

**Imagem e cor como discurso jornalístico:
JB e Terra sobre Jair Bolsonaro**

*Imagen y color como discurso periodístico:
JB y Terra sobre Jair Bolsonaro*

Paulo Roberto FERREIRA FILHO¹
Verbena Córdula ALMEIDA²

Resumo

A fotografia é um recurso recorrente nos textos jornalísticos e, sendo assim, sua compreensão necessita ir mais além das visões que a colocam como um complemento textual. Este trabalho contém uma análise crítico-reflexiva acerca do discurso referente ao candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro produzido pelo Jornal do Brasil e pelo Portal Terra, considerando como *corpus* de análise cinco fotografias veiculadas pelos referidos meios, entre os dias 3 de maio e 10 de junho de 2018, com destaque para a paleta de cores. A análise demonstra, entre outros aspectos, que o preto e o branco corroboraram na construção de uma narrativa positiva referente ao candidato Bolsonaro.

Palavras-chave: Ciberjornalismo. Eleições. Cores. Mídia. Política.

Resumen

La fotografía es un recurso recurrente en los textos periodísticos y, por tanto, su comprensión necesita ir más allá de las visiones que la sitúan como complemento textual. Este trabajo contiene un análisis crítico-reflexivo sobre el discurso referente al candidato a la Presidencia de la República Jair Bolsonaro elaborado por Jornal do Brasil y por Portal Terra, considerando como *corpus* de análisis cinco fotografías publicadas por dicho medio, entre el 3 de mayo y el 10 de junio de 2018, destacando la paleta de colores. El análisis muestra, entre otros aspectos, que los colores blanco y negro corroboraron la construcción de una narrativa positiva sobre el candidato Bolsonaro.

Palabras-clave: Ciberperiodismo. Elecciones. Colores. Medios. Política.

¹ Graduando de Comunicação Social, Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus, BA.
E-mail: pauloafi1997@gmail.com

² Doutora em História e Comunicação no Mundo Contemporâneo pela Universidad Complutense de Madrid (UCM). Professora Titular da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus-BA.
E-mail: vcalmeida@uesc.br

Introdução

O advento da impressão e a codificação elétrica da informação enfatizam a valorização de formas simbólicas de comunicação, as quais podem ser facilmente produzidas, reproduzidas e distribuídas, construindo a “mediação da cultura” (THOMPSON, 2012). Nesse contexto, o teórico descreve a história da imprensa na Europa Moderna desde o advento dos primeiros periódicos e a forma como o seu desenvolvimento afetou as redes de comunicação existentes e as relações de poder.

A partir da invenção da imprensa e de diversas inovações técnicas ocorreu a produção, a reprodução e a distribuição de formas simbólicas, através de uma sistemática transformação dos modelos de comunicação e de interação, relacionadas, também, à mediação cultural, as quais coincidem com o surgimento das sociedades modernas.

Em contrapartida, na contemporaneidade a velocidade de reprodução e disseminação proporcionadas por essas mídias digitais as tornou destaque nas relações interpessoais e, conseqüentemente, também nos processos políticos. Nesse contexto, a mídia adquire o papel de protagonista, intermediando discursos entre público e meios de comunicação, políticos e eleitores.

Antes das mídias digitais seria necessário um maior deslocamento de um(a) candidato(a) para a exibição de suas propostas em comícios; entretanto, com essas modalidades de mídia o eleitorado tem a possibilidade de começar o contato com um “clique”, seguindo o(a) candidato(a) no *Instagram*; e os comícios, que antes aconteciam fisicamente em maior número, se tornam cada vez menos frequentes. Embora a TV ainda mantenha a sua importância, sobretudo com a promoção dos debates eleitorais, as mídias digitais têm alcançado cada vez mais relevante protagonismo, e, mais do que isso, constroem narrativas cada vez mais centradas no uso das imagens.

Consideradas as questões acima, este trabalho apresenta uma análise crítico-reflexiva acerca do discurso referente ao então candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro, produzido por dois veículos de comunicação nacionais, em suas versões digitais – Jornal do Brasil e Portal Terra. O *corpus* de análise está formado por cinco fotografias que integram quatro matérias jornalísticas veiculadas entre os dias 3 de maio e 10 de junho de 2018. A escolha pelos referidos meios se deu por

serem dois dos grandes pioneiros em conteúdos publicados pela *web* no Brasil.

Conforme Pereira (2002), o JB foi o primeiro grande jornal impresso brasileiro a ser vinculado na internet, tendo o seu *site* inaugurado em 28 de maio de 1995 e começado os testes com publicações esporádicas em fevereiro do mesmo ano. Depois disso, outros grandes jornais trilharam o mesmo caminho, o que culminou na criação de *sites*, como fizeram O Estado de São Paulo, a Folha de São Paulo, O Globo, entre outros. Há também os ciberjornais que não foram originados através dessa migração do jornal impresso, a exemplo do Portal Terra (empresa pertencente ao grupo espanhol Telefônica) que, conforme descreve seu próprio *site web*, é descendente da *Nutecnet*, empresa criada com o intuito de oferecer serviços de rede aos brasileiros, cujo primeiro produto foi um sistema de correio eletrônico.

