passa a ser a responsável pela ausência de hierarquia. O poder pode ser vislumbrado no semblante firme da Presidente eleita, olhando para frente; enquanto seu antecessor olha para ela.

O branco retorna com força e carrega a simbologia do início, recomeço, da página em branco onde tudo pode ser escrito. Essa interpretação abriga a ideia de que a continuidade pode ser rebelada. Rebeldia anunciada?

Deixemos que os signos nos respondam.

4.2.4 Presidente reeleita - 2014 a 2015

Neste quarto período, de 2014 a 2015, foram coletadas 32 imagens. Algumas delas estão presentes no painel seguinte.

Painel 4 - Presidente Reeleita



Fonte: Painel composto por imagens do ano 2014 a 2015 - acervo online da Folha de S.Paulo.

4.2.4.1 Um pouco de história...

Ao final do primeiro governo de Dilma, no ano de 2014, o *déficit* passou de 51,3% para 57,2% do PIB. E no ano de 2015 saltou para 66,2%. Esse cenário negativo das contas públicas fez com que o Partido dos Trabalhadores (PT) requisitasse a volta do ex-Presidente Lula, o qual afirma apoio à reeleição de Dilma. Assim, na assembleia nacional do PT, realizada no dia 21 de junho de 2014, foi oficializada a candidatura de Dilma à reeleição.

O primeiro turno ocorreu em 5 de outubro de 2014, e, nas três semanas seguintes da disputa, os debates e as críticas focaram na corrupção e na economia. Aécio Neves, candidato à presidência pelo PSDB, centralizou o tema nas investigações da Operação Lava Jato, enquanto Dilma afirmava que a oposição pretendia dar um golpe ao explorar o caso.

O segundo turno se deu no dia 26 de outubro de 2014, com a reeleição de Dilma Rousseff por uma margem pequena de votos: em números absolutos, somou

54,5 milhões de votos e Aécio Neves, 51,04 milhões. No discurso da vitória, Dilma pediu união, prometeu diálogo e negou que o país estaria "dividido".

O sociólogo Marcos Nobre (2013) lembra que, logo após a reeleição de Dilma Rousseff, no ano de 2014, começaram a ser explicitados os primeiros resultados da Operação Lava Jato – a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro já realizada no Brasil. Revelou-se uma rede criminosa formada por políticos, servidores públicos, empresários e doleiros que desviou bilhões de reais dos cofres da Petrobras.

Dilma também sofreu críticas associadas à condução da política econômica. Enquanto isso, o avanço médio do Produto Interno Bruto (PIB) obteve os mais baixos níveis desde o governo Fernando Collor.

Em 1º de janeiro de 2015, Dilma tomou posse em seu segundo mandato bastante enfraquecida e no meio de uma crise econômica e política. Em fevereiro do mesmo ano, a popularidade da Presidente Dilma caiu de 42% para 23%, sendo o resultado mais baixo de um Governo Federal desde dezembro de 1999.

As manifestações de reprovação se intensificavam. Em 8 de março de 2015, no decorrer de um discurso televisionado da Presidente em celebração ao Dia Internacional da Mulher, houve o “panelaço”; já no dia 15 do mesmo período, admiradores da Presidente fizeram uma manifestação de apoio denominada “coxinhaço”. Ao mesmo tempo em que alguns manifestantes pediam pela renúncia da Presidente, outros pediam uma intervenção das Forças Armadas. Esses protestos se disseminaram em várias cidades por todo o país.

4.2.4.2 Denotação ou “traço do real”: representações da Presidente reeleita

A capa da *Folha de S.Paulo* de dia 27 de outubro de 2014 (figura 14) trazia a manchete “Dilma é reeleita na disputa mais apertada da história”. Logo abaixo da manchete, lê-se: “Com 51,6%, petista promete diálogo e reforma política; Presidente terá que lidar com cenário econômico frágil e denúncia da Petrobrás; Aécio obtém 48,4%, melhor marca tucana desde FHC”.

Figura 9: Dilma é reeleita na disputa mais apertada da história

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921 folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO ANO 114 • SEGUNDA-FEIRA, 27 DE OUTUBRO DE 2014 • Nº 31.253 EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 08h56 • R\$ 3,00

Dilma é reeleita na disputa mais apertada da história

★ COM 51,6%, PETISTA PROMETE DIÁLOGO E REFORMA POLÍTICA ★ PRESIDENTE TERÁ DE LIDAR COM CENÁRIO ECONÔMICO FRÁGIL E DENÚNCIA DA PETROBRAS ★ AÉCIO OBTÉM 48,4%, MELHOR MARCA TUCANA DESDE FHC

PRESIDENTE
2º turno, em % de votos válidos

51,64
Dilma (PT)

48,36
Aécio (PSDB)

Disputas presidenciais no 2º turno

Ano	Candidato 1	Candidato 2	% 1º	% 2º
1989	Collor (PMDB)	Leite (PT)	53	47
2002	Lula (PT)	Serra (PSDB)	61	39
2006	Lula (PT)	Aleixo (PSDB)	63	37
2010	Dilma (PT)	Serra (PSDB)	56	44

