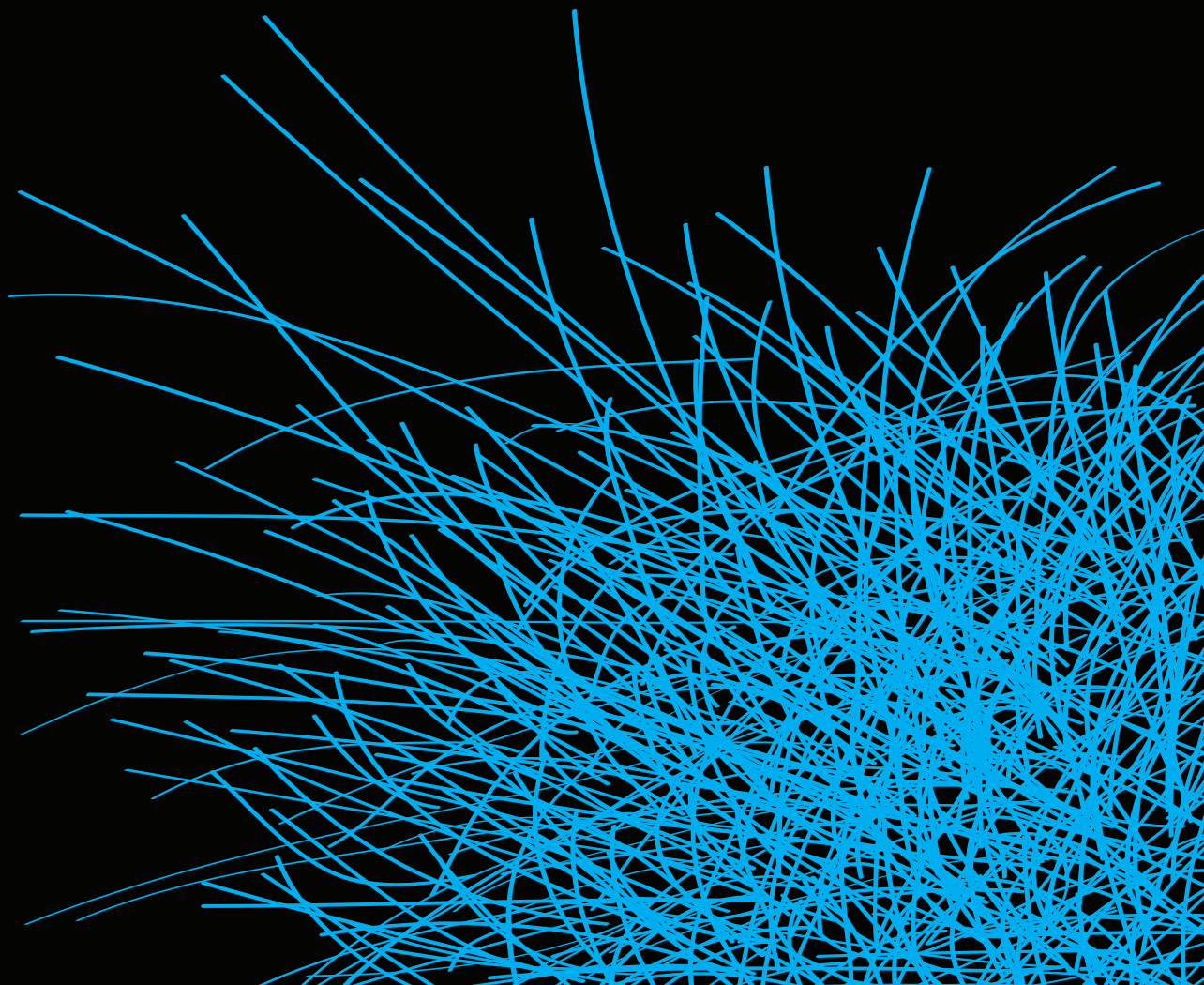


Aurora.

revista de arte, mídia e política

ISSN 1982-6672 - São Paulo, v.6, n.17, jun.-set. 2013

Abrangência(s)



Conselho Editorial

Ana Amélia da Silva (PUC-SP)
Celso Fernando Favaretto (USP)
Fernando Antonio de Azevedo (Universidade Federal de São Carlos)
Gabriel Cohn (USP)
José Luis Dader García (Universidad Complutense)
Laurindo Lalo Leal (USP)
Maria do Socorro Braga (Universidade Federal de São Carlos)
Maria Izilda Santos de Matos (PUC-SP)
Miguel Wady Chaia (PUC-SP)
Raquel Meneguelo (UNICAMP)
Regina Silveira
Silvana Maria Correa Tótora (PUC-SP)
Yvone Dias Avelino (PUC-SP)
Venício Artur de Lima (UnB)
Vera Lucia Michalany Chaia (PUC-SP)
Victor Sampedro Blanco (Universidad Rey Juan Carlos)

Editores

Rafael de Paula Aguiar Araujo, PUCSP, Brasil
Rodrigo Estramanho de Almeida, FESPSP, Brasil

Comitê Editorial

Silvana Gobbi Martinho, PUCsp, Brasil
Marcelo Burgos Pimentel dos Santos, PUC-SP
Bruno Carriço Reis, Universidade de Cabo Verde, Cabo Verde
Eduardo Luiz Viveiros de Freitas, Panamericana Faculdade de Arte e Design;
Estácio-Uniradial SP, Brasil
Claudio Luis de Camargo Penteado, UFABC, Brasil
Miguel Wady Chaia, PEPG em Ciências Sociais / PUC-SP, Brasil
Rose Rosemary Segurado, PUC-SP, Brasil
Vera Lucia Michalany Chaia, PUC, São Paulo, SP, Brasil
Cristina Maranhão, PUCSP, Brasil
Syntia Alves, PUC-SP, Brasil

Revisão de texto

Mirella Nascimento

Arte e Diagramação

Alessandra Felix de Almeida

Aurora: revista de arte, mídia e política é uma publicação do NEAMP - Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)



Este trabalho está licenciado sob uma Licença Creative Commons Attribution 3.0.

Aurora

revista de arte, mídia e política

ISSN 1982-6672 - São Paulo, v.6, n.17, jun.-set. 2013

Abrangência(s)

Sumário

Nota dos Editores 3-4

Artigos

Estado de bem-estar social ou barbárie 5-15

Roseli Martins Coelho

Pluralismo democrático e o horário gratuito de propaganda eleitoral 16-31

Rafael Duarte Oliveira Venancio

Ricardo Costa

Jornal impresso e eleições 2012: a campanha eleitoral nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina 32-50

Doacir Gonçalves de Quadros

Romer Mottinha Santos

Mulheres trágicas de Shakespeare: Ofélia, Julieta e Lady Macbeth 51-66

Syntia P. Alves

Miró: expressão política entre as linhas e as formas condensadas das cores 67-77

Luís Fernando Zuletto

Silvia Helena Nogueira

Coluna

Arte, arte indígena e liberdade 78-84

Dorothea Voegeli Passetti

A *Revista Aurora* apresenta seu décimo sétimo número, *Abrangências*, propondo uma ampliação do debate político em suas distintas perspectivas. A professora Roseli Martins Coelho, da Escola de Sociologia e Política de São Paulo, a partir de artigo escrito por um jornalista americano que analisa a Noruega e seu *welfare state*, recupera uma pesquisa da Universidade de *Harvard* apresentando pontos críticos do sistema social americano e, com isso, evidencia contradições no próprio debate sobre o estado de bem-estar social. A estratégia, por fim, permite uma reflexão sobre as políticas públicas no Brasil. Se uma matéria de jornal serve de ponto de partida para uma análise mais ampla sobre as diferentes políticas sociais brasileiras, o artigo de Rafael Duarte Oliveira Venâncio e Ricardo Costa contribui para o debate sobre o pluralismo democrático a partir do horário gratuito de propaganda eleitoral. No texto é possível acompanhar a reflexão sobre a importância da qualificação da normatividade desse produto publicitário, elemento central do marketing político.

3

O artigo de Doacir Gonçalves de Quadros e Romer Mottinha Santos, *Jornal impresso e eleições 2012: a campanha eleitoral nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina*, apresenta os resultados de pesquisa realizada sobre a cobertura do pleito municipal de Londrina de 2012. A cobertura eleitoral já foi tema de dossiê da *Aurora* em outros momentos. Trata-se de um tema tradicional que circunda a política e a mídia e é sempre revisitado.

Os três artigos iniciais oferecem ao leitor exemplos da abrangência da relação entre a mídia e a política. A partir de casos concretos que envolvem a comunicação é possível dar forma a desdobramentos da política em suas diferentes perspectivas.

Os artigos seguintes, *Mulheres trágicas de Shakespeare: Ofélia, Julieta e Lady Macbeth*, de Syntia Alves, e *Miró: expressão política entre as linhas e as formas condensadas das cores*, de Luis Fernando Zulletti e Silvia Helena Nogueira, contribuem para a abrangência da relação entre a arte e a política. Syntia apresenta uma leitura sobre as tragédias de Shakespeare tomando algumas das suas principais personagens

femininas; enquanto Luis Fernando e Silvia Helena fazem uma análise do artista plástico Miró propondo um interessante olhar para a arte e a relação com o contexto em que está inserida. O número termina com a coluna de Dorothea Voegeli Passetti: *Arte, arte indígena e liberdade*. O texto de Dorothea evidencia a abrangência da arte, capaz de relacionar a cultura e a política e situá-la como exercício da liberdade.

Este número também traz aperfeiçoamentos no projeto gráfico, que esperamos ser do agrado dos leitores. A *Aurora* procura, desde o seu início, oferecer uma contribuição para o debate que tangencia a arte, a mídia e a política. O tema é estratégico, porque possibilita cercar a condição humana e as formas de organização sociais de diferentes maneiras. O presente número foi editado com o intuito de evidenciar essas abrangências.

São Paulo, junho de 2013

Os editores

Estado de bem-estar social ou barbárie

Roseli Martins Coelho¹

Resumo: O artigo comenta as diatribes de um jornalista conservador americano contra a Noruega, mais especificamente contra o *welfare state* escandinavo. Para mostrar o lado oposto, é analisada uma pesquisa da Universidade de Harvard que revela que 1,5 milhão de americanos que apresentaram pedidos formais de falência foram obrigados a tomar essa atitude devido a problemas graves de saúde ou acidentes incapacitantes que geraram dívidas incontornáveis. Esses comentários e análises levaram a considerações sobre o estado de bem-estar europeu e sobre o sistema brasileiro de políticas públicas, particularmente aquelas da área da saúde.