Para alcançar os objetivos propostos foi utilizada, inicialmente, uma pesquisa exploratória, seguida de uma pesquisa bibliográfica, com o intuito de contextualizar os meios de comunicação na sociedade contemporânea, com destaque para as mídias digitais, assim como uma reflexão acerca de mídia e da política no cenário nacional. No que se refere ao estudo específico do objeto, foi realizada uma análise das imagens com a finalidade de demarcar as maneiras através das quais os respectivos veículos de comunicação construíram os discursos acerca do referido candidato à Presidência da República através do uso de fotografias, a partir dos pressupostos de Farina (1982) e Pereira (2011), considerando-se como parâmetro a paleta de cores utilizada, com especial destaque para o preto e o branco.

Mídia e política no Brasil

Reconhecer a relevância do cenário comunicacional contemporâneo, assim como o uso das mídias nos processos de disputa político-eleitoral, visto ser inquestionável o protagonismo dos meios de comunicação na atualidade, é imprescindível para qualquer análise que vise refletir acerca do processo de mediação levado a cabo pelos diversos meios de comunicação, sobretudo os hegemônicos. No caso brasileiro, ao considerarmos que o país não possui um sistema de comunicação público, vale ressaltar que o capital é a linha tênue que faz o intermédio entre as instâncias midiática e cidadã. Ou seja, a relação entre o elo que lança mão de distintos modos de mediação e os espaços nos quais as opiniões se constroem fora dos governos (CHARAUDEAU, 2006).

Nesse contexto, quando consideramos as eleições, corroboramos com a concepção de Rodrigues (2002), para quem, no cenário eleitoral, o(a) candidato(a) é um produto consumível e o(a) eleitor(a) um(a) consumidor(a) de conteúdo. Conforme Rubim (2001, p. 3), esse processo tem “como exigência fundante uma política que se legitima [...] através deste caráter de representação”, uma vez que o governo e o governante são legitimados por esse processo de escolhido, o qual visa a representação dos interesses da cidadania.

Assim, devido a seu potencial aglutinador, o ciberespaço se torna um elemento socialmente desejável pela política – e pelo(a)s candidato(a)s que visam ampliar as suas conexões para alcançar o eleitorado. No entanto, é necessário considerar que cada indivíduo que compõe a audiência midiática tem uma experiência individual ao interagir com os meios de comunicação, influenciada por fatores subjetivos, como a sua história de vida, por exemplo. E, na busca pelo voto, portanto, torna-se impossível alcançar a todo(a)s, mas é plausível procurar um denominador comum que efetue o alcance a um maior contingente possível de pessoas, visando, segundo a perspectiva de Rubim (2001), comunicar ideias e propostas, a fim de exercer o poder de convencimento, inclusive, através das emoções.

O discurso político deixa de unificar, constantemente, diferentes grupos e interesse, fazendo de si próprio a emanção de um corpo único que supostamente preexiste, o que contribui para a tendência que as sociedades têm de verem a si mesmas como unas (MIGUEL, 2004). Na disputa eleitoral o(a) candidato(a) explicita a sua potência realizadora através das mídias, incluindo-se aquelas constituídas através do ciberespaço. E ciberjornalismo se inclui no conjunto de plataformas discursivas utilizadas.

Neste trabalho, entendemos ciberjornalismo como uma “especialidade do jornalismo que utiliza o ciberespaço a fim de investigar, produzir e difundir conteúdos jornalísticos” (SALAVERRÍA, 2005, *apud* SILVEIRA 2017, p. 5). Entendemos, também, que o ciberjornalista deve ir além do que a mídia impressa faz: ou seja, utilizar os recursos digitais como aliados para a fluidez da notícia; e evitar exageros.

Ciberjornalismo, imagem e cor

No ciberjornalismo, tanto o texto quanto o contexto são imprescindíveis, porque

somente acontecerá a compreensão entre os que buscam a organização conectada pela tecnologia se escreverem e compreenderem o mesmo código. “Não se pode, por exemplo, passar uma informação em linguagem extremamente técnica para um leitor comum de contexto variado, pois, para ele, de nada significaria o discurso utilizado, pois sua compreensão seria quase nula” (ALMEIDA; ZAMITH, 2015, p. 45). Ainda conforme esses autores, ao construir o discurso no ciberespaço, o jornalismo salienta os aspectos contidos no texto e no contexto, tanto para criar e divulgar seus significados, como também para organizar a compreensão do discurso.

Ademais das maneiras de ler, de explorar a navegação e de interagir consolidadas nos ambientes virtuais, “a produção de notícias no contexto dos novos *media* deve considerar a totalidade das modalidades comunicacionais advindas da convergência digital midiática (texto, áudio, vídeo, gráficos, animação), para adequação do jornalista a essa nova realidade” (ALMEIDA, ZAMITH, 2015, p. 44).

Assim como no jornalismo impresso, o ciberjornalismo também produz formas narrativas que não se atêm unicamente ao discurso verbal. O uso de imagens, a exemplo da fotografia é bastante recorrente e precisa ser compreendido como um complemento textual; ou, às vezes, como o próprio discurso. Dentre os elementos que permeiam a fotografia, a paleta de cores é um fator fundamental na edificação da diegese fotográfica.