GOVERNADORES
Eleitos no 2º turno

Estado	Governador	Partido
AC	Filipe Viana	(PT)
AP	Walter Góes	(PMDB)
AM	Israel Mello	(PMDB)
CE	Cecília Santana	(PT)
DF	Rodrigo Rollemberg	(PSB)
GO	Marcelo Freixo	(PSDB)
MA	Renato Amâncio	(PSDB)
PA	Silvinho Jansen	(PSDB)
PR	Ricardo Coutinho	(PSB)
RJ	Lula Fernando Pezão	(PMDB)
RN	Robinson Faria	(PSB)
RS	João Sarney	(PMDB)
SC	Conrado Moura	(PMDB)
SP	Sergio Camargo	(PS)

A presidente reeleita Dilma Rousseff (PT) e Lula durante o discurso da vitória, em Brasília

A candidata do PT Dilma Vana Rousseff, 66, foi reeleita presidente da República neste domingo (26), na mais apertada disputa da história pelo cargo. A petista obteve 51,6% dos votos válidos —apoio de 54,5 milhões de eleitores. Seu adversário, o senador Aécio Neves (PSDB), 54, alcançou 48,4%, ou 51 milhões de votos.

Após uma campanha marcada pela agressividade entre os candidatos, Dilma adotou tom conciliador no pronunciamento da vitória: “Esta presidenta aqui está disposta ao diálogo, e esse é o meu primeiro compromisso do segundo mandato”. Pediu aos brasileiros que se unam pelo futuro do país, prometeu se empenhar pela reforma política e por fortalecer o combate à corrupção.

Derrotado, Aécio afirmou ter cumprido sua missão: “Combati o bom combate”. E agradeceu aos que o permitiram “voltar a acreditar na construção de um novo projeto”. O senador tornou-se o tucano com melhor desempenho contra o PT desde FHC, mas perdeu em Minas Gerais, seu Estado e segundo maior colégio do país.

No novo governo, a petista terá de lidar com um cenário econômico negativo —de crescimento baixo, inflação em alta e desconfiança dos investidores— e com o escândalo de desvios de recursos na Petrobras.

A vitória de Dilma garante seu partido no Planalto por 16 anos, feito inédito desde a redemocratização. A governante manterá maioria no Congresso. Até 2018, o PT terá indicado 10 dos 11 ministros do STF. *Eleições 2014*

Suspense extra define reta final

Simpatizantes da presidente Dilma foram às ruas celebrar a reeleição, ao final de um domingo de suspense: pesquisas de véspera indicavam indefinição, e o TSE só divulgou resultados às 20h, após a votação no Acre.

Na av. Paulista, petistas gritavam “Lula é melhor que FHC”. Perto dali, tucanos faziam em “roubalheira”. Os grupos se aproximaram, e o ambiente ficou tenso, mas, com a PM presente, não houve violência. *Eleições 2014 pág. 5*

Rio reelege Pezão; PMDB governará sete Estados

Luiz Fernando Pezão, 59, foi reeleito governador do Rio, o terceiro maior colégio eleitoral do Brasil. Com 56% dos votos válidos (mais de 4,34 milhões), o peemedebista derrotou o senador Marcelo Crivella, 57, do PRB.

RODÍZIO *cotidiano C2*

Não devem circular carros com placas cujo final seja:

1 ou 2



ATMOSFERA *cotidiano C2*

Sol entre nublado na capital

Mínima 16°C Máxima 29°C

CIRCULAÇÃO: 55.570 milhas (impresso + digital) 02/10/2014 25/10/2014 25/10/2014 25/10/2014



Em Minas, Aécio Neves (PSDB) diz que cumpriu sua missão

VINÍCIUS MOTA Que a vitória apertadíssima sirva de alerta para a necessidade de contenção no exercício da Presidência *Opinião A2*

LUÍZ FERNANDO VIANNA PT sabe que melhorou a cara do país, mas se rendeu à realpolitik que sustentou Sarney, Collor e FHC *Opinião A2*

ELIO GASPARI Petromoualheira devolve PT a pesadelo do mensalão; sem fúria, governo da doutora terá várias crises *Eleições 2014 pág. 6*

VALDO CRUZ Após mostrar gosto pela guerra, Aécio quer firmar-se na liderança da oposição e voltar à disputa em 2018 *Eleições 2014 pág. 10*

VINÍCIUS TORRES FREIRE Petista terá dificuldades em renovar uma equipe econômica com credibilidade *Eleições 2014 pág. 7*

IVES GANDRA DA SILVA MARTINS Decisão de ministro do TSE contra publicidade da revista 'Veja' parece inconstitucional *Opinião A3*

EDITORIAIS *Opinião A2*

Leia “Os desafios de Dilma”, sobre reeleição, e “Fazer por merecer”, acerca de remuneração no Congresso.

O HD78 COMPORTA MUITA CARGA. E AGORA, MUITO DESCONTO TAMBÉM.