Palavras-chave: Estado de bem-estar social; Ideologia conservadora; Políticas públicas.

¹ Roseli Martins Coelho é Doutora em Filosofia Política pela USP e professora da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo.

Abstract: The article comments the strong attacks of a reactionary American journalist to the Norwegian people, specifically against the Norwegian welfare state. To show the other side, it is analysed a research made by Harvard University informing that 1.5 million Americans who filed for personal bankruptcy made so due to serious health problems or accidents that generated medical debts beyond family incomes. These notes and analysis inspired comments about the European welfare state and about the Brazilian public health.

Keywords: Welfare state; Conservative ideology; Public policies.

Muitos concordam que o capitalismo pode ser irritante porque o mercado não é justo. Mas é a lógica do sistema, afirma o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. O instrumento para evitar que o “capitalismo arrase tudo” é o Estado, e não o mercado (CARDOSO, 2013). Socialistas e verdadeiros social-democratas dizem o mesmo há mais de um século. Mas correntes ideológicas dedicadas à exaltação da lógica da economia de mercado – e, conseqüentemente, à detração do Estado – entendem que o mercado seria o instrumento de realização da justiça porque premia o esforço e o mérito e pune a falta de empenho no trabalho e a incapacidade de poupar.

O jornal *The New York Times* publicou, há alguns anos, um artigo de um jornalista americano que vive na Noruega, Bruce Bawer, que pode ser traduzido como “Vamos ao que interessa: nós somos ricos, vocês não são. Fim de papo”. O “nós” são os Estados Unidos, e o “vocês” são os noruegueses, mais especificamente, e os escandinavos, de modo geral (BAWER, 2005). O objetivo do artigo é ridicularizar os noruegueses que, segundo Bawer, se consideram um povo rico. Na verdade, diz o jornalista, eles seriam pobres, e para ilustrar sua diatribe contra os noruegueses, Bruce Bawer menciona diversas evidências como sinais externos de penúria social:

- as livrarias de Oslo estão desatualizadas;
- as piscinas públicas carecem de manutenção;
- há falta de policiais e de material escolar;
- falta remédio para tosse em um pronto-socorro da capital;
- falta metadona para distribuir para viciados que “encham o centro de Oslo”;
- noruegueses utilizam eletrodomésticos e móveis velhos;
- os carros em circulação são velhos como carroças;
- uma pequena dose de gim custa US\$ 10 na Noruega, enquanto na Espanha um copão de gim é uma bagatela;
- um garoto norueguês ficou boquiaberto com os carros no estacionamento do Newark Airport;
- na Noruega, professores trazem lanches de casa, enquanto que em Nova Iorque trabalhadores frequentam “délis” e “brasseries” onde comem quiches acompanhados de taças de vinho.

Além desses exemplos, o jornalista cita dados quantitativos para

evidenciar a superioridade americana face aos nórdicos no que diz respeito à capacidade de consumo. Na verdade, acrescenta ele, levando-se em conta o custo de vida, “os escandinavos são o povo mais pobre da Europa Ocidental”. Os números do artigo do jornalista americano são extraídos de um artigo da Timbro, organização que se apresenta, em seu site, como “think tank de empresas suecas de defesa do mercado”. A Timbro, por sua vez, colocou na internet um texto de 48 páginas, intitulado “União Europeia versus Estados Unidos” (BERGSTROM e GIDEHAG, 2004) para mostrar que, em matéria de riqueza, os americanos estão por cima: maior produto interno bruto, maior renda “per capita”, maior poder de compra, maior crescimento econômico etc. Segundo a Timbro, se a União Europeia fosse um estado americano, ela teria renda individual inferior àquelas verificadas em 45 dos estados americanos.

A essas alturas, cabe comparar as bravatas retóricas do artigo de Bruce Bawer com as condições materiais de indivíduos e famílias americanas que enfrentam doenças graves. A revista americana *Health Affairs* publicou uma pesquisa interdisciplinar realizada pela Universidade de Harvard (de autoria de David HIMMELSTEIN, Elizabeth WARREN, Debora THORME e Steffie WOOLHANDLER) que revela que, das quase 1,5 milhão de famílias que apresentaram pedidos formais de falência em 2001, 50% delas tomaram essa decisão porque um membro do grupo familiar esteve em situação de doença grave ou foi vítima de acidente incapacitante. É preciso destacar o caráter inusitado da pesquisa feita pela Harvard University, uma vez que em outros estudos publicados nos Estados Unidos as falências motivadas por despesas com médicos, hospitais e compra de medicamentos não eram identificadas como tais. Valores decorrentes de emergências médicas eram escondidos sob classificações como “pagamento de cartão de crédito” ou “mensalidades de hipotecas da casa”. Uma vez identificados adequadamente os reais motivos por trás dos pedidos de falência, foi possível avaliar a gravidade da situação de alguns milhões de famílias americanas. Devido aos gastos provocados por situações excepcionais, essas famílias foram submetidas a diversos constrangimentos que pioraram os momentos de desespero, como

- demissão do emprego;
- cancelamento dos planos de saúde e, como consequência, perda de acesso a médicos e hospitais;

- recebimento de inúmeras cobranças agressivas de médicos e hospitais;
- impossibilidade de comprar remédios e de manter tratamento de fisioterapia;
- cancelamento de seus telefones residenciais;
- perda do imóvel de residência;
- necessidade de hipotecar suas moradias pela segunda ou terceira vez.

Dos cidadãos americanos que preencheram pedidos formais de falência em 2001, a maioria deles (aproximadamente 70%) optou pela alternativa que permite suspender suas dívidas mas que exige a liquidação de seus bens, deixando-os apenas com “instrumentos de trabalho, roupas e bíblias”, e com o reembolso de parcelas já pagas de hipotecas de suas casas. Porém, o reconhecimento formal da condição de inadimplente não é uma solução para os problemas, uma vez que o cidadão americano falido, entre outros constrangimentos, continuará obrigado a pagar hipotecas, financiamento de automóveis, taxas e impostos públicos, pensão alimentícia, financiamento de cursos universitários, entre outras obrigações. Além disso, terá seu nome incluído num cadastro nacional de inadimplentes, e por constar de uma lista pública de falidos, terá menos chances de conseguir um emprego, pagará mais caro por seguro de automóvel e pelas prestações de hipotecas.

Um dos dados mais interessantes da pesquisa da Universidade de Harvard diz respeito à inserção social e à caracterização dos indivíduos que recorreram à falência oficial: a maioria deles, “por educação e por ocupação”, pertence à classe média, não são minorias e sim “americanos demograficamente típicos”. Uma explicação para a predominância de brancos de classe média entre os requerentes de pedidos de falência, explicam os autores da pesquisa, é que “os cronicamente pobres têm menos chances de contrair dívidas, têm menos bens, como moradias próprias, e (portanto) não têm acesso aos recursos legais necessários para obter reabilitações financeiras complexas”. A maioria (75%) dos inadimplentes por motivos de doenças ou acidentes graves tinha planos de saúde no início do processo, mas perdeu a cobertura ao longo da luta contra a enfermidade ou na reabilitação depois do acidente. Entretanto, mesmo famílias que mantiveram seus planos de saúde, ao final do processo estavam economicamente arruinadas

devido às enormes dívidas com médicos e hospitais.

Os autores da pesquisa acreditam que o cadastro geral dos formalmente falidos não é uma fonte totalmente confiável quando se trata de estabelecer as falências causadas por doenças e acidentes. Isso porque “muitas dessas pessoas estão doentes demais, fracas demais ou desmoralizadas demais para ir atrás da falência formal”. Ainda assim, dados oficiais mostram que entre 1981 e 2001 triplicaram os pedidos formais de falência por causas médicas. Evidências apontam na direção de crescimento ainda maior nos anos subsequentes. Nos Estados Unidos, existem milhares de pessoas “exauridas emocionalmente e financeiramente (que) anseiam pelo fim de cobranças e rezam para salvar suas casas”. Uma providência que deveria ser tomada, segundo os coordenadores da pesquisa de Harvard, seria adotar o modelo utilizado no Canadá e na União Europeia, que determina a completa separação entre seguro-saúde e vínculos de emprego. Não por acaso, no Canadá é baixa a taxa de falências por motivo de doença ou acidentes graves.

Como o jornalista americano, para ilustrar seus argumentos sobre a suposta pobreza social dos noruegueses, citou o exemplo humilhante, segundo ele, de uma professora que traz de casa sanduíche embrulhado em papel marrom impermeável, cabe aqui evocar uma outra professora. Desta vez, uma americana mencionada no relatório de Harvard, que sofreu um ataque do coração e ficou impossibilitada de voltar ao trabalho por vários meses. Como consequência do afastamento do trabalho, ela perdeu o seguro-saúde. Ainda que o hospital tenha cancelado a dívida de US\$ 20 mil, isso não impediu a falência da professora americana, porque ela teve que pagar as contas dos médicos e os medicamentos.

10

Ótimo quando tudo vai bem

Se estivesse escrevendo seu artigo contra os noruegueses nos dias atuais, o jornalista americano seria obrigado a registrar o crescimento econômico dos países escandinavos dos últimos anos, particularmente o espetacular sucesso do pré-sal da Noruega (THE ECONOMIST). Mas nada disso seria um fator impeditivo, porque as investidas de Bruce Bawer não são contra a Noruega.

Trata-se, na verdade, de um ataque contra um modelo superior de economia capitalista, expresso no *welfare state*, baseado no arranjo político-econômico apontado como o responsável pelo mais alto padrão de vida já experimentado pela classe trabalhadora da Escandinávia ou de qualquer outra região da Europa (ESPING-ANDERSEN, 1991). Porém, gastos sociais são vistos por agentes políticos conservadores como obstáculos ao pleno desenvolvimento da economia de mercado e até mesmo como causadores de crises econômicas. Ainda que a mais recente crise do capitalismo, que começou com o subprime nos Estados Unidos e que persiste cinco anos depois, sobretudo na Europa, tenha deixado claro que despesas estatais com saúde, educação etc. não são causadoras de crises financeiras.

Contudo, é preciso reconhecer que a reputação do *welfare state* europeu – assim como ocorreu com outras versões de estado de bem-estar social – passou a sofrer também as consequências das crises endógenas do próprio sistema, como as verificadas nos anos 1990. Levantamentos estatísticos e análises qualitativas revelaram que transformações das sociedades contemporâneas, como o envelhecimento das populações, tornaram-se o grande desafio do *welfare state*. Paralelamente, os países europeus passaram a conviver com taxas de desemprego mais altas do que aquelas que prevaleciam nas décadas anteriores. Ou seja, mais trabalhadores sacam recursos do sistema, enquanto diminui, do outro lado, o número de trabalhadores que antes contribuía para a sustentação do estado de bem-estar social (OFFE, 1984).