Conforme Farina (1982), as cores são parte relevante da vida do ser humano, considerando que são vibrações do cosmo que adentram seu cérebro para continuar vibrando, de forma a impressionar a sua psique, agregando som e colorido ao pensamento e às coisas que o permeiam. Dessa forma, a paleta de cores é uma temática que afeta o indivíduo psicologicamente, independentemente de idade, de classe social e de fatores diversos. Para ele, a cor exerce uma tripla ação: impressiona, expressa e constrói.

Pedrosa (1995) corrobora a afirmação de Farina (1982) quando diz que as cores podem adicionar significações distintas às informações disseminadas. Ressalta, ainda, que as cores têm a função, portanto, de comunicar. Para Witte e Ramos (2008, p. 39), as associações que fazemos em relação às cores dependem de aspectos culturais. “Um exemplo é a cor branca. No Ocidente, é associada à pureza e à alegria. No Oriente é a cor da morte e dor”.

De acordo com Farina (1982), as cores estimulam psicologicamente a

sensibilidade humana e influem no indivíduo para gostar ou não de algo, para negar ou afirmar, para abster-se ou agir. Pereira (2011, p. 92), no entanto, adverte que o uso determina o sentido do signo cromático, o que faz com que este possa sofrer inversões. O preto, por exemplo, tanto pode carregar significado positivo quanto negativo. “O preto intimidador é um exemplo desse movimento, no sentido de ser um significado recorrente, antigo e, ao mesmo tempo, atual; ele não está apenas nos tempos mais remotos, mas também na cultura contemporânea [...]”. A mesma autora diz que, no contexto social, é provável que a noção de austeridade, considerando-se suas variadas possibilidades interpretativas, faça do preto uma cor recorrente. Ela cita a farda dos policiais do filme *Tropa de Elite* (2007) e o sentido histórico no *design* de roupas, de objetos como telefones e carros, para exemplificar, respectivamente.

Quanto à cor branca, Pereira (2011) a coloca como parâmetro visual para a percepção de valor das demais cores e ressalta que a ideia de pureza integra um conjunto de significados distintos, que apresentam relações entre si, remetendo a referida cor um *status* importante em variados usos culturais e sociais, além de sua simbologia tradicional partir de duas concepções principais: a luz e a pureza.

Preto e branco no discurso sobre Bolsonaro

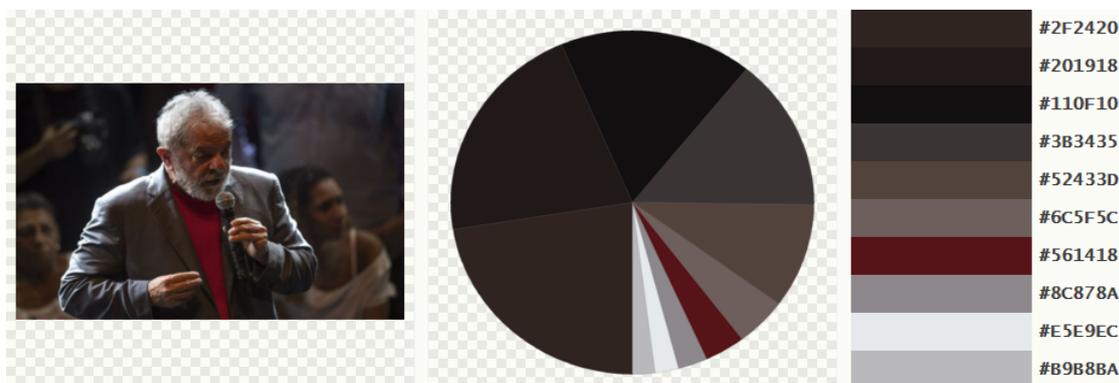
Ao considerarmos que a utilização de fotografias é parte constituinte do discurso ciberjornalístico; e que os significados das cores dependem do contexto nos quais estejam inseridas, selecionamos a utilização do preto e do branco como um viés pertinente para esta reflexão. Antes de partirmos para as análises, é importante, primeiramente, considerarmos que os discursos escritos e orais compreendem uma adequada e harmônica hierarquização de palavras, com o intuito de comunicar; e que o discurso imagético se baseia em outros fatores análogos, que compreendem a sua composição – como o enquadramento, o gerenciamento de foco, a paleta de cores, entre outros, presentes mais especificamente na fotografia.

De acordo com Santos (2009), uma fotografia pode remeter veracidade e consistência a uma notícia, podendo mais do que associar uma imagem a um referente sígnico, ser ligada à realidade que representa, com base em determinados códigos de reconhecimento e convenções gráficas que representam o referente.

Nessa perspectiva, as cinco fotografias que integram as quatro matérias

escolhidas como *corpus* de análise desta reflexão podem ser facilmente subdivididas em duas categorias: a primeira compreende aquelas em que o texto veiculado expõe dados que podem enaltecer a formação discursiva a respeito de Jair Bolsonaro (esta categoria abarca as duas primeiras matérias (relativas às fotos 1, 2 e 3); a segunda compreende as outras duas, que tratam das medidas que o candidato poderá adotar caso seja eleito (fotos 4 e 5). Para tanto, faz-se necessário explicitar que a textualidade e a escrita são questões diferentes, logo, Bolsonaro não precisa, necessariamente, ser exibido visualmente para ser colocado como protagonista, o que está demonstrado neste trabalho.