DE R\$ 85.000,00 POR R\$ 59.900,00

APROVEITE: PROMOÇÃO POR TEMPO LIMITADO.

Pedestre, use sua faixa.

Veja na página 5.

HYUNDAI NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.

Figura 10: A segunda candidatura



Fonte: Imagem do dia 27/10/2014 - acervo online da Folha de S.Paulo.

No primeiro plano, ocupando grande parte do espaço-formato, a Presidente reeleita ergue para o alto o braço direito com o punho cerrado. Novamente, o gesto da vitória. Ocupando agora posição mais distante, verificável pelo rosto desfocado, o ex-Presidente Lula parece aplaudir. Não mais segura a mão da Presidente. O olhar de ambos está voltado para a direita: supõe-se que para o lugar onde o povo festeja a posse.

A cor branca é a que se impõe sobre um fundo negro. Novamente, o blazer e o brinco de pérolas. Cabelo e maquiagem discretos.

A iluminação dirige o olhar do espectador e acentua o contraste entre figura/fundo.

4.2.4.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa

O contexto político/econômico à época, marcado pela situação preocupante decorrente do crescimento das taxas de desemprego e inflação, corresponde ao fundo da fotografia em foco: o momento era “negro” ou “a coisa aqui tá preta”.

Popularmente, a expressão “época negra”, traduzida poeticamente por “escuridão”, “noite”, é atribuída a momentos difíceis por que passa uma sociedade. A Ditadura Militar no Brasil é um exemplo desse tempo. Representada por Chico Buarque em “Meu caro amigo”, a expressão “a coisa aqui tá preta” tornou-se bordão. Sob o aspecto conotativo, essa expressão, ainda que receba o rótulo de politicamente incorreta, é significativa nesta fotografia, dada a seriedade do momento de crise que se estabelecia.

Mas a Presidente reempossada, toda de branco, com o braço erguido em punho cerrado contradiz essa mensagem: ela vai (des)fazer a escuridão porque é um ser de luz. O branco e toda a carga simbólica que traz – já explicitada anteriormente – é a promessa de um tempo promissor.

O punho cerrado é carregado de sentido. Segundo Igor Gielow (2014), à época diretor da sucursal de Brasília da *Folha de S.Paulo*, não é fácil precisar a data da criação do gesto, o certo é que ele virou uma marca dos movimentos comunistas alemães que disputavam o poder com os nazistas na Alemanha do Pós-Primeira Guerra. Em 1926, esse gesto torna-se símbolo da ala militar do Partido Comunista da Alemanha.

Durante a Guerra Civil Espanhola (1936-9), os grupos de esquerda que lutavam contra o fascismo de Franco importaram o gesto. Após a Segunda Guerra, o símbolo de resistência e solidariedade ganhou outras fileiras ideológicas: desde os Panteras Negras (ala radical do movimento negro pelos direitos civis americanos da década de 60) até os grupos supremacistas brancos, ou seja, extrema esquerda e extrema direita. No Brasil, os punhos cerrados foram o gesto dos esquerdistas no momento da prisão na época da Ditadura Militar. Esse gesto foi retomado pelos esquerdistas condenados no Mensalão, como José Dirceu. No caso deste político, o gesto foi feito quando de seu exílio, depois de participar do sequestro de embaixador americano, e repetido mais tarde.

Esse gesto é símbolo de enfrentamento e resistência, além de uma saudação para expressar unidade, força. Ambos os sentidos cabem na manifestação de Dilma Rousseff, frente ao cenário que enfrentaria no segundo mandato.

Diferente das fotos anteriormente analisadas, a figura do ex-Presidente Lula já não divide a vitória ou a glória da sucessora. Sua imagem desfocada, em posição inferior à Presidente, insinua seu afastamento. Manter uma distância de Dilma poderia ser uma estratégia de manutenção da lisura e/ou imparcialidade. O não comprometimento com a má gestão, com os maus resultados, era uma garantia de poder.

O mito político construído pelas imagens começa a ser fraturado pela própria representação visual. A imagem fantasmática de Lula, se distanciando da sua criatura, é sintomática.

4.2.5 Interrupção do mandato: o *impeachment* - 2016

Neste quinto período, de 2015 a 2016, foram coletadas 14 imagens que se ajustavam ao foco dado ao objeto. Onze delas compõem o quinto painel.

Painel 5: *Impeachment*



Fonte: Painel 5 composto por imagens do ano 2015 a 2016 - acervo online Folha de S.Paulo.

4.2.5.1 Um pouco de história...

A data de 13 de março de 2016 foi marcada por protestos populares em todo o país, movimentando mais de três milhões de pessoas às ruas, a pedido do fim da corrupção e do *impeachment* da Presidente. O protesto deste dia representou a maior manifestação popular da história do país.