Slavoy Zizek vê a Europa como o último baluarte da civilização ocidental, enquanto a sociedade americana representaria a pós-modernidade, no fundo a barbárie, porque nunca conseguiu alcançar padrões europeus de igualdade social (ZIZEK, 2008). São inúmeras as explicações para a inexistência, nos Estados Unidos, de um estado de bem-estar social completo e eficiente como se vê na Europa. Mas políticas sociais importantes para os segmentos populacionais mais frágeis permanecem na sociedade americana, a despeito de investidas vigorosas das forças conservadoras contra tudo aquilo que classificam como “socialismo”, como transferências em dinheiro para mães solteiras sem recursos.

Num instigante texto, Sigmund Bauman pergunta-se sobre o individualismo de nossos tempos e sobre a decrescente importância da solidariedade nas sociedades contemporâneas. A solidariedade, acredita Bauman, seria um dos pilares do estado de bem-estar social (BAUMAN, 2008). E, de fato, aos olhos de

||

muitos a sociedade americana expressa a essência do capitalismo propriamente dito, enquanto a engenharia social característica dos países da Europa Ocidental poderia ser classificada como “capitalismo humanizado”, ou, ainda, “Estado social”.

Os estragos provocados em vidas já fragilizadas pela ganância desmedida das grandes empresas que vendem planos de saúde já foram abordados pelo cineasta americano Michael Moore no filme *Sicko*. Apesar da chave excessivamente dramática em alguns momentos, ou desnecessariamente humorística em outros, o filme cumpre seu objetivo de mostrar a que ponto pode chegar o sofrimento de famílias e indivíduos quando o atendimento médico é pautado pela lógica do mercado. Além disso, *Sicko* traz um bônus extra que é o convite à reflexão sobre as soluções adotadas pelas sociedades europeias na questão da saúde de suas populações. Assim como os Estados Unidos, França e Inglaterra são igualmente capitalistas, no entanto a desumanização do atendimento médico do primeiro não se verifica nos países europeus. A explicação, evidentemente, está no *welfare state* que, do ponto de vista dos interesses das classes trabalhadores nacionais, é o fator mais revelante da história política da Europa Ocidental.

O *welfare state* tem sido objeto de reflexão dos mais importantes pensadores do século XX. E não poderia ser diferente, uma vez que marcou de forma indelével o capitalismo desde o final da Segunda Guerra Mundial. Um perspicaz estudioso do tema, o sociólogo alemão Claus Offe afirma que o estado de bem-estar social tem como principal objetivo “cobrir riscos e incertezas aos quais estão expostos os trabalhadores assalariados e suas famílias na sociedade capitalista” (OFFE, 1984). Esse é o ponto principal – riscos e incertezas – que deveria interessar a todos sem exceção, até mesmo àqueles que se opuseram às reformas do sistema americano de atendimento médico propostas por Obama, as quais foram apenas parcialmente adotadas. Talvez os integrantes da classe trabalhadora americana que combateram as propostas de Obama tenham se perguntado “se tudo está bem, para que saúde pública?”. A pergunta é absurda, pois a realidade americana na área da saúde pública não deixa dúvidas: num sistema de saúde privatizado, cada integrante da classe trabalhadora está permanentemente fragilizado, uma vez que não tem como saber se uma emergência médica complexa vai ocorrer agora ou mais tarde. Mesmo detentores de pequenas fortunas podem acabar na inadimplência quando, na busca da superação dos problemas de saúde, esgotam

seus patrimônios recorrendo aos recentes avanços da medicina. Avanços que, como sabemos, são restritos àqueles que têm dinheiro.

O ponto a ser aqui destacado é que, desde o desaparecimento do socialismo real, as forças conservadoras de todos os países concentraram suas críticas no estado do bem-estar europeu. Sem esquecer, entretanto, de investir também contra modelos incompletos de *welfare state* como aqueles existentes em países como o Brasil. Evidentemente, nenhuma figura pública, político ou empresário, ataca diretamente os serviços que compõem o estado de bem-estar brasileiro, limitando-se a criticar os gastos governamentais de um modo geral. Embora não hesitem em criticar abertamente as leis trabalhistas que, segundo eles, impedem a “flexibilização” das relações de trabalho, e em afirmar que o Brasil está perdendo, frente a outros países, competitividade porque os “custos dos salários” estão excessivamente altos (MENDONÇA DE BARROS, 2013). A realidade é que estudiosos das políticas públicas brasileiras têm apontado a insuficiência de investimentos em serviços essenciais. A deterioração da escola pública no Brasil, por exemplo, foi causada por diversos fatores, entre eles o afastamento da classe média tradicional que passou a enviar seus filhos para escolas particulares à medida em que pioravam as condições do ensino público. O que acentuou a degeneração da escola pública que – com as exceções heroicas mostradas periodicamente pela imprensa – passou a ser cada vez mais “escola de pobres”, com dias sem aulas que chegam a 20% do período letivo.

Porém, é sobretudo na área da saúde que estão os problemas mais contundentes do estado de bem-estar brasileiro. O que é um paradoxo, porque nosso sistema de saúde pública pode ser classificado como regular, ou mesmo bom, quando se leva em consideração as dimensões do país, a população total e a universalização do atendimento. E considerando, igualmente, a cobertura financeira insuficiente para despesas com saúde e com aposentadorias, já que aproximadamente 50% da força de trabalho está fora do mercado formal de trabalho e, portanto, não contribui para a seguridade social brasileira. Existem, felizmente, centenas de pesquisas científicas e análises de experts que detectam problemas e até apontam soluções para a área da saúde pública. Mas autoridades e gestores brasileiros deveriam ouvir com atenção relatos daqueles que têm contato direto com os serviços públicos de saúde, sejam pacientes ou familiares. Longas ou breves internações em hospitais, atendimentos de emergência,

cirurgias simples ou complexas, serviços sofisticados e de alto custo, quem já se utilizou destes ou de outros serviços públicos de saúde constatou que falta muito pouco para que o sistema seja considerado de primeira. No que diz respeito à cidadania da classe trabalhadora brasileira, a carência de investimentos e de atenção na área da saúde – que torna tão longe o que está tão perto – talvez seja o aspecto mais deplorável dos governos Lula e Dilma. Está se abrindo na sociedade brasileira um enorme espaço para as grandes empresas que vendem planos de saúde e que aumentam seu poder a cada dia. Se nada for feito, os planos de saúde no Brasil – que têm representantes diretos nas agências reguladoras – serão tão poderosos como seus pares americanos, que elegem congressistas e mantêm sem assistência médica uma enorme massa, seus potenciais clientes. Governos classificados como pós-liberais deveriam escolher fortalecer o estado de bem-estar brasileiro.

Referências

BAUMAN, Z. *A sociedade Individualizada*: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAWER, B. Perspective: We're Rich. You're not. *End os Story*. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2005/04/17/weekinreview/17bawer.htm?_r=0> último acesso: abr. 2005.

BERGSTROM, F. e GIDEHAG, R. *EU versus USA*. Disponível em: <<http://timbro.se/en/reports/eu-versus-usa>> último acesso: abr. 2005.

CARDOSO, F.H. Entrevista. *Revista ÉPOCA*.

ESPING-ANDERSEN, G. As três economias políticas do welfare state. *Revista Lua Nova*, n. 24, set., 1991.

HIMMELSTEIN, D., WARREN, D., THORNE, D. *Illness and Injury As Contributors to Bankruptcy*. Disponível em: <<http://content.healthaffairs.org/content/early/2005/02/02/hlthaff.w5.63.citation>> último acesso: abr. 2005.

MENDONÇA DE BARROS, J.R. A indústria em crise. *O Estado de São Paulo*, 12. mai. 2013.

OFFE, C. *Problemas Estruturais do estado capitalista*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

THE ECONOMIST. Disponível em: <<http://www.economist.com/news/leaders/21571136-politicians-both-right-and-left-could-learn-nordic-countries-next-supermodel>> último acesso: fev. 2013.

ZIZEK, S. *Revista PLAUI*. n. 16, 2008.

Pluralismo democrático e o horário gratuito de propaganda eleitoral

Rafael Duarte Oliveira Venancio¹

Ricardo Costa²

Resumo: O presente artigo deseja analisar o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral e suas condições normativas. Utilizando o arcabouço teórico do Pluralismo Democrático, há aqui o debate sobre os elementos de marketing político utilizados nesses produtos publicitários audiovisuais de cunho político. O objetivo é mostrar que, cada vez mais, esse tipo de produto publicitário audiovisual terá mais destaque no jogo político, necessitando maior reflexão normativa.

16

Palavras-chave: Eleições, Comunicação Social, Política, Marketing Político.

¹ Doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É Coordenador e Professor dos cursos de Rádio e TV, Produção Audiovisual e Produção Multimídia do FIAM-FAAM. Também é Professor da Graduação e da Pós-Graduação lato sensu do Centro Universitário Senac.

² Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP, Coordenador do curso de Publicidade e Propaganda do FIAM-FAAM. Pesquisador do Grupo de Pesquisa Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral da UFMG, Coordenador do Núcleo de Pesquisa Mercado do Centro Universitário Ítalo Brasileiro (UNIÍTALO).

Abstract: This paper wants to analyze the *Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral* (Brazilian free electoral advertising time schedule) and its normative conditions. Using the theoretical framework of Democratic Pluralism, there is debate on the elements of political marketing in these audio-visual ads formed by a political nature. The aim is to show that, increasingly, this type of advertising audiovisual product will have more prominence in the political game, requiring more normative reflection.

Keywords: Elections, Media, Politics, Political Marketing.

Definindo Pluralismo Democrático

A definição mais comum de massa para as Ciências Sociais é aquele expresso por Blumer, em que massa “é constituída por um agregado de indivíduos que se encontram separados, desligados, anônimos e, mesmo assim, formando um grupo homogêneo em termos de comportamento da massa, que (...) é espontâneo, inato e elementar” (BLUMER, 1971, p. 178-9). Além disso, esses “indivíduos estão separados uns dos outros e não se conhecem entre si. Este fato significa que o indivíduo situado na massa, ao invés de estar despojado de sua autopercepção, mostra-se pelo contrário bastante apto para desenvolver ainda mais sua autoconsciência” (BLUMER, 1971, p. 179).