Fotografia 1: Lula no Jornal do Brasil e Paleta de cores



Fonte: Jornal do Brasil, 3/5/2018. (Paleta de cores construída pelos autores deste artigo).

A foto número 1 compõe a matéria do Jornal do Brasil veiculada no dia 3 de maio de 2018, cujo título é “Paraná Pesquisas: Lula lidera intenções de voto, seguido por Bolsonaro”, acompanhado pelo subtítulo “Pesquisa feita em parceria com o JB apurou cenários com e sem o petista”. O título já chama a atenção de quem lê para o contexto de liderança do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva nas pesquisas de intenção de voto. Mas, a partir da leitura dos detalhes imagéticos observados, é possível realizar uma interpretação destoante, uma vez que, embora lidere as pesquisas, o ex-mandatário é registrado com expressão e detalhes que induzem à compreensão de uma imagem enfraquecida, debilitada.

Nessa imagem, o ex-presidente Lula aparece em plano médio, no qual são ressaltadas a sua expressividade e gesticulação. A paleta de cores é predominantemente escura, com ênfase nas variantes do preto, o que, neste caso, agrega valores negativos ao personagem. É necessário considerar, também, observando a psicodinâmica das cores de

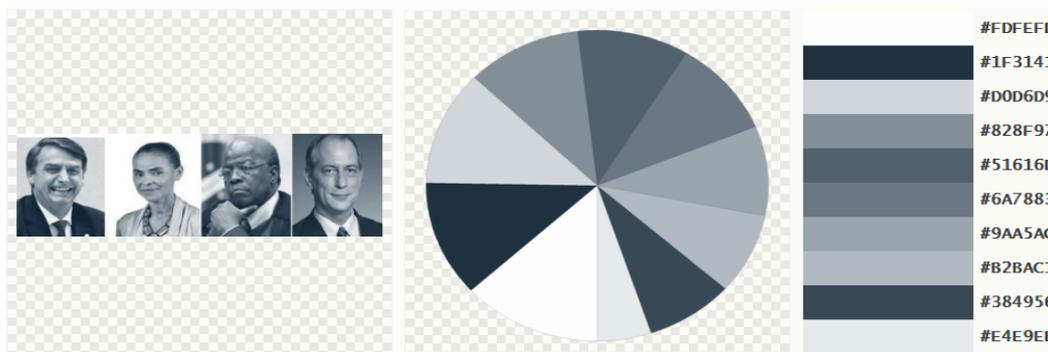
Farina (1982), que o enfoque está sendo trabalhado no contraste das cores preto e branco, o que pode se apresentar através da predominância e ausência destas. Assim, nessa imagem o uso do branco se limitou, majoritariamente, à luz de contorno e a pequenos detalhes da cena; além disso, é relevante observar que o vermelho, cor predominante da logomarca do partido político através do qual o ex-presidente foi eleito e ao qual continua filiado – Partido dos Trabalhadores (PT) – aparece em proporção menor, acrescida de um percentual notório de preto. Isso pode sugerir uma ideia de apagamento (do partido e do personagem Lula).

A forma como o enquadramento se apresenta na referida fotografia contribui para nutrir essa interpretação e nos leva a questionamentos como, por exemplo, por que razão o jornal optou por publicar uma fotografia com *plongée*³ e não *contra-plongée*⁴? No *plongée*, Lula aparece consideravelmente pequeno, se comparado com outros elementos narrativos; em contrapartida, no *contra-plongée* Lula pareceria maior. Devido ao contraste visual, na primeira opção as dimensões podem conduzir emocionalmente o(a) leitor(a) a uma inferioridade narrativa; por outro lado, tendo em vista que as pessoas desfocadas ao fundo da imagem aparentam expressões visuais tristes – e têm a paleta marcada também pela predominância de preto –, os elementos narrativos observados reafirmam o peso elevado da imagem na construção do discurso.

Mas a resposta à questão da escolha do *plongée*, logo se obtém quando observamos que, ao lado do ex-presidente, são exibidos dados que, segundo o Jornal do Brasil (2018), em um cenário com ele (Lula), 27,6% do eleitorado votaria no ex-mandatário; contra 19,5% no candidato Bolsonaro. Torna-se pertinente observar que o uso da preposição “com”, presente no subtítulo, possibilita a quem tem acesso ao material imaginar um cenário antônimo, onde o ex-presidente não estivesse presente.

³ O *plongée* trata-se do posicionamento da câmera acima da altura dos olhos.

⁴ O *contra-plongée* trata-se do posicionamento da câmera abaixo da altura dos olhos.