Em 16 de março de 2016, Dilma declarou o ex-Presidente Lula como ministro da Casa Civil. Estando o ex-Presidente Lula envolvido no escândalo do Petrolão, o juiz responsável à época pela Operação Lava Jato, Sergio Moro, liberou para a mídia a conversa entre ambos, esclarecendo o conluio para garantir ao ex-Presidente Lula o Foro privilegiado que o afastaria da Justiça.

A conversa divulgada levou parte da população *pró-impeachment* às ruas voluntariamente, solicitando a renúncia da Presidente.

Em 17 de abril de 2016, a Câmara dos Deputados se reuniu para a votação do processo de *impeachment* contra Dilma. Com 367 votos favoráveis, 137 contrários, além de 7 abstenções e 2 ausentes, o Senado Federal deu continuidade ao processo. E no dia 12 de maio de 2016, com 55 votos favoráveis, 22 contrários e 2 ausentes, o Senado Federal concedeu a abertura do processo de *impeachment*, certificando o afastamento da Dilma Rousseff da Presidência da República durante o período de 180 dias. Nesse tempo, o vice-Presidente Michel Temer assumiu as funções de Presidente da República.

Dilma teve o seu mandato presidencial definitivamente cassado em 31 de agosto de 2016, com 61 votos favoráveis e 20 contrários; no entanto, a partir de uma proposta do juiz do Supremo Tribunal Federal (STF), Ricardo Levandovski, foram mantidos seus direitos políticos, ou seja, ela poderia exercer funções públicas, ou se candidatar a eleições futuras.

4.2.5.2 Denotação ou “traço do real”: representações da Presidente afastada

Figura 11: Dilma responsabiliza PSDB por corrupção

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

ANO 95 • SÁBADO, 21 DE FEVEREIRO DE 2015 • Nº 31.370

EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA À 01H21 • R\$ 3,50

FIN DO HORÁRIO DE VERÃO
Onde vai mudar

ILUSTRADA
Livro retrata cafetina que atendeu a Jango, Jânio e Vinícius

FOLHINHA
Em Mato Grosso do Sul, crianças vão a cavalo e de barco à escola

JULIO ABRAMCZYK
Não há evidência de que vitaminas prolonguem a vida

Represas de SP têm volume recorde de chuva em fevereiro
O volume de chuvas nos primeiros 20 dias de fevereiro nos seis mananciais que abastecem a Grande São Paulo é o melhor em pelo menos 13 anos. Choveu nesse período 1.293 mm, a média do mês é de 1.206 mm. Com os níveis das represas subindo, o governo paulista espera evitar um racionamento. Isso deve ocorrer se o nível do sistema Cantareira chegar a entre 17% e 10% até o fim de março. Ontem (20), estava em 10%. *Catidiano C3*

Médico britânico eleger câncer como 'a melhor morte'
"Você pode dizer adeus, ver lugares especiais pela última vez e se preparar para encontrar o Criador ou curtir o esquecimento eterno." Ex-editor do "British Medical Journal", Richard Smith, 62, polemizou ao dizer que a melhor forma de morrer é pelo câncer e que a verba para pesquisa poderia ter outros fins. A opinião divide médicos brasileiros. *Saúde C7*

Anderson Silva nega doping e diz esperar a verdade
Esporte D2

EDITORIAIS Opinião A2
Leia "Despotismo maduro", sobre escalada autoritária na Venezuela, e "Patriarcal enganadora", a respeito de promessas de Dilma na área da educação.

Procuradoria cobra R\$ 4,5 bi de 6 empresas da Lava Jato
Ministério Público quer punir propina para ex-diretor da Petrobras; companhias contestam acusações

O Ministério Público Federal (MPF) apresentou à Justiça cinco ações civis em que cobra R\$ 4,5 bilhões de seis empresas e de executivos acusados de improbidade administrativa por participação no esquema de desvio de recursos da Petrobras. As companhias pretendem contestar as acusações após serem notificadas oficialmente. A principal diferença entre as ações penais, já levadas ao Judiciário, e as de improbidade é que, no segundo caso, as pessoas jurídicas podem ser punidas. Está na mira do MPF a propina paga por intermédio do doleiro Alberto Youssef para Paulo Roberto Costa, ex-diretor da estatal, por Camargo Correa, Engevix, Galvão Engenharia, Mendes Júnior e OAS. A Sanki é acusada pela mediação financeira. Do valor total, R\$ 320 milhões correspondem ao valor estimado do suborno dado a Costa, mais R\$ 3,2 bilhões de danos morais (propina multiplicada por dez) e multa de R\$ 959 milhões (três vezes o valor do acréscimo patrimonial de Costa). Segundo especialistas, o valor dos danos morais tão elevado é incomum. A Procuradoria justifica esse pedido rigoroso pelo "forte impacto negativo (do escândalo) na coletividade". Costa foi pospado por causa do acordo de delação. *Poder 4A*