É por essa autoconsciência que a massa se distinguiria da multidão, que seria uma turba que, apesar de ser organizada e com vínculos coletivos, era facilmente manipulável por um líder. No entanto, Blumer aceita que a massa pode ser seduzida pelos meios de comunicação e sua linguagem sedutora (BLUMER, 1971, p. 180). Por causa disso que, por muitas vezes, o conceito de massa pode estar colado ao de multidão. O principal exemplo desse movimento, se observarmos com olhos de sociólogo, está no campo da psicanálise com Sigmund Freud e Wilhelm Reich, onde a figura da liderança autoritária-repressora é protagonista, perante uma massa que se vincula a ela.

No entanto, a própria sociologia acredita na perda do debate comunicativo na esfera pública dentro do contexto de uma massa. Isso faz C. Wright Mills (1981, p. 356) separar o público burguês clássico em público e em massa. Para ele, os dois conceitos podem ser “distinguidos mais facilmente pelos seus modos predominantes de comunicação: numa comunidade de públicos, a discussão é o meio de comunicação fundamental, e os veículos de comunicação em massa, quando existem, apenas ampliam e animam a discussão, ligando um *público primário* com as discussões de outro”.

Dessa forma, “numa sociedade de massas, o tipo de comunicação dominante é o veículo formal, e os públicos se tornam apenas simples *mercados desses veículos*: expostos que são ao conteúdo dos veículos de comunicações em massa” (WRIGHT MILLS, 1981, p. 357).

É desse conceito de massa de Wright Mills, que se contrapõe ao de público, que a definição mais comum de massificação irá surgir: massificação é a prática

dos veículos formais de comunicação em busca da construção e manutenção da sociedade de massas, em detrimento de uma comunidade de públicos³.

Em uma reação ao saudosismo fatalista proporcionado pelas teorias que argumentam que a massa é a degradação do público, o Pluralismo Democrático surge enquanto teoria da sociedade pós-industrial, “celebrando o grande escopo da iniciativa humana, do desenvolvimento e da liberdade engendrada pela emergência da industrialização e da tecnologia; a democracia política, ao invés de ser ameaçada por esses processos, é fortalecida com o aumento das bases sociais do pluralismo político”, da ampla participação das massas nos processos sociais (SWINGEWOOD, 1977, p. 19).

Assim, surge uma nova visão da massa representada, principalmente, pelo trabalho de Edward Shils e de David Riesman. Neles, a sociedade de massa é o resultado do pluralismo e da democracia, onde a integração – como definiu Herbert Spencer – não formou Indústria Cultural. Na verdade, a sociedade de massa são agregações de pessoas que participam em um nível maior na vida comum e compreende pessoas cujas atitudes, sentimentos e opiniões têm algo a sustentar às políticas perseguidas por seus governos. Ela é uma criatura da era moderna, da visão do trabalho, da comunicação de massa e de um consenso obtido democraticamente (SWINGEWOOD, 1977, p. 20).

No entanto, a visão dos pluralistas democráticos, apesar de reconhecerem a positividade dessa dimensão da massificação, não é sempre positiva. Edward Shils (1976, p. 20), por exemplo, afirma a necessidade do papel sociopolítico-cultural dos intelectuais, pois “na arte, na religião, em todas as esferas culturais e políticas, a massa dos homens de todas as sociedades conhecidas não se preocuparam, exceto durante interlúdios transitórios, para buscar um contato imediato com os princípios essenciais de suas normas e crenças”, sobrando essa tarefa para a *intelligentsia*.

David Riesman, por sua vez, abarca totalmente a ideia da positividade da cultura de massa, chegando defendê-la em detrimento da Alta Cultura⁴. Aliás,

³ Para outros tipos de massificação, recomendamos a consulta de VENANCIO, 2011.

⁴ Em *A Multidão Solitária*, David Riesman (1971, p. 374) faz o aviso de que a sua “ênfase cabal nos meios de comunicação de massa e nas mercadorias fabricadas pela produção em massa não deveria ser tomada como uma negação implícita da importação das artes mais tradicionais. Entretanto, meu esforço foi dirigido no sentido de suprir o hiato que geralmente se acreditava existir entre a cultura erudita e a cultura de massa. A relação entre cultura erudita e cultura

A Multidão Solitária chega a admitir que “os meios de massa, dentre seus efeitos altamente complexos e ambíguos, ajudam mesmo a escorar o prestígio da esfera política nos Estados Unidos”, sendo mantenedora da democracia, tanto de seus ganhos quanto de suas desigualdades (RIESMAN, 1971, p. 268).

A fama de *A Multidão Solitária* proporcionou um dos poucos momentos de verdadeiro debate acerca do conceito de massificação na Sociologia. Em 1961, na comemoração dos 10 anos da obra, Seymour M. Lipset e Leo Lowenthal organizaram uma coletânea na qual todos os grandes sociólogos⁵ comentavam a massificação nas bases do Pluralismo Democrático.

Comentando os artigos de seus pares, David Riesman (1961, p. 440) reforça suas ideias positivas da massa e rechaça a ideia de fim da humanidade devido ao fim do público: “Se estamos no fim da história humana, alguém pode inventar um novo ‘homem de plástico’ – o *Homo Sociologicus* de Dahrendorf – como muitos escritores de ficção científica e psicologia behaviorista já fizeram para tomar o lugar do homem econômico do século XIX e se livrar do ‘problema do homem’ nas Ciências Sociais”.

Enquanto no Hemisfério Norte o Pluralismo Democrático se desenvolvia, nos anos 1960, em torno da questão do homem nas Ciências Sociais, no chamado Terceiro Mundo o debate estava nas condições de inclusão política das massas pelo chamado Populismo. O maior exemplo aqui é o trabalho de Francisco Weffort (2003, p. 38), que afirma que “o populismo, nas formas espontâneas, é sempre uma forma popular de exaltação de uma pessoa que aparece como a imagem desejada para o Estado”, como se fosse “interpretação legítima em torno dos interesses populares” (WEFFORT, 2003, p. 13).

Dessa forma, de acordo com Weffort, as massas brasileiras no Populismo eram o parceiro imaginário em cujo nome os políticos “agiam” – incluindo-as *de jure* na política –, mas buscando apenas a legitimação do poder pelas massas,

popular parece-me plena de possibilidades e esperanças, apesar do temor, da sofisticação e do anti-intelectualismo que, agora, opera tão amiúde para inibir uma movimentação fácil entre ambas”.

⁵Talcott Parsons, William Kornhauser, Ralf Dahrendorf, Leo Lowenthal, Margaret Mead, Quentin Bell, Norman Birnbaum, Arthur Broadbeck, Seymour Martin Lipset, E. Digby Batzell, Burton R. Clark, David Easton, Nathan Glazer, Robert Gutman, Robert D. Hess, Paul Kecskemeti, Eric Larrabee, Sheldon L. Messinger, Mary E. Moore, Kaspar D. Naegele, John W. Riley Jr., Matilda White Riley, Elaine Grahan Sofer, Winston White, Dennis Wrong e o próprio David Riesman.

deixando-as *de facto* de fora do processo político. O maior representante desse movimento seria Getúlio Vargas.

Ora, a Revolução de 1930 provoca uma mudança na estrutura do poder brasileiro para Weffort, análogo àquela sofrida por outros países latino-americanos. Se antes a manutenção do poder era mantida por acordo internos da elite, agora elas precisavam da participação política do populacho para que uma ou outra facção surgisse enquanto dominante do poder⁶.

É por isso que o Populismo normalmente vem acompanhado de Nacionalismo, pois ele “além de oferecer cobertura à ineficácia prática do Estado, instaura como realidade política o mito de um Estado democrático de todo o povo, como algo independente das diferenciações sociais de classe” (WEFFORT, 2003, p. 64-65). O Populismo Nacionalista iniciado por Getúlio Vargas é, para Francisco Weffort, a primeira massificação brasileira.

No entanto, para Weffort, a massificação brasileira não é igual ao processo europeu, originário da “atomização destes grandes conjuntos sociais, as classes – que, no passado, (...) se caracterizavam por uma forte solidariedade interna e por uma consciência social própria” (WEFFORT, 2003, p. 59). A massificação brasileira foi prematura, por meio da incorporação de indivíduos rurais aos setores urbanos.

Graças a isso, Weffort desenha outra particularidade na massificação brasileira. Dentro das ideias do Pluralismo Democrático, a formação de uma ampla massa urbana aumentaria a consciência política, já que a única possibilidade de participação política dos indivíduos rurais estava na cidade, longe do coronelismo⁷.

Para Francisco Weffort (2003, p. 165), a dupla massas-populismo pode ser explicada pelo fato de que “o processo de formação das classes populares

⁶ Explica Weffort (2003, p. 54): “Nessas condições, aparece na história brasileira um novo personagem: as massas populares urbanas. É a única fonte de legitimidade possível ao novo Estado brasileiro. O mecanismo pelo qual as massas conseguem assumir tal papel histórico revela-se com toda a clareza depois da redemocratização do país. Não obstante, as condições políticas que tornam possível esse mecanismo já estão pronunciadas na crise institucional que se abre em 1930. (...) A Revolução de 30 havia liquidado com o sistema de acesso ao poder pelo recrutamento no interior das famílias e grupos econômicos tradicionais, que vinham possibilitando à oligarquia sua autorrenovação”.

⁷ Explica Francisco Weffort (2003, p. 179): “Nesses países [países europeus e Estados Unidos], a expansão do consumo e das técnicas de manipulação conduziu a uma relativa perda de identidade dos operários como classe, uma diluição de suas tradições de solidariedade social e de

urbanas no Brasil se encontra marcado por um amplo processo de mobilidade social”. Ou seja, até mesmo as elites políticas brasileiras encarnavam o ideal de um sucesso individual – típico de uma sociedade de massas – que poderia ser alcançado por qualquer um⁸.

Isso desembocará nos anos 1950 em uma massa com ares de pequena burguesia, pois, ao levarem Getúlio Vargas mais uma vez ao poder, reafirmam que “reivindicavam um Estado impessoal, mas quando se mostram incapazes de reconhecer sua condição real de classe, só encontram meios de se exprimir pelo carisma, ou seja, pela mais irracional das formas de manifestação política. Jogam toda a sua aspiração de mudança em uma pessoa que imaginam dotada de um poder ilimitado (WEFFORT, 2003, p. 37).