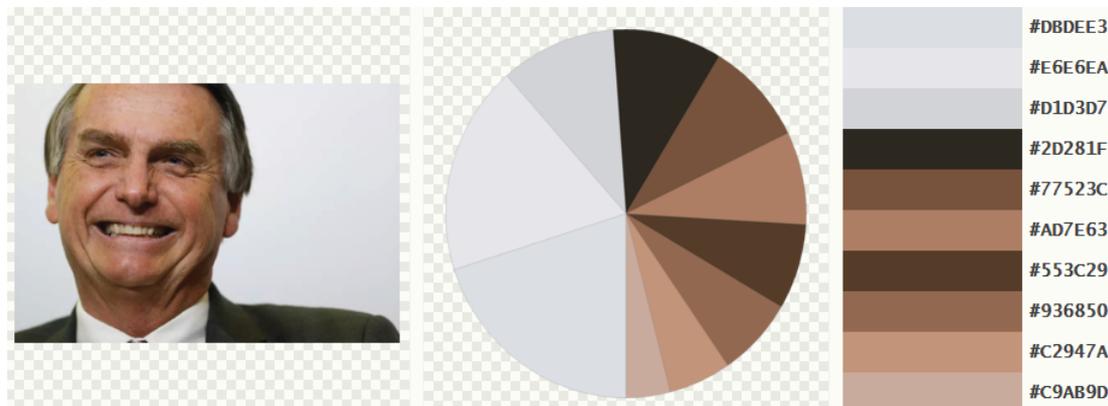
Fotografia 2: Outros candidatos no Jornal do Brasil e Paleta de cores

Fonte: Jornal do Brasil, 3/5/2018 (construção da paleta de cores realizada pelos autores do artigo).

Ao lado da primeira fotografia, o Jornal do Brasil (2018) apresenta um cenário paralelo que ignora a liderança do ex-presidente Lula. Bolsonaro aparece em uma fotografia, em preto e branco, ao lado de outros três possíveis candidatos – Marina Silva, Joaquim Barbosa e Ciro Gomes. Nesse segundo cenário Jair Bolsonaro toma a frente com 20,5% das intenções de voto. O segundo maior percentual, de acordo com a pesquisa (17,5%), não apresenta preferência por nenhum candidato. Marina Silva aparece com o terceiro maior percentual, 12%, seguida por Joaquim Barbosa, que ficou com 11%. Dos candidatos que aparecem na matéria publicada pelo JB, Ciro Gomes fica com o menor percentual (9,7%).

Dentre as quatro fotografias publicadas, o enquadramento se torna pouco relevante para definir uma interpretação divergente entre os candidatos. Conforme Farina (1982), o emprego do cinza simboliza o intermédio entre luz e sombra, o desânimo, a decadência, o aborrecimento, a pena, a tristeza e até mesmo a carência de vitalidade. Dessa forma, a paleta coloca os candidatos em aparente equidade. Entretanto, Bolsonaro, o líder da presente pesquisa, é o único que aparece sorrindo nessas fotografias. Em contrapartida, na mesma imagem, Marina Silva, Joaquim Barbosa e Ciro Gomes são apresentados com expressões mais inibidas, além do que, dentre o conteúdo contido em todo o discurso apresentado pelo jornal nesse contexto, a liderança do ex-presidente Lula é uma sentença que parece se limitar ao título da notícia.

Para enriquecer a análise, discutiremos acerca de uma matéria do Portal Terra, na qual o cenário “sem” Lula também foi colocado em cheque, de forma contraditória:

Fotografia 3: Bolsonaro no Portal Terra e Paleta de cores

Fonte: Portal Terra, 10/6/2018 (construção da paleta de cores realizada pelos autores do artigo).

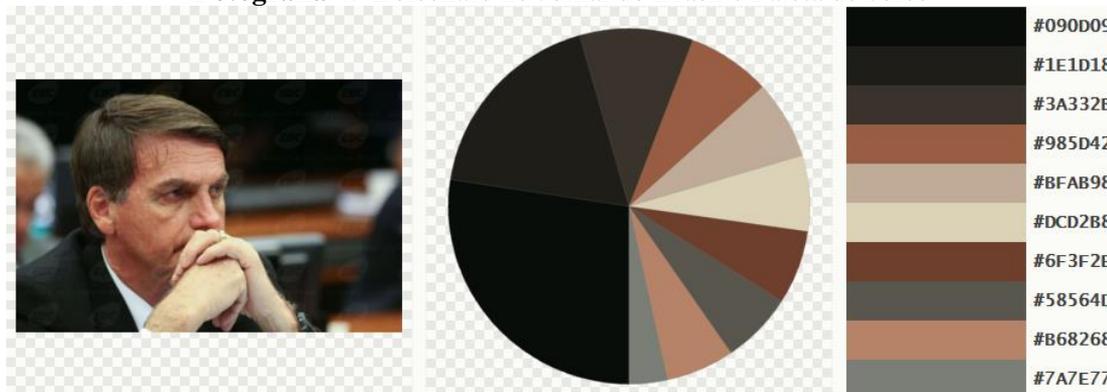
O título da matéria do Portal Terra (2018) aparece em preto: “Sem Lula, Bolsonaro mantém liderança na corrida presidencial”; e abaixo, o subtítulo em cinza afirma que “Datafolha aponta o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva com 30% das intenções de voto mesmo preso”. A matéria tem quatro parágrafos e a fotografia de Jair Bolsonaro está situada logo após o primeiro deles, ocupando cerca de um quarto da página. Além disso, para o Portal Terra (2018), nos cenários sem Lula o candidato Bolsonaro (PSL-RJ) mantém a liderança da corrida presidencial com 19% das intenções de voto, enquanto Marina Silva (Rede) aparece com até 15% das preferências. O título supõe um cenário sem Lula, mas o subtítulo se refere à liderança do ex-presidente, mesmo encarcerado. Entretanto, logo no primeiro parágrafo é apresentada uma síntese de dados na qual o ex-mandatário não estaria presente.