Dilma responsabiliza PSDB por corrupção na Petrobras
A presidente Dilma quebrou o silêncio de dois meses e culpou os tucanos pela corrupção na Petrobras. "Se em 1996 ou 1997 [no governo FHC] tivessem investigado e punido, nós não teríamos o caso desse funcionário que ficou quase 20 anos [atuando em esquema] de corrupção." Ela fez referência ao ex-gerente Pedro Baruscu, que afirmou ter recebido propina em 1997. O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso rebateu a acusação e disse que a petista adotou a tática do batedor de caneta "que mete a mão, rouba e sai gritando 'pega ladrão'". Segundo o FHC, o delator disse que a propina antes de 2004 foi arranjo entre ele e seu corruptor. O presidente do PSDB, Aécio Neves, afirmou que Dilma demonstra desespero e zombaria do brasileiro. *Poder 4A e 4B*

Após execução, Brasil retalia embaixador da Indonésia
O novo embaixador da Indonésia esteve no Planalto para entregar suas credenciais à presidente Dilma, mas ela se negou a recebê-lo e acirrou a crise de diplomacia em janeiro após Marco Moreira, condenado por tráfico de drogas, ser fuzilado. A Indonésia, que avalia se outro brasileiro, Rodrigo Gultare, será executado pelo mesmo motivo, reprovou a atitude e chamou seu diplomata de volta. *Catidiano C6*

Zona do euro prorroga por 4 meses socorro para a Grécia
Depois de exaustiva negociação, os membros da zona do euro aprovaram a prorrogação por mais quatro meses do resgate financeiro à Grécia. O programa de empréstimo terminaria no dia 28. Em troca, o governo terá de apresentar até segunda (23) lista de reformas, que, segundo o bloco, devem envolver combate à corrupção e à evasão fiscal e medidas que melhorem a eficiência do setor público. *Mercado B1*

Prefeito de Caracas é acusado de integrar suposta conspiração
A Procuradoria da Venezuela acusou formalmente o prefeito de Caracas, Antonio Ledezma, preso na quinta (19), de participação em conspiração contra o governo de Nicolás Maduro. A defesa de Ledezma dizia não saber o teor das acusações. Em várias cidades do país, a oposição promoveu manifestações exigindo a liberação de Ledezma e a renúncia do presidente. *Mundo A9*

Silêncio torna Brasil cúmplice de truculência
A prisão do prefeito metropolitano de Caracas, Antonio Ledezma, é exemplo de detenções anteriores, evidência que o governo do presidente Nicolás Maduro prefere a truculência ao diálogo. A Anistia Internacional fez, a respeito do caso, o que o humanitário deveria fazer: condenar as prisões arbitrárias. *Mundo A10*

Mitzy, mulher de Ledezma (segunda, da esq. à dir.), participa de protesto contra o governo Maduro na Venezuela

ATMOSFERA Catidiano C2
Tempo forte na capital paulista
Mínima 20°C. Máxima 30°C.

FALE COM A FOLHA
Veja como entrar em contato com o serviço ao assinante, o editor e o assinante. fale@folha.com.br

Figura 12: *Impeachment* de Dilma

Fonte: Imagem do dia 21/02/2015 - acervo online da Folha de S.Paulo.

Na foto referente a 21 de fevereiro de 2015, a Presidente Dilma Rousseff aparece com uma cor de roupa inédita até então. Se observarmos os painéis de todo o percurso, o vermelho é a cor mais presente, mas em momentos em que o PT se notabilizava por protagonizar casos de corrupção e má gestão, outras cores foram compondo a vestimenta da Presidente.

Neste traje, o preto é dominante e alguns detalhes em branco rompem essa dominância. As formas predominantemente retas no blazer, o corte alongado que traz ares masculinizados faz com que ela se encaixe em um ambiente de predominância masculina. Tal vestimenta impõe a ordem e o controle em cada nova aparição. Estas escolhas propagam a ideia de coragem para enfrentar qualquer adversidade. Por conta disso, conforme Sabino (2007, p. 17), “[...] a ausência de decote – fechado –,

mostra recato e vontade de pouco se mostrar; quadrado – suas formas retas diminuem o volume e mostram firmeza [...]”.

Os detalhes em branco funcionam como um “ponto de luz” no blazer. Novamente encontramos botão encapado e brinco de pérola em seu visual. O relógio no pulso é a novidade.

Do lado direito da Presidente está a bandeira do Brasil; do lado esquerdo, a de Brasília, dando a entender que a foto tirada no Palácio do Planalto, sede do Poder Executivo, local onde está o Gabinete Presidencial.

Seu semblante não é irradiante como os anteriores. Parece cansada, com olhos inchados e olheiras. Sua postura é tensa. Um dos braços está colado ao corpo e sua mão estendida se oferece para outrem, que não é visível na foto. Pela primeira vez nesse percurso, ela está só.

4.2.5.3 A mensagem para além da denotação: a mensagem conotativa

O fim, anunciado pela cor preta da vestimenta da Presidente, se efetiva no *impeachment* ou perda do mandato. O relógio, acessório que só agora se apresenta, pode anunciar a contagem do tempo para o fim.

Pela primeira vez sozinha, a Presidente oferece sua mão, mas a quem? Sem a presença dos que estiveram ao seu lado, sobretudo o ex-Presidente Lula, ela busca aliados, busca o outro, mas em vão.