É assim que, no contexto da teoria latino-americana, o Pluralismo Democrático se torna uma faca de dois gumes: ao ampliar a participação política das massas, aumenta o estado massificado delas perante a “elite escolhida”. Pietro Ingrao vê essa mesma tendência na Itália dos anos 1950, no populismo demonstrado pela Democracia Cristã.

Sua posição é de deixar claro, na ampla busca pelo autogoverno das massas, que “a expansão da democracia, a participação das massas na gestão do poder econômico e político, a análise crítica, a justa relação dialética entre a elaboração do partido político e a experiência da classe e das massas não são, portanto, *um luxo*, uma concessão a outros, mas uma necessidade nossa para desenvolver a luta” (INGRAO, 1980, p. 134-135).

Posições similares a essas são vistas em estudos latino-americanos sobre Comunicação Social da mesma época. Antonio Pasquali (1976, p. 440-441), na Venezuela do final dos anos 1970, afirma que “a tarefa primordial de um Estado interventor dos meios de massas em nome do interesse comum, seria a de ir à

consciência comum dos próprios interesses, forjados nos tempos duros das primeiras etapas do desenvolvimento capitalista. E, com esta ‘massificação’ das classes operárias, alguns observam também uma despolitização de seu comportamento. No Brasil, como em outros países latino-americanos, se cabe alguma comparação com os ‘países avançados’, será apenas para marcar as diferenças: (...) se lá as classes parecem perder uma tradição própria e ‘despolitizar-se’, aqui as classes populares ganham politização e se se perde algo é, no caso dos migrantes rurais, a tradição de não participação e da submissão aos grandes proprietários de terra”.

⁸ “Como tentativa para explicar o comportamento populista da classe operária industrial paulista, alguns intelectuais brasileiros dizem por vezes que o operário já realizou, ao migrar do campo para a cidade, uma ‘revolução individual’ no seu estilo de vida, e por esta razão, prefere optar entre alternativas políticas abertas pelo grupo dominante, em vez de interessar-se em realizar ele

conquista geográfica das zonas desprovidas de rádio e televisão, para vinculá-las ao progresso e ao bem-estar das regiões mais favorecidas”.

Nessa linha de raciocínio, que parece comum a muitos outros pensadores latino-americanos de seu tempo, “pode se aceitar uma ‘massificação’ produzida por meios *omnibus*, quando ela significa a elevação de toda uma coletividade para um melhor *standard* de vida possível na ordem econômica, cultural, sanitária etc.” (PASQUALI, 1976, p. 441).

Ecléa Bosi tem uma posição análoga a essa. Para ela, incluir as camadas populares na ordem do aprendizado, fazê-las entrar no patamar de educação de ler e escrever, é fazê-las entrar, com a cultura popular, no âmbito da cultura de massa. Assim, “quem ensina a ler um grupo de analfabetos desencadeia um processo de conhecimento cujo curso não pode controlar, pois se dirige a uma expansão contínua. Daí, a necessidade (...) de uma intervenção ativa das comunidades culturais no campo das comunicações de massa: de colaboração e crítica construtiva” (BOSI, 1973, p. 168-169).

A maior porta teórica aberta pelo Pluralismo Democrático foi positivar a emergência das massas, como uma emergência do popular. Ao mesmo tempo, surgem iniciativas de olhar o ponto de vista do povo nas questões sociopolíticas e culturais conhecida pela ampla alcunha de Estudos Culturais, os mesmos que provocaram a dissolução da utilização do conceito de massificação.

Um dos frutos desse pensamento são iniciativas como aquela que é objeto do presente artigo: o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral veiculado pela televisão. Além de buscar sua definição, há a intenção de avaliarmos o impacto que tal produto publicitário tem na contenda eleitoral e na garantia de direitos políticos. A ideia aqui é mostrar que, cada vez mais, esse tipo de produto publicitário audiovisual terá mais destaque no jogo político, necessitando maior reflexão normativa.

próprio uma ‘segunda’ revolução. Enfim, ele não se encontraria, pelo menos enquanto dures as condições que propiciaram sua formação como classe, entre aqueles que ‘nada têm a perder’” (WEFFORT, 2003, p. 166).

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral

No Brasil, o início do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) na televisão ocorreu a partir da década de 1960, não acarretando um impacto significativo nas eleições, uma vez que não havia aparelhos de televisão em número significativo na sociedade brasileira. A partir de 1964, com a instauração do regime militar, ocorreu a consolidação da infraestrutura nacional de telecomunicações, ainda em um contexto de desvalorização da política nacional. Somente a partir de 1985, com a redemocratização, a propaganda na televisão passou a ser politicamente relevante. Regulamentado a partir de 1962, com o objetivo de estabelecer equilíbrio na disputa eleitoral, assegura a presença de todos os candidatos no rádio e na televisão, independentemente do poder econômico na vida política (PALMEIRA, 2002). As regras, de forma geral, para a distribuição de tempo dado gratuitamente a cada partido estão vinculadas às dimensões de sua bancada parlamentar. Desde 1996, um novo formato foi acrescido à propaganda política: o spot. Trata-se de uma curta inserção, com duração de 30 a 60 segundos, veiculada durante a programação normal da televisão nos intervalos comerciais.

24

O Horário Eleitoral é um momento privilegiado para os partidos, onde o discurso político encontra-se alinhado à lógica partidária e não aos interesses econômicos das emissoras, tanto privadas quanto públicas (PALMEIRA, 2002). Veiga (2001) destaca que o HGPE fornece a liberdade que o voto implica no direito do cidadão à informação isenta, independentemente dos critérios políticos e econômicos. Miguel (2004), no mesmo sentido, aponta que o HGPE é uma importante ferramenta de democratização, pois reduz a influência do dinheiro, uma vez que o espaço é gratuito para os partidos, cabendo ao Estado ressarcir os veículos por meio de renúncia fiscal. Outra medida positiva fica por conta da redução de influência da mídia, pois garante um espaço de controle exclusivo do partido, permitindo ao candidato apresentar suas ideias da forma que julgue mais adequadas na formação da opinião pública.

As novas configurações pelas campanhas eleitorais majoritárias após a redemocratização e especialmente depois do pleito presidencial de 1989 (centrada basicamente na TV, nas pesquisas de opinião e no marketing eleitoral) produzem fortes incentivos à comunicação direta do candidato com o

eleitor. Nesse processo, deve-se enfatizar o papel peculiar e paradoxal exercido pelo Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Ao mesmo tempo em que democratiza a campanha eleitoral à medida que possibilita o acesso gratuito de todos os candidatos à TV e ao rádio (...) (AZEVEDO, 2001, p. 6).

Assim, o espaço ocupado pelos partidos durante as campanhas na televisão e no rádio tornou-se o palco principal das disputas durante o horário gratuito de propaganda eleitoral. Principalmente pela legislação vigente a partir de 2006, onde o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) proibiu a realização de eventos para os candidatos, como a realização de “showmícios”, o uso de propaganda promocional em bonés, camisetas e brindes, além de propaganda em espaços públicos como outdoors, busdoor etc. Desta forma, o HGPE tornou-se o centro principal da disputa eleitoral como o meio de comunicação direta com o eleitorado (MACHADO, 2009).

Entretanto, o HGPE não agrada a todos. Como destaca Figueiredo (2004, p. 50), a maioria da população prefere outros programas à propaganda política, porém, o autor ressalta a importância desse canal de comunicação como principal vitrine entre o político e o candidato. “É através dele que o eleitorado começa a acompanhar a eleição, verifica o desempenho do candidato e vivência o clima da disputa: troca acusações, apresentações de projetos, realizações e jingles etc.”. Dessa forma, é nesse momento que a equipe de comunicação do candidato deve descobrir como fazer com que a propaganda eleitoral veiculada na televisão possa se tornar atraente para o telespectador.

Dentro das muitas possibilidades existentes nessa programação, Dias observa dois desafios aos partidos políticos durante o HGPE. O primeiro é que, por ser introduzido na programação, diferentemente dos intervalos comerciais, podem ser percebidos pelos telespectadores como uma interrupção na programação normal, percepção que pode ser reforçada com a chamada de “propaganda obrigatória”. Assim, cabe ao “staff” da campanha descobrir soluções criativas para contornar esse problema, sem gerar uma percepção negativa no telespectador quanto à ruptura em sua programação. O segundo ponto fica por conta do desafio temporal, uma vez que a ordem de apresentação da propaganda é predefinida pela Justiça Eleitoral. Dessa forma, deve ser

apresentada incorporando as propostas dos adversários e os temas debatidos pela mídia, evoluindo de acordo com a proximidade da eleição. Vale ainda lembrar que as eleições no Brasil têm disputas casadas, ou seja, a disputa para os cargos executivos e legislativos ocorrem de forma simultânea. A complexidade somente diminui caso haja segundo turno, com a redução no número de candidatos.

A Lei eleitoral 9.504/1997, alterada pela Lei 11.300/2006 e na resolução 22.261/2006 vigente na campanha de 2006 restringia a comunicação dos candidatos com seus eleitores, proibindo as seguintes formas no âmbito de comunicação promocional:

A colocação de propaganda de qualquer natureza (pichação, inscrição à tinta, placas, estandarte, faixas e assemelhados) nos bens, cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público ou que a ele pertençam e nos de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos. Bens de uso comum, para fins eleitorais são os assim definidos pelo Código Civil e também aqueles que a população em geral tem acesso, tais como: cinemas, lojas, igrejas, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada. A confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com sua autorização de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor. A realização de showmício e evento assemelhado, bem como apresentação remunerada ou não de artistas com a finalidade de animar comício ou reunião eleitoral (TSE).

26

Na comunicação eletrônica, a resolução proibia, de acordo com os Art. 45, § 1º, da Lei 9.504/97 e Art. 5º da Resolução 22.261/06:

Às emissoras de rádio e televisão, a partir do resultado da Convenção, a transmissão de programas apresentados ou comentados por candidato. Em páginas de provedores de serviço de acesso à internet, não é permitido nenhum tipo de propaganda eleitoral, em nenhum período.

As restrições nas formas alternativas de comunicação que apoiam as mídias principais – televisão e rádio – forçaram os partidos a destinar mais tempo durante as campanhas em estratégias focadas no HGPE, como forma de maximizar os seus recursos na comunicação direcionada para a televisão e tentar atrair o maior número de eleitores possível.