O texto apresenta, ainda, a diferença técnica entre os votos de Jair Bolsonaro e Marina Silva, de apenas 4%. Considerando os dados e o contexto noticiado pelo veículo, o Portal Terra poderia exibir a dicotomia Jair Bolsonaro e Marina Silva, contextualizando a disputa que poderia ocorrer nas urnas. Porém, a fotografia de Bolsonaro foi a escolhida para “ilustrar” a matéria; além disso, assim como na Fotografia 2 (do Jornal do Brasil), o candidato aparece sorrindo, o que sugere uma leitura de Bolsonaro feliz por alguma razão. De acordo com Farina (1982), é possível adquirir contrastes de uma tonalidade saturada por meio de sua modulação.

Desta forma, na Fotografia 3, o terno preto contrasta com o fundo branco e os tons de rosa presentes na pele de Bolsonaro são uma fusão de branco e vermelho; isto é, a sua associação afetiva é formada também pela conjuntura das duas cores: o branco,

como foi dito anteriormente, está diretamente associado à pureza; já o vermelho, conforme Farina (1982), é associado a fatores como energia, coragem, glória, alegria comunicativa, entre outros.

Fotografia 4: Bolsonaro no Jornal do Brasil e Paleta de cores



Fonte: Jornal do Brasil, 21/5/2018 (construção da paleta de cores realizada pelos autores do artigo).

O título da referida matéria publicada pelo Jornal do Brasil (2018) afirma: “Para Bolsonaro, é melhor menos direitos trabalhistas que perder o emprego”. O texto trata de uma palestra proferida por Jair Bolsonaro na qual defende a flexibilização das leis trabalhistas como medida para reduzir o desemprego no país. O texto escrito se desdobra em pouco mais de uma página e, como na anterior, a fotografia ocupa aproximadamente um quarto de página.

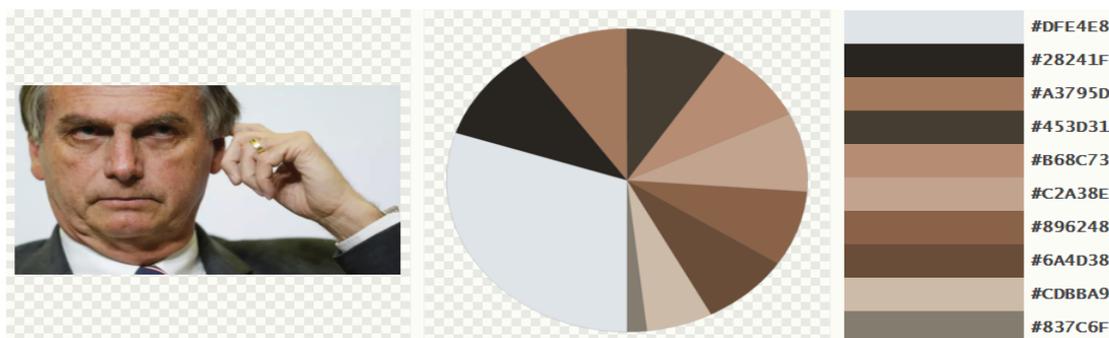
Isto posto, a Fotografia 4 do Jornal do Brasil (2018) ilustra o candidato Jair Bolsonaro em primeiro plano, com as mãos unidas, o punho direito fechado e expressão concentrada. Além disso, na mão esquerda é exibida uma aliança, elemento que socialmente é associado ao casamento e à constituição de uma família; vale salientar que a aliança da foto é predominantemente branca, cor associada à pureza. Conforme Ribeiro (2019, p. 22), “as imagens estáticas ou em movimento fazem parte do que se entende como discursos, isso porque elas também são produzidas estrategicamente com a intenção de ilustrar, sensibilizar, provocar, induzir, e por fim angariar a aceitação popular”. Assim, a referida imagem constrói um discurso que apresenta Bolsonaro como alguém preocupado com a harmonia financeira do trabalhador brasileiro e sua respectiva família.

Outro fator a ser explicitado referente à Fotografia 4 é o plano de fundo onde o protagonista se encontra. No caso de Lula (na Fotografia 1), o fundo

predominantemente preto acentua o “peso” da matéria; já na Fotografia 4 do Jornal do Brasil (2018) os elementos que a compõem tornam exequível uma interpretação destoante do que foi interpretado na Fotografia 1 (Lula). Mesmo que o fundo também esteja marcado pela proeminência do preto e das demais tonalidades escuras, o nível de desfoque aplicado proporciona poucos detalhes narrativos marcantes, limitando-se a objetos frequentes em escritórios, o que agrega seriedade à postura de Bolsonaro. Conforme Pereira (2011, p. 93), “Austeridade é despojamento, comedimento, ordem e rigor, de onde o preto adquire o sentido de moralidade; a austeridade é igualmente sobriedade [...]”.

Para ampliar o contexto dessa construção discursiva acerca de Jair Bolsonaro analisamos mais uma fotografia do Portal Terra (2018), vinculada a uma matéria que discorre acerca de algumas medidas que o candidato poderá estabelecer, se eleito.