Assim, o percurso de Dilma Rousseff, de 2005 a 2016, se encerra aqui. Sozinha, o mito desenhado pela mídia se desfaz... A imagem construída em todo esse trajeto que a deixou mais elegante, mais magra, mais simpática, acaba por revelar sua solidão.

Sua posição de coadjuvante é sugerida desde a primeira foto jornalística (figura 4): posta num canto enquanto o, à época, Presidente Lula se congratulava com José Dirceu, figura de grande poder no PT e no governo.

Nas próximas fotografias (figuras 6 e 8), Dilma Rousseff divide o espaço com o ex-Presidente Lula. Enquanto candidata à sucessora feita sua “sombra”, sua posição subjaz à do mentor.

Somente na fotografia de sua reeleição (figura 10), ela assume o primeiro plano, enquanto a figura do ex-Presidente aparece distorcida, em processo de

apagamento... Dividir o mesmo espaço implicaria dividir as responsabilidades. Neste momento, o fracasso marcava o momento político; sair do foco seria uma estratégia.

Finalmente, a Presidente Dilma Rousseff termina sozinha. Busca alcançar alguém, mas em vão. Resta a solidão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quais são os sentidos gerados pelas transformações da imagem de um político? Esta foi a indagação que nos serviu de farol para desenvolver esta pesquisa, atrelada à constatação de que não há como negar a pregnância da imagem em nosso cotidiano, quer na publicidade, TV, nos objetos de consumo; quer nas nossas lembranças ou nas imagens sempre fúteis ou insignificantes que povoam nosso estar no mundo.

Marca da pós-modernidade, ou contemporaneidade, a imagem, como nos ensina Michel Maffesoli (1995), representa um elo vital, uma estética emocional em todos os seus afetos, sejam eles refinados ou de mau-gosto. Ela interessa menos pela mensagem que deve transportar do que pela emoção que faz compartilhar. A construção da imagem, segundo este mesmo teórico, remete à estetização da existência, visível nos corpos que se remodelam ou se constroem, no cuidado com a aparência individual, com a elaboração de uma ideia para bem apresentá-la, na estetização de produtos industriais, no desvelo que uma empresa tem com sua imagem e, sobretudo, no novo enfoque dado aos programas políticos: seja na escolha de tomadas externas mais atraentes, seja na apresentação pessoal dos candidatos. É a visibilidade da estetização dos políticos encarnada na imagem da ex-Presidente da República, Dilma Vana Rousseff, no período 2005 a 2016, que nos propusemos refletir.

Representada nas fotografias de capa do jornal Folha de S.Paulo, a trajetória de Dilma Rousseff no período citado, contempla desde a sua ascensão na política federal, como ministra do governo do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 2005, até seu impedimento ocorrido em 2016.

Diante disso, o objetivo que se delineou foi o de compreender como aspectos inerentes à fotografia jornalística, bem como à moda (vestimenta, acessório) podem contribuir no processo de construção da imagem de um político, no caso Dilma Rousseff. Os objetivos específicos consistiram em apresentar a fotografia jornalística; descrever a moda como linguagem/comunicação; identificar o potencial simbólico das vestimentas/acessórios na construção da imagem da ex-presidente; articular o momento político com cada novo aspecto dessa transformação e verificar o processo de construção do mito à luz de Barthes.

Para tentar alcançá-los, nos valem os estudiosos que nos conduziram nesse trajeto. A fotografia, suporte das imagens de Dilma Rousseff, ganhou o olhar de Dubois que, a partir de sua classificação dos modos como a fotografia representa o real, forneceu-nos dois modos de representação que dialogavam com os processos de denotação e conotação os quais, na esteira de Barthes, fundamentaram não apenas a metodologia, mas também a construção do mito barthesiano.

Aplicando às classificações de Dubois os processos acima mencionados, foi possível aliar a fotografia como “traço do real” à denotação, ou seja, a captura da realidade se detém na significação primeira, literal. Daí a denominação de registro ou testemunho. Já a fotografia como “transformação do real” corresponde à conotação, ou seja, é ideológica, cultural, constituída na história e dependente do espaço e do tempo em que as fotografias, no caso, estão localizadas. O fato de se tratar de fotos jornalísticas, aspectos inscritos nas estratégias do fotógrafo, fornecidos por Sousa – tais como enquadramento, planos, composição, relação figura/fundo, profundidade, foco de atenção, entre outros – nos permitiram observar a produção de sentidos advinda da fotografia tomada como linguagem.

Considerando-se ser a fotografia jornalística produto da comunicação massiva e, enquanto tal, passível de discurso, ela se enquadra na caracterização barthesiana de mito. Lembremos que para Barthes, mito é fala. Esta fala é uma mensagem que, tanto pode ser enunciada por um discurso escrito ou falado, como também pela imagem: a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade. O mito se constrói na comunicação de massa, ao buscar passar por natural aquilo que é culturalmente construído. Assim, ao apropriar-se do nível da denotação, ou do significado literal, a conotação passaria a construir uma outra significação “falseada” do real. Essa significação segunda substitui a primeira e se impõe como “verdade”.