A resolução 22.309/2006 (TSE), em seu artigo 1º, define o tempo de

25 minutos reservados, em cada bloco, para a propaganda eleitoral gratuita dos candidatos à eleição presidencial. Na campanha de 2006, esse tempo foi dividido entre os partidos da seguinte forma:

- I - dois minutos, quatorze segundos e noventa e seis centésimos para o PDT;
- II - um minuto, seis segundos e doze centésimos para o PSL;
- III - um minuto, seis segundos e doze centésimos para o PSDC;
- IV - um minuto, dois segundos e cinquenta centésimos para o PCO;
- V - um minuto, dois segundos e cinquenta centésimos para o PRP;
- VI - sete minutos, doze segundos e sete centésimos para a Coligação A Força do Povo;
- VII - dez minutos, treze segundos e vinte e dois centésimos para a Coligação Por um Brasil Decente; e
- VIII - um minuto, dois segundos e cinquenta centésimos para a Coligação Frente de Esquerda.

Os tempos acima dizem respeito às solicitações dos partidos ou coligações que indicaram candidaturas para o cargo de presidente da República, sendo alterados apenas em caso de desistência de algum partido. A ordem de aparição no HGPE é designada por sorteio pelo TSE para o primeiro programa. Em seguida, todos os programas são apresentados em sistema de rodízio. O artigo 4º define que, no caso de haver segundo turno das eleições, os blocos de 20 minutos serão distribuídos igualmente entre os partidos políticos ou as coligações dos candidatos concorrentes, iniciando-se por aquele que teve maior votação e alternando-se essa ordem a cada programa.

Albuquerque (1999, p. 95) destaca a natureza estratégica dos programas veiculados no HGPE, classificando-os em sete tipos de personagens:

1. Candidato (estrela principal dos programas);
2. Narrador em *off* (responsável por conduzir o programa com o candidato);
3. Aliados (transferem o prestígio ao candidato);
4. Adversários (manipulação para atingir o prestígio do rival);
5. Sujeito noticioso (uso da narrativa, com finalidade de conferir credibilidade às informações);
6. Personagens ficcionais (modalização de aspectos e personagens da

vida cotidiana dos eleitores);

7. Populares (pessoas comuns que declaram apoio criticam adversários, aplaudem, cantam etc.).

Palmeira (2002), dando continuidade aos estudos de Albuquerque, sugere a inclusão de mais um personagem nesse contexto: o apresentador. Este cumpre a função do narrador em *off*, porém acrescida da imagem. Isto gera uma economia de imagens para o programa, pois a fala do apresentador já está pronta para televisão, ou seja, a imagem e o áudio já estão conjugados. Diferencia-se ainda do sujeito noticioso, pois não utiliza o padrão de objetividade do telejornal.

Os avanços tecnológicos no campo da comunicação – em especial na televisão e no rádio –, conjugados com o alto nível de profissionalização das campanhas eleitorais, fazem com que a composição desses ingredientes torne o espaço do HGPE o cenário de maior foco das atenções dos candidatos como forma de potencializar a busca de seus objetivos por meio da comunicação direcionada no decorrer da campanha eleitoral, além disso, o espaço principal para a discussão de ideias.

Vale lembrar que cada campanha eleitoral tem características próprias por ser única dentro do contexto político em que ocorre. A construção do cenário político para determinada eleição depende de diversos fatores, impedindo que ela possa conter a mesma dinâmica da eleição passada, fazendo com que cada campanha tenha particularidades únicas ao longo da história.

O grau de dependência da programação utilizada pelos partidos durante a exibição do horário eleitoral na televisão busca afirmar sua posição positiva dentro do imaginário do eleitor. As pesquisas de opinião direcionam a postura dos candidatos durante a execução dos programas que buscam adequar a ideia que aproximam as principais questões existentes no dia a dia do eleitorado.

Marketing Político e o papel do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral

A centralização da democracia nas mídias de massa que se apresentam como principal canal de comunicação entre candidato e eleitor faz com que o candidato seja moldado para uma agenda política centrada nos interesses da mídia em expor o candidato ao grande público. As novas configurações na comunicação fazem com que o candidato/partido dedique mais tempo em atividades que

possam dar maior visibilidade a sua imagem, que se converte diretamente em notícias de interesse público. Para isso, a presença de assessores e profissionais de veículos se torna necessária na busca pelo interesse público. Nesse contexto, os meios de comunicação em massa têm diminuído a importância dos partidos pela personalização da política. Em vez de defender programas partidários e ideológicos, os partidos modernos utilizam as mídias de massa para seduzir os eleitores por meio de outros instrumentos de persuasão característicos do marketing político, esvaziando dessa forma o conteúdo programático dos partidos e tornando como referência as características dos candidatos.

O processo de evolução das campanhas eleitorais e seus componentes são partes do próprio processo de democratização da política na disputa do poder. Isso decore da abertura democrática, principalmente a partir de 1989, com a profissionalização das campanhas somada à evolução tecnológica dos meios de comunicação que resultaram em campanhas cada vez mais requintadas, do ponto de vista de sua profissionalização, tornando esses espaços com várias oportunidades estratégicas no uso da comunicação para disputar a atenção, e, por consequência, o voto do eleitor. Contudo, vale ressaltar que o sucesso de uma campanha está diretamente atrelado às condições financeiras do candidato, pois, como foi apresentado nesta pesquisa, o custo de uma estrutura competitiva durante as eleições requer altos investimentos por parte do candidato.

A presença do marketeiro político na campanha eleitoral marca uma nova forma de o candidato se apresentar para o eleitor. Isso em decorrência da adaptação que é realizada na “embalagem” que será apresentada dentro do formato desejado pelo eleitor. Para que essa adequação ocorra de forma eficiente, as pesquisas de opinião entram em cena, como forma de fornecer todas as informações necessárias para que o marketeiro possa moldar a imagem desejada pelo eleitor .

O planejamento de campanha aparece em seguida. Para apresentar as estratégias que serão adequadas a esse “novo” candidato, com possibilidades de potencializar a disputa ao pleito, a utilização das diversas ferramentas da comunicação moderna colabora na busca dos recursos necessários para conquistar o voto do eleitorado. Para isso, foram sugeridos tipos de perfil de eleitores e análises quanto às formas para alcançá-los, que, assim como o candidato, também se tornam parte importante da engrenagem política na busca da democracia.

Para conquistar e manter a simpatia do eleitorado, entram em cena as formas que o político pode utilizar para atingir seu público ou segmento específico, ou seja, o poder da mídia. Fundamental para que a imagem do candidato possa ser amplificada, as campanhas utilizam os veículos tradicionais, com as novas mídias, aproveitando ainda o cenário adequado das eleições. Esse mix de ações direcionadas ao eleitorado tem como foco conquistar mais adeptos. Conhecer as formas de utilização das ferramentas de comunicação não basta para o candidato, uma vez que as regulamentações, a cada campanha, mudam como forma de preservar os direitos do candidato e proteger o eleitor de qualquer tipo de abuso que possa ocorrer, impedindo a continuidade do processo democrático no país.

Direcionado o embate político para o campo de batalha principal, ou seja, para a televisão, o HGPE entra em cena como espaço principal para a disputa do voto, uma vez que sua cobertura e audiência tornam-se fatores primordiais para atingir o maior número de eleitores possível. É esse campo que atrairá, cada vez mais, o foco das atenções por parte dos administradores de campanhas políticas, assim como o foco dos investimentos – tanto de recursos financeiros quanto de tempo nas ações que poderão diferenciar um candidato de seus adversários.

Com isso, verificamos a maior necessidade de regulamentação normativa acerca do HGPE. Sua presença, seja na televisão seja no ambiente digital (internet, mobile), é uma garantia do pluralismo democrático necessário para uma ampla participação popular no pleito eleitoral, bem como sua conscientização acerca dos candidatos. Um ponto interessante a ser abordado, enquanto gramática visada pela legislação, é a questão da natureza estratégica dos programas veiculados no HGPE. Há alguns tipos de personagens, como os ficcionais, que podem induzir o eleitor a erro e deveriam ter maior atenção normativa.

Essa modalização de aspectos e personagens da vida cotidiana dos eleitores, contrastada com os populares (pessoas comuns), pode hipertrofiar elementos que favoreçam a linha partidária do candidato, impedindo uma reflexão pública. Uma maior reflexão normativa de tais elementos garantiria o universo conceitual posto pelo Pluralismo Democrático onde mesmo em uma situação de comunicação massiva (no caso, o HGPE), há a construção de uma esfera de debate como no ideal de *público*.

Referências

ALBUQUERQUE, A. *Aqui você vê a verdade na TV*. A propaganda política na televisão. Niterói, UFF- MCII, 1999.

AZEVEDO, F. A. Espaço Público, mídia e modernização das campanhas eleitorais no Brasil. Artigo apresentado à VII COMPÓS, São Paulo: PUC-SP, 1998.

BLUMER, H. A massa, o público e a opinião pública. In: COHN, G. (org.). *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Cia Ed. Nacional, 1971.

BOSI, E. *Cultura de Massa e Cultura Popular*. Petrópolis: Vozes, 1973.

FIGUEIREDO, Rubens. *Escola Política: manual prático de marketing político*. Rio de Janeiro: K. A. Stiftung, 2004.

INGRAO, P. *As Massas e o Poder*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

MIGUEL, L. F. Discursos cruzados: telenoticiários, HGPE e a construção da agenda eleitoral. *Sociologias*, ano 6, n. 11. Porto Alegre, 2004.

PALMEIRA, S. J. L. M. *A gramática comercial do meio*. Dissertação de mestrado. Niterói: UFF, 2002 .

PASQUALI, A. *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas: Monte Avila, 1976.

RIESMAN, D. *A Multidão Solitária*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

SHILS, E. *Los Intelectuales y El Poder*. Buenos Aires: Tres Tiempos, 1976.

SWINGEWOOD, A. *The Myth of Mass Culture*. London: Macmillan, 1977.

VEIGA, L. *Em busca de razão para o voto: o uso que o homem comum faz do horário eleitoral*. Tese de Doutorado. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2001.

VENANCIO, R. D. O. *A Linguagem da Massificação*. Curitiba: Appris, 2011.