Fotografia 5: Bolsonaro no Portal Terra e Paleta de cores



Fonte: Portal Terra, 8/6/2018 (construção da paleta de cores realizada pelos autores do artigo).

A contextualização da referida matéria se destaca a partir do título, que explicita: “Bolsonaro cortará ministérios pela metade se for eleito”. O uso do futuro do presente (cortará) indica primeiramente uma ação que o sujeito irá efetuar, enquanto o uso da conjunção (se) acresce a condição do candidato precisar ser eleito. Dessa forma, a ordem na qual o enunciado foi construído enfatiza a medida, mas, caso o(a) leitor(a) não leia o enunciado completo, poderá ser levado(a) a um lapso de interpretação de modo a enxergar Bolsonaro já como Presidente da República anunciando medidas a serem adotadas por ele. No que se refere especificamente à fotografia, que é nosso foco de análise, é relevante observar que o enquadramento escolhido (primeiríssimo plano) enfatiza a expressão preocupada do candidato, sobretudo por sua mão colocada junto à cabeça. Além disso, as cores claras aparecem de modo bastante evidente.

Entre os detalhes observados, as mangas do terno apresentam coloração consideravelmente mais escura que o restante da roupa, enquanto a sua mão é relativamente mais clara que o rosto; da mesma forma, a aliança aparece em uma coloração diferente da Fotografia 4, sendo agora amarela. O contraste de cores opostas chama a atenção do(a) leitor(a), podendo reforçar a dramaticidade da ação. “As imagens são carregadas de simbolismos, valores culturais sentimentos, e não podem ser vistas ou pensadas apenas como uma representação visual, mas sim como uma representação conceitual (RIBEIRO, 2019, p. 23).

Assim, a diferença de cores entre o rosto e a mão de Bolsonaro, em somatório com o terno e a manga podem causar a impressão de que as ações propostas por Bolsonaro visam proteger o papel da família no Brasil, o que é reforçado pela coloração amarela da aliança, uma cor associada afetivamente à esperança.

Podemos inferir que a utilização predominantemente da cor clara na Fotografia 5 pode associar a figura de Bolsonaro à leveza e demais valores positivos que acerquem a construção da sua imagem pública. Para os ocidentais, o branco simboliza a vida e o bem (FARINA, 1982). Afetivamente está associado à pureza de pensamento e traz a sensação de limpeza, harmonia da alma, sendo, portanto, frequentemente correlacionado à imagem do divino. Para Pereira (2011, p. 98): “Assim como o preto, o branco como referência para a percepção de claridade, transfere significados para outras cores”. Ela afirma ainda que o branco remete à pureza não apenas no sentido de limpeza física exterior, mas também no sentido de limpeza interior, da inocência e da integridade.

Este cenário que acabamos de ver nos faz concordar com Ribeiro (2019), para quem, em função do desgaste das frentes partidárias, o traçado histórico da comunicação no campo da política conduz as campanhas eleitorais através da construção da imagem dos atores políticos.

Considerações finais

Jair Messias Bolsonaro foi militar do Exército Brasileiro (1977-1988), havendo ingressado na reserva com a patente de capitão. No mesmo ano em que ingressou na reserva elegeu-se vereador da cidade do Rio de Janeiro pelo Partido Democrata Cristão (PDC), extinto cinco anos depois. Eleito deputado federal desde 1990, pelo Partido Progressista (PP), Bolsonaro ocupou esse cargo até o ano de 2018, quando elegeu-se

Presidente da República Federativa do Brasil, pelo Partido Social Liberal (PSL)⁵.

O protagonismo de Bolsonaro no cenário nacional foi construído a partir de suas visões e atuações conservadoras, a exemplo da defesa da ditadura civil-militar; e da crítica às políticas afirmativas reivindicadas pelo movimento negro nacional. Bolsonaro mostra-se também machista, favorável à pena de morte⁶, homofóbico e contrário a todos os direitos reivindicados pela comunidade LGBT. Se coloca enquanto defensor do que ele e seu grupo de apoiadores chamam de “valores da família”.

A política está diretamente ligada às relações de poder estabelecidas socialmente; e estas são designadas a partir dos lugares, dos papéis e dos discursos (CHARAUDEAU, 2005). Neste contexto, os meios de comunicação exercem papel fundamental, uma vez que se constituem em um dos principais (se não o principal) agentes de mediação de discursos na contemporaneidade.

No atual contexto do ciberjornalismo, as imagens adquirem uma função mais dinâmica e, em alguns casos, dispensam o texto verbal e contam suas próprias histórias, o que nos faz salientar a importância de uma reflexão sobre o novo *status* que essa linguagem alcança (HENN; SALLET, 2012). E conforme pudemos observar através deste trabalho, os recursos imagéticos foram apresentados não apenas como simples complementos; pelo contrário, foram postos como os próprios discursos dos respectivos meios de comunicação, que posicionam o candidato Bolsonaro a partir de uma perspectiva positiva, e que de certa forma ajudaram a corroborar o *ethos* que o próprio político desejava construir.