Pois bem, ao depurar esta verdade falseada, construída pela fala nada natural já que escolhida da história, considerando-se que a história transforma o real em narrativa suscetível de ser usada pelo mito, a que resultados chegamos? As cores vermelho, branco e preto, nesta sequência, foram as que predominaram nos cinco momentos capturados nas fotografias da Folha de S.Paulo, entre 2005 a 2016. Cada uma delas, atada a um contexto político, lançou luzes para que pudéssemos penetrar as camadas de sentido e percebermos as fraturas reveladas nestas metamorfoses que (des) construíram a verdade falseada, senão vejamos.

Vestindo vermelho, com os braços erguidos e mãos entrelaçadas às do predecessor e padrinho político – Luiz Inácio Lula da Silva – num gesto de vitória, a candidata do PT mostra-se como a própria encarnação do partido.

A promessa de ‘continuidade da mudança’ implementada no país pelo ex-presidente, conforme palavras da candidata, precisava adquirir credibilidade. Tornou-se premente, então, a construção do mito em torno daquela que se apresentava como a primeira mulher a governar o Brasil. Tecer a imagem de guerreira, resistente, dura, forte, vitoriosa (braço erguido, punho cerrado), mas com “alma de mulher”, maternal (a “mãe do PAC”, conforme o ex-presidente Lula, quando deu início ao projeto de fazê-la sua sucessora). Recursos como emagrecer, renovar o corte de cabelo, fazer cirurgia plástica e, sobretudo, substituir as vestimentas foram utilizados para “compor” sua figura. Na esteira de estudiosos da moda, foi possível entrever que a feminilidade não se resolveu no corte das roupas, conforme revelaram as análises.

Também o mito da mulher guerreira, vencedora se revela fendido nas análises, quando, em vez de protagonista, ela se mostra à sombra do ex-presidente. Sombra que, ao ser projetada no facho de luz ao fundo da figura, duplica e reitera seu papel secundário.

Vestindo branco, cor que tanto pode representar a soma de todas as cores como a ausência delas, a candidata eleita repete o mesmo gesto de vitória ao lado do ex-presidente. Ao poder ocupar as duas extremidades do círculo cromático, o branco simboliza o começo e o fim, daí ser a cor usada em rituais de passagem, seja de caráter religioso ou social. Dilma Rousseff em transição dá início ao cargo de Presidente da República do Brasil.

Finalmente, vestida de preto, tem início sua decadência. A presidente, na iminência do *impeachment*, encerra sua trajetória sozinha. Sem o padrinho político que a acompanhou, a mão aparece estendida, à espera de um apoio que não vem. O preto anuncia o fim, a queda e o afastamento do Partido dos Trabalhadores, bem como o distanciamento de Luiz Inácio Lula da Silva.

Enquanto o mito se constrói na narrativa do real transformado pela história, ele abole conflitos, suprime contradições ou complexidades. Confere simplicidade e superficialidade aos atos humanos de tal forma a não despertar no receptor reflexões que permitam a compreensão de aspectos capazes de influenciar seu julgamento.

Inscrita na ambivalência inerente à fala mítica, abre-se um espaço para a decifração, ou seja, partindo-se da desmontagem de seu significado, busca-se

desvelar o caráter plural de significantes que levam à hiper significação da mensagem mítica. Assim, na trilha das cores, vermelho... branco... preto; nos elementos constituintes da fotografia jornalística, o mito é desvelado nas brechas que deixam à mostra a desconstrução da imagem da, hoje, ex-presidente Dilma Rousseff.

REFERÊNCIAS

- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Lisboa: Edições 70, 1998. Coleção Arte e Comunicação.
- BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. São Paulo: Cultrix, 2006.
- BARTHES, Roland. Fotos de choque. *In*: BARTHES, Roland. **Mitologias**. Lisboa: Edições 70, 1997. Coleção Signos, no 2.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Lisboa: Edições 70, 2009b.
- BARTHES, Roland. Retórica da imagem. *In*: BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Lisboa: Edições 70, 1998.
- BUARQUE, Aurélio. **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: Mirador Internacional, 1980.
- CALEFATO, Patrizia. **The Clothed Body**. Oxford: Berg, 2004.
- COIMBRA, Mayra Regina. **A disputa de sentidos sobre a imagem de Dilma Rousseff**: as estratégias de construção da imagem da ex-Presidente versus o enquadramento noticioso da Folha de S. Paulo no período do impeachment. 2018. 239 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) - Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de fora, 2018.
- COSTA, Alexandre Augusto da. **Dilma bolada x Dilma Rousseff**: A construção da imagem da Presidente na Copa do Mundo do Brasil. 2017. 204 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.
- CUNHA, Isabel Maria Ribeiro Ferin. **Dilma Rousseff da Ditadura Militar ao Facebook**: A construção da Imagem do Indivíduo na Política. 2014. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Jornalismo) – Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2014.
- DORFLES, Gillo. **Psicologia do vestir**. 3. ed. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.
- DORNELLES, Beatriz C. P; RASLAN, Elaine M. S. A moda, como meio de comunicação, gera símbolos diferenciados de tecnologia. **Conexão – Comunicação e Cultura (UCS)**, Caxias do Sul, RS, v. 9. n. 17, p. 51-66, jan. /jun. 2010.