WEFFORT, F. *O Populismo na política brasileira*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

WRIGHT MILLS, C. *A Elite do Poder*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

Jornal impresso e eleições 2012: a campanha eleitoral nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina

Doacir Gonçalves de Quadros¹

Romer Mottinha Santos²

Resumo: O artigo apresenta parte dos resultados obtidos no acompanhamento das coberturas eleitorais dos jornais Gazeta do Povo (GP) e Folha de Londrina (FL) sobre as eleições municipais de 2012, respectivamente nas cidades de Curitiba e de Londrina, no Paraná. Os dados aqui apresentados são analisados a partir do pressuposto teórico de que a informação produzida pela imprensa “constrói” o clima de opinião para a formação da opinião pública e para a definição do voto da população durante um processo eleitoral. Quantificamos e comparamos as informações contidas nas chamadas presentes nas primeiras páginas da GP e da FL a partir de algumas variáveis: agenda temática, formato e abrangência das chamadas, posição ocupada e espaço total em centímetros quadrados. A análise dessas variáveis permite verificar a visibilidade que os jornais GP e FL atribuíram ao tema campanha eleitoral em suas respectivas coberturas. Identificou-se um descompromisso dos jornais com o debate eleitoral em razão da baixa visibilidade dada à campanha eleitoral nas primeiras páginas; quando ocorreu uma ampliação da visibilidade do tema, foi em virtude da disputa de segundo turno.

Palavras-chave: Jornal impresso; Cobertura jornalística; Eleições municipais; Construção da notícia; Democracia.

¹ Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), professor de Ciência Política do Centro Universitário Uninter e coordenador do grupo de pesquisa “Meios de comunicação e política” (Uninter).

² Mestrando em Ciência Política (UFPR) e pesquisador do grupo de pesquisa “Meios de comunicação e política” (Uninter).

Abstract: The article presents part of the results obtained in the monitoring of election coverage from newspapers Gazeta do Povo (GP) and Folha de Londrina (FL) on the municipal elections of 2012 in the cities of Curitiba and Londrina (Paraná, Brazil). The data presented here are analyzed based on the theoretical assumption that the information produced by the press “builds” the climate of opinion beneficial to the formation of public opinion and the definition of the votes by the population during an electoral process. We quantify and compare the information contained in the present calls on the first page of the newspapers GP and FL considering some variables: thematic agenda, format and scope of the calls, and total space occupied position in square centimeters. Using these variables allows it is possible to check the visibility that GP and FL attribute to the theme in their campaign coverage. We identified a disengagement of newspapers with election debate because of low visibility due to the campaign in the first pages; when there was an increase of the visibility of the theme campaign, it was due to the dispute run-off.

Keywords: Newspaper; Coverage Elections; Local Elections; Construction of the News; Democracy.

1. Introdução

Neste texto, objetiva-se identificar a agenda temática presente nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo (GP) e Folha de Londrina (FL), a fim de mensurar a visibilidade que o tema campanha eleitoral recebeu na cobertura desses jornais nas eleições municipais de 2012.

O jornal Folha de Londrina tem uma tiragem média de 32 mil exemplares, com circulação em 300 municípios do estado do Paraná. É o jornal de maior circulação na cidade de Londrina e na região metropolitana. A Gazeta do Povo é um jornal com média diária de 42 mil exemplares. Em Curitiba, é considerado o maior e mais importante jornal, com uma cobertura que abrange temas desde o cotidiano até a política internacional. O jornal tem ocupado lugar de destaque na política local ao promover campanhas de que um voto consciente é um voto bem informado e pelas séries de denúncias que realizou sobre membros da elite política curitibana e paranaense.

No que se refere à disputa pela Prefeitura de Curitiba, diferentemente de 2008, em que não houve segundo turno, em 2012, de acordo com as pesquisas eleitorais divulgadas pelos institutos especializados, havia reais possibilidades de ocorrer uma disputa acirrada no segundo turno – e por dois motivos. Nenhum aspirante ao cargo de prefeito dominava 50% da preferência dos eleitores e o eleitorado da cidade mostrava-se indeciso em suas preferências.

Por sua vez, a política londrinense na última década foi caracterizada por uma série de escândalos envolvendo a Prefeitura e a Câmara de Vereadores. Em 2000, o então prefeito Antonio Belinati teve seu mandato cassado. Nedson Micheleti ocupou o cargo de 2001 a 2008. Em 2009, o então deputado federal Barbosa Neto assumiu o cargo de prefeito da cidade, tendo seu mandato cassado em julho de 2012 em razão de uma série de escândalos financeiros envolvendo a sua administração. O novo prefeito, Joaquim Ribeiro, também passou a se envolver em denúncias sobre recebimento de propinas de empresários da área da educação.

Nesse contexto de escândalos, reafirma-se a relevância das eleições como um instrumento crucial à disposição da população, que, por intermédio do seu voto, pode reprovar e conseguir mudanças no comportamento das elites políticas (MANIM, PRZEWORSKI & STOKES, 2006, p. 106). Para a definição

do voto, é importante para a população que exista uma cobertura jornalística enfatizando temas relativos à campanha eleitoral: é em torno dessa expectativa que se situa o problema de pesquisa que orienta a investigação deste artigo.

Nas eleições de 2010 para o Governo do Estado do Paraná, os temas relativos à campanha eleitoral obtiveram uma cobertura destacada nas primeiras páginas da Gazeta do Povo, o inverso do que ocorreu na Folha de Londrina (SANTOS & QUADROS, 2012, p. 81). Em 2010, na Folha de Londrina, de 1.180 chamadas na primeira página, apenas 73 (6,19%) eram sobre a campanha eleitoral, ao passo que, na Gazeta do Povo, de 2.114 chamadas, um total de 316 (14,95%) eram sobre o tema. Face a tais valores, fica a questão: nas eleições de 2012, qual a visibilidade dos temas relativos à campanha na GP e na FL? A hipótese que se pretende testar é que as agendas temáticas dos dois jornais concederam nas respectivas primeiras páginas maior destaque ao tema campanha eleitoral, em comparação com outros temas. Acredita-se que isso ocorreu em virtude de as eleições municipais de 2012 se tratarem de pleitos para escolha de prefeitos e vereadores nas cidades em que os jornais mantêm suas sedes.

Na seção a seguir, reflete-se sobre algumas peculiaridades das investigações sobre a cobertura jornalística dos jornais impressos em períodos eleitorais; em seguida, apresenta-se a análise sobre a campanha eleitoral nas primeiras páginas da Gazeta do Povo e da Folha de Londrina.

2. Jornal impresso e eleições

A relação dos meios de comunicação com a política vista a partir do jornal impresso no Brasil se apresenta como um tema em que há muito a pesquisar (QUADROS, 2011, p. 143).

Para determinar empiricamente as relações da cobertura jornalística impressa ou eletrônica com a política, uma série de estudos na área da Ciência Política centrou seus esforços e investigação nos processos eleitorais. Em particular, no caso do Brasil, após a retomada das eleições diretas para Presidente da República em 1989, as eleições passaram a ser analisada com maior

profundidade³. Dessa forma, vale ressaltar que essa incidência de estudos da cobertura jornalística e da política sobre processos eleitorais é recente. Durante toda a década de 1970 e o início da década de 1980, as pesquisas estavam na sua grande maioria voltadas para a análise das políticas do Estado em relação aos meios de comunicação. Rubim e Azevedo referem-se a esse período como a “pré-história” dos estudos sobre a mídia e a política, em que a prioridade era investigar a articulação entre comunicação e regimes autoritários, classes dominantes e setores subalternos (RUBIM & AZEVEDO, 1998, p. 190).

Entre as principais conclusões a que a literatura especializada tem chegado, destaca-se o caráter parcial da cobertura jornalística sobre temas e assuntos referentes à política. É comum atribuir tal parcialidade da cobertura jornalística à manipulação intencional editorial, decorrente do desejo, da parte dos donos das empresas jornalísticas ou das elites políticas, de preservar os seus interesses políticos e econômicos (LIMA, 2001). Outras conclusões reputam como extremamente complexas a relação do jornalismo com a política para serem interpretadas simplesmente a partir da influência intencional dos jornalistas. Sugerem que a intencionalidade, ou a manipulação, do jornalismo na parcialidade de suas coberturas políticas devem ser abordadas considerando-se o contexto da produção da notícia, sem exclusivamente a reduzir à influência de fatores extrajornalísticos (ALBUQUERQUE, 1998).

Na última década, ocorreram avanços qualitativos e quantitativos em pesquisas na Ciência Política sobre a construção das notícias políticas pela indústria jornalística. Essas pesquisas giram em torno do pressuposto de que a notícia ou a informação produzida pelo jornal impresso “constrói” a realidade político eleitoral, de modo a pautar ou negligenciar alguns dos assuntos ou temas que devem ser expostos à opinião pública (FRANCISCATO, 2002; BERGER & MOTTA, 2003; AZEVEDO, 2006; QUADROS, 2010; SANTOS & QUADROS, 2012; CERVI & MASSUCHIN, 2013).

Esses estudos baseiam suas investigações na consideração de um requisito fundamental para a manutenção da democracia: de acordo com

³ Para maiores informações sobre os estudos desenvolvidos no Brasil acerca das relações entre a cobertura jornalística e eleições, em especial a respeito das escolhas presidenciais de 1989, 1994, 1998 e 2002, cf. Colling (2007).

Melo (2012, p. 285-310), a democracia, no seu viés deliberativo, assume como importante a produção de um fluxo contínuo e plural de informações relativas a temas de interesse público, para a partir dele a população poder formar uma opinião consistente sobre os assuntos de interesse público⁴. Nesse contexto, as investigações e as pesquisas sobre a cobertura jornalística de temas políticos tornam-se cruciais para verificar-se o comportamento da indústria jornalística no cumprimento de sua função, que é informar.

Atualmente se questiona o real impacto das informações provenientes da cobertura jornalística sobre a opinião das pessoas. Page, Shapiro e Dempsey (1987, p. 24) sugerem que as informações podem mudar as expectativas das pessoas sobre a política desde que essas informações sejam acompanhadas de algumas pré-condições: a) serem recebidas; b) serem entendidas; c) serem relevantes para avaliar-se a política; d) serem discrepantes em relação à opinião anterior; e) serem verossímeis. Quanto à relevância de uma informação, McCombs e Shaw (1972) propõem que a agenda temática jornalística tem considerável impacto sobre a opinião das pessoas, de modo que as informações que compõem a agenda tornam-se conversa no dia a dia, ao sugerir quais temas devem estar em relevo na agenda pública.

Optou-se aqui pelo acompanhamento da cobertura jornalística eleitoral presente nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina em virtude de que, no campo da produção da notícia jornalística, a primeira página consiste no espaço cujos temas tendem a compor a agenda temática e tem maior destaque e relevância no jornal (CERVI & MASSUCHIN, 2013, p. 222). A primeira página no jornal tem como função despertar a atenção do leitor ao trazer uma agenda de temas em diferentes formatos de chamadas informativas que o jornalista reporta como sendo temas de maior importância para a sociedade.

3. Metodologia

A metodologia adotada na pesquisa consistiu em identificar a agenda temática dos jornais a partir dos temas presentes nas chamadas de primeira

⁴ Por “democracia deliberativa” entende-se que a legitimidade das decisões política sustenta-se nos processos de deliberação pública que ficam subordinados à formação da opinião e da vontade política (MELO, 2012, p. 303).

página. O período analisado corresponde às edições publicadas no primeiro turno eleitoral, de 1º de agosto a 7 de outubro de 2012, e, no segundo turno, de 8 a 28 de outubro de 2012⁵.

Para verificar-se a visibilidade do tema campanha eleitoral nas primeiras páginas dos jornais, adotaram-se os seguintes procedimentos: identificação dos temas que formaram a agenda temática dos jornais durante o período investigado; identificação dos formatos e da abrangência do tema campanha eleitoral nas chamadas de primeira página; identificação do espaço em centímetros quadrados e da posição na primeira página em que se encontravam as chamadas.

Com o uso da análise de conteúdo, identificaram-se os temas que predominaram nas chamadas de primeira página. Selecionaram-se os seguintes temas: campanha eleitoral; político/institucional; economia; saúde; educação; atendimento a minorias; infraestrutura urbana; meio ambiente; violência e segurança; ético/moral; internacional; variedades e cultura; esportes. O tema campanha eleitoral abrange exclusivamente as chamadas relativas a informações sobre partidos políticos, candidatos a prefeito ou a vereador que disputavam o pleito e organização das disputas eleitorais em Londrina e Curitiba. Após identificar as agendas temáticas, quantificou-se a frequência com que os temas apareceram nas chamadas de primeira de página de cada jornal. Quanto maior a frequência, maior a visibilidade do tema no espaço de destaque do jornal. A variável “abrangência” designa a região geográfica principal de abrangência do tema que está sendo tratado na chamada; considerou-se a cidade sede do jornal como de abrangência local e chamadas sobre eventos em outras regiões de abrangência regional, nacional ou internacional.

Os formatos selecionados foram os seguintes: manchete com foto; manchete sem foto; chamada com foto; chamada título e chamada legenda. Tal sequência de formatos encontra-se em ordem decrescente de importância. A manchete com foto é a chamada mais importante da primeira página de um jornal, seguida em importância pela manchete sem foto, pela chamada com foto e, depois, pela chamada sem foto. A chamada título é composta somente de uma frase título.

⁵ É necessário um especial agradecimento ao Programa de Iniciação Científica da Uninter (PIC-Uninter) e aos estudantes pesquisadores dos grupos de pesquisa “Meios de comunicação e política” (Uninter) e “Comunicação Política” (UFPR), que atuaram na coleta de dados sobre as edições dos dois jornais pesquisados.

Quanto à posição da chamada na primeira página, considerou-se o local em que estava a maior parte do texto relativo à chamada: na primeira dobra ou segunda dobra. O lugar de maior destaque para uma chamada é a primeira dobra da primeira página do jornal em razão de ser mais visível para o leitor. Também com o objetivo de mensurar a visibilidade do tema, classificaram-se as chamadas de acordo com a quantidade de espaço em centímetros quadrados que o tema campanha eleitoral ocupou nas primeiras páginas da Gazeta do Povo e da Folha de Londrina.

4. A campanha eleitoral nas primeiras páginas da Gazeta do Povo (GP) e da Folha de Londrina (FL)

Uma primeira variável importante a identificar para se conhecer a visibilidade que um dado tema ocupa na cobertura jornalística é a área ocupada em centímetros quadrados que o jornal cedeu aos temas que formaram a agenda temática no período. Observe-se a Tabela 1 a seguir.

Tabela 1 – Relação entre temas e espaço em cm2 nos jornais (01/08 a 28/10).

Tema	Folha de Londrina	Gazeta do Povo
Campanha eleitoral ou partidos políticos	6389	9680
Político institucional	12317	6766
Economia	18209	9864
Saúde	5426	1988
Educação	3838	6851
Atendimento a carentes e minorias	4445	1395
Infraestrutura urbana	6643	6524
Meio ambiente	3628	633
Violência e segurança	10647	1564
Ético-moral	5293	7238
Internacional	45	3809
Variedades cultura	9465	13053
Esportes	13288	12252
Outros	3532	8953
Total	103164	90571

Fonte: Grupos de Pesquisa Meios de Comunicação e Política (UNINTER) e Comunicação Política (UFPR).

Nas primeiras páginas da FL, os temas que tiveram uma maior área na primeira página no período investigado foram: economia (18.209 cm²); esportes (13.288 cm²); político/institucional (12.317cm²); violência e segurança (10.647 cm²); variedades e cultura (9.465 cm²); infraestrutura urbana (6.643 cm²) e campanha eleitoral (6.389 cm²). Na GP, foram os temas: variedade e cultura (13.053 cm²); esportes (12.252 cm²); economia (9.864 cm²) e campanha eleitoral (9.680 cm²). Identifica-se que as chamadas relativas ao tema campanha eleitoral, em área ocupada, ficaram na FL em sétimo lugar e na GP em quarto lugar. Na GP, concedeu-se áreas maiores para as chamadas de temas como variedades, economia e esporte, ao passo que, na FL, foram os temas relacionados a economia, violência, variedades e esporte.

Uma segunda variável útil para se verificar a importância atribuída pelos jornais ao tema campanha eleitoral é saber o percentual de frequência do tema nas primeiras páginas. Na GP, o tema campanha eleitoral ocupou o quarto lugar em visibilidade na primeira página e na FL, o quinto lugar. Veja-se a Tabela 2 abaixo.

Tabela 2 - Distribuição das frequências de temas nos jornais 01/08 a 28/10.

Tema	Gazeta do Povo		Folha de Londrina	
	Frequência	%	Frequency	Percent
Campanha eleitoral ou partidos políticos	132	11,0	65	8,7
Político institucional	114	9,5	97	13,0
Economia	172	14,3	174	23,4
Saúde	36	3,0	44	5,9
Educação	57	4,7	25	3,4
Atendimento a carentes e minorias	13	1,1	19	2,6
Infraestrutura urbana	61	5,1	30	4,0
Meio ambiente	21	1,7	18	2,4
Violência e segurança	31	2,6	82	11,0
Ético-moral	91	7,6	32	4,3
Internacional	59	4,9	2	,3
Variedades cultura	188	15,6	56	7,5
Esportes	140	11,6	87	11,7
Outros	89	7,3	14	1,8
Total	1204	100,0	745	100,0

Fonte: Grupos de Pesquisa Meios de Comunicação e Política (UNINTER) e Comunicação Política (UFPR).

De acordo com a Tabela acima, identifica-se que, no período eleitoral, o assunto campanha eleitoral teve 132 chamadas na primeira página da GP e 65 na FL. Analisando-se internamente em cada jornal os temas que foram divulgados nas primeiras páginas, chega-se à mesma conclusão obtida com os dados expostos na Tabela 1: na GP, o assunto campanha eleitoral foi pautado com menos frequência (11%) em relação a outros assuntos, como variedade e cultura (15,6%), economia (14,3%) e esportes (11,6%). Na FL, observa-se o mesmo comportamento: o assunto campanha eleitoral (8,7%) foi superado em frequência nas primeiras páginas pelos assuntos economia (23,4%), político/institucional (13%), esportes (11,7) e violência e segurança (11%).

Esses dados sugerem algumas tendências na cobertura de primeira página dos jornais. Um primeiro ponto é que a GP atribui grande visibilidade no seu espaço de maior destaque a temas vinculados ao entretenimento do seu leitor, como mostram as frequências dos temas variedade e cultura e esportes, na Tabela 2. Essa característica identificada na cobertura da GP também foi apontada por Santos e Quadros (2012, p. 78) ao analisarem a cobertura do jornal sobre as eleições para o Governo do Estado em 2010. Quanto à FL, há um equilíbrio na divulgação entre os temas campanha eleitoral (8,7%), variedade e cultura (7,5%) e esportes (11,7%). Chamam a atenção esses percentuais quando comparados com a cobertura do jornal FL nas eleições de 2010, em que o tema campanha eleitoral esteve presente em 6,19% das chamadas de primeira página e os temas variedades e cultura tiveram 19,49% de presença na primeira página (SANTOS & QUADROS, 2012, p. 78).

O tema político institucional presente na GP (9,5%) e na FL (13%) se refere aos assuntos que envolvem órgãos federal, estadual ou municipal e aos poderes executivo, legislativo e judiciário e a sociedade civil organizada. Espera-se essa tendência na cobertura dos jornais impressos de conceder ao assunto política institucional expressiva visibilidade em suas coberturas jornalísticas. Atribui-se como natural essa tendência identificada nesta pesquisa em virtude de que o jornalismo atua na formação da agenda política e usa recorrentemente os órgãos públicos e os representantes de cargos públicos e da sociedade civil como fontes fidedignas de informações (LIEDTKE, 2007, p.11).

Esses dados sugerem que o comportamento editorial da Gazeta do Povo privilegia na primeira página a divulgação de temas relacionados

ao entretenimento do leitor. No caso da Folha de Londrina, privilegia-se a divulgação de temas relacionados à campanha eleitoral quando as eleições são de âmbito municipal, como ocorreu na de 2012. Ao cruzar a variável frequência das chamadas relacionadas ao tema campanha eleitoral com a variável abrangência da informação contida na chamada, constatou-se que, das 65 chamadas de primeira página presentes na FL, 47 (72,3%) traziam informações sobre a disputa local.

Outra observação importante é quanto ao tema economia, que se apresenta como um dos temas de maior frequência nas primeiras páginas da GP (14,3%) e da FL (23,4%); também como indicou a Tabela 1, foi um dos temas que recebeu maior espaço nas primeiras páginas dos jornais. O tema economia engloba as chamadas que tratam de informações sobre as despesas individuais do cotidiano; sobre o desenvolvimento econômico das cidades, do estado, do país; sobre o índice de emprego e renda; sobre gastos e receitas das empresas públicas e privadas. De acordo com Santos e Quadros (2012, p.76-77), na cobertura de primeira página sobre as eleições de 2010 para o Governo do Estado, as chamadas sobre economia também estiveram entre os temas com mais entradas da FL e da GP.

A visibilidade expressiva que o tema economia tem recebido nas primeiras páginas dos jornais durante o período eleitoral, como indicam Cervi e Massuchin (2013, p. 227-231), talvez se dê por tratar-se de um tema que pode causar impacto nos resultados de uma campanha eleitoral municipal. Algumas pesquisas sobre comportamento eleitoral reforçam essa ideia, ao concluíram que um dos mais importantes dentre os vários critérios