Nossas análises salientam quão importante pode ser a compreensão da paleta de cores, especialmente os destaques conferidos ao preto e ao branco, que se configuraram como relevantes para a construção e fundamentação dos discursos ali dispostos acerca do político conservador. As imagens que integraram nosso *corpus* mostram Bolsonaro como o candidato imbuído de valores como austeridade, firmeza, proteção, respeito à família, atributos ligados diretamente às cores preta e branca, as quais se fazem presentes de forma majoritária nas fotografias de ambos os veículos de comunicação aqui analisadas. Isso nos leva a afirmar como imprescindível a compreensão da psicodinâmica das cores em uma composição enunciativa, posto que cor é, também,

⁵ O político atualmente encontra-se sem partido.

⁶Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2014/02/14/politica/1392402426_093148.html>. Acesso em: 31 jul. 2018.

discurso; e se configura, portanto, como um dos recursos que podem ser utilizados na produção de efeitos ideológicos.

Referências

ALMEIDA, P. P.; ZAMITH, F. O ciberjornalismo à luz da complexidade do informacionalismo. **Revista Diapositiva**, nº 1, vol 4, 2015, p. 35-48. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/issue/view/759/showToc>>..

Acesso em: 12 jun. 2018.

CHARRADEAU, P. Discurso político. Trad. Fabiana Komesu e Dilson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2006.

FARINA, M.. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. Editora: Edgard Blucher. 6º Edição, 2011.

HENN, R.; SALLET, B. Novas narrativas fotográficas no ciberjornalismo: o acontecimento no campo do sensível. **Revista Eco-Pós**, v.15, p. 92 - 112, 2012.

JORNAL DO BRASIL . **Paraná pesquisas**. Lula lidera intenções de voto, seguido por Bolsonaro. Disponível em: <www.jb.com.br/pais/noticias/2018/05/03/parana-pesquisas-lula-lidera-intencoes-de-voto-seguido-por-bolsonaro>. Acesso em: 12 jun. 2018.

JORNAL DO BRASIL. **Para Bolsonaro é melhor menos direitos trabalhistas que perder o emprego**. Disponível em: <www.jb.com.br/pais/noticias/2018/05/21/para-bolsonaro-e-melhor-menos-direitos-trabalhistas-que-perder-o-emprego/>. Acesso em: 12 jun. 2018.

MIGUEL, L. F. 11. Mito Político./ In: RUBIM, A. A. C.. **Comunicação e Política: Conceitos e abordagens**. Salvador – BA: EdUFBA, 2004.

PEDROSA, I. **Da cor à cor inexistente**. Rio de Janeiro: L. Christiano, 1995.

PEREIRA, L. F. O adiantado do minuto: a internet e os novos rumos do jornalismo. **BOCC-Biblioteca Online de Ciências da Comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-luis-novos-rumos-do-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

PEREIRA, C, P. de A. **A cor como espelho da sociedade e da cultura: um estudo do sistema cromático e do design de embalagens de alimentos**. Tese de Doutorado. FAU/USP: São Paulo, 2011.

RIBEIRO, A. D. **Análise argumentativa persuasiva: uma proposta teórico-metodológica de campanhas eleitorais no Instagram**. In: POZOBON, Rejane de O.; DAVID, Carolina S. de; RODRIGUES, Cristiano M. (Org.). *Métodos e técnicas para pesquisas em comunicação política*, p. 11-35, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufsm.br/handle/1/19564>>.

Acesso em: 14 mar. 2020.

RODRIGUES, V. **Poder e [IM]Potência da mídia:** a alegria dos homens tristes. FILHO, C. de B. *Comunicação na pólis: ensaios sobre mídia e política*. Petrópolis - Vozes, p. 219-224, 2002.

RUBIM, A. A. **Novas configurações das eleições no Brasil contemporâneo**. Campinas: Opinião Pública, vol.7 n.º.2, 2001.

SANTOS, A. C. **Realidade e representação:** o discurso visual no fotojornalismo. I Colóquio Internacional Discurso e Mídia, Salvador, 2009.

SILVEIRA, S. C. Para além do jornalismo móvel: o desenvolvimento do conceito de jornalismo ubíquo. Disponível em:
<<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/880/528>>. Acesso em: 25 jul.2018.

TERRA, Portal. **Bolsonaro cortará ministérios pela metade se for eleito**. Disponível em: <www.terra.com.br/noticias/brasil/se-eleito-bolsonaro-cortara-ministerios-pela-metade-e-defendera-estado-menor-diz-coordenador,327fc816289f5d9a296cdf107bc8416fvndclk39.html>. Acesso em: 10 jun. 2018

TERRA, Portal. **Portal Terra e como tudo começou**. Disponível em: <tecnologia.terra.com.br/internet10anos/interna/0, OI542329-EI5029,00.html>. Acesso em: 1 jun. 2018.

TERRA, Portal. **Bolsonaro cortará ministérios pela metade se for eleito**. Disponível em: <www.terra.com.br/noticias/brasil/se-eleito-bolsonaro-cortara-ministerios-pela-metade-e-defendera-estado-menor-diz-coordenador,327fc816289f5d9a296cdf107bc8416fvndclk39.html>. Acesso em: 10 jun. 2018.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Petrópolis: Ed. Vozes, 2012.

WITTER, G. P.; RAMOS, O. A influência das cores na motivação para leitura das obras de literatura infantil. **Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional (ABRAPEE)**. Volume 12 n., 1, p. 37-50, 2008.