DRUMOND, Kelly F. Mayrink. A roupa política: a dimensão argumentativa implícita nas roupas das primeiras-damas Temer e Trump como reafirmadora do ethos político de seus maridos. **Palimpsesto**, Minas Gerais, n. 26, p. 422-439, mai. 2018.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. Campinas: Papirus, 2001.

ECO, Umberto. O hábito fala pelo monge. *In*: ECO, Umberto *et. al* (Orgs.). **Psicologia do vestir**. 3. ed. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.

FEITOSA FILHO, Ivan Gonçalves. **A mensagem fotográfica nas conotações jornalísticas da campanha política para prefeitura de São Paulo em 2012**. 2015. 146 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Programa de estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O código do vestir**: os significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FONTANARI, Rodrigo. **Roland Barthes e a revelação profana da fotografia**. São Paulo: EDUC/FAPESP, 2015.

GIELOW, Igor. Punho cerrado é herança política do século XX. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 4 fev. 2014. *Online*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1407254-punho-cerrado-e-heranca-politica-do-seculo-20.shtml>. Acesso em: 21 jan. 2020.

GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

GOMES, Wilson. **As transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOUVÊA, Gabriella Nunes de. **Imaginário social, mito e narrativas jornalísticas**: As representações sobre mulheres políticas e militantes de esquerda na construção discursiva sobre a Presidente Dilma Rousseff. 2014. 240 f. Dissertação (Mestrado em comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

JOFFILY, Ruth. **Jornalismo e produção de moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LURIE, Alison. **A Linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1997.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.

MIGUEL, Luis Felipe. **Em busca da harmonia perdida: mito e discurso político** (uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994). 1997. 290 f. Tese (Doutorado) – Curso de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

MORATORI, Deborah Marques Lopes; DOVAL, Josie Magalhães. **O hábito fala pelo monge**. Monografia (Graduação), Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF, Minas Gerais, 2002.

MOTTA, Leda Tenorio da. Roland Barthes: **Uma biografia intelectual**. 1. ed. Brasil: Iluminuras, 2011.

NAPOLEÃO, Poliana Monteiro. Reflexões semióticas sobre a construção da imagem do Presidente Lula nas capas da revista “Veja” e da cobertura personalista da política como representação do real. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília, DF. **Anais [...]**. Brasília: Universidade de Brasília, 2006.

NEWMAN, Alex; SHARIFF, Zakke. **Dicionário Ilustrado: Moda de A a Z**. São Paulo: Editora Publifolha, 2011.

NOBRE, Marcos. **Imobilismo em movimento: da abertura democrática ao governo Dilma**. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2013.

OLIVEIRA, Karla Beatriz Barbosa de. **A roupa da Presidente: uma análise de comunicação pelas vestes**. 2015. 81 f. Monografia (Projeto Final em Jornalismo) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

OLIVEIRA, Karla Beatriz Barbosa de; GRAMACHO, Wladimir Ganzelevitch. A nova roupa da Presidente: uma análise de comunicação pelas vestes. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 18., 2016, Goiânia, GO. **Anais [...]**. Goiânia: Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2016.

PADILHA, Conrado Valle de Queiroz. **O conceito de “mito” na obra de Roland Barthes: desdobramentos e atualidade**. 2014. 70 f. Dissertação (Mestrado em comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

PASSARINHO, Nathália. Oficializada candidata, Dilma diz que vai ‘continuar Brasil de Lula’. **G1**, Brasília, 13 jun. 2010. Eleições 2010, *online*. Disponível em: <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/06/dilma-rousseff-e-oficializada-como-candidata-do-pt-presidencia.html>. Acesso em 3 jan. 2020.

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz. A construção da imagem política de Dilma Rousseff como mãe do povo brasileiro. **Revista debates**, Porto Alegre, n. 1, v. 5, p. 139-162, jan./jun. 2011.

QUEIROZ, Adolpho; MARTINS Jr., Francisco Ramirez. Presidente Dilma, com que roupa eu vou? **Compolítica**, Rio de Janeiro, n. 1, vol. 1, mar./abr. 2011.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2007.

SANTOS, Leon Rosa da Silva. **O mito nos programas políticos de PT e PSDB, nas eleições presidenciais de 2006**. 2008. 1208 f. Dissertação (Mestrado em comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2008.

SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O Estado espetáculo**. Rio de Janeiro e São Paulo: DIFEL, 1978.

SINGER, A. **O lulismo em crise**: um quebra-cabeça do período Dilma (2011-2016). São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 2018.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo** – introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras contemporâneas, 2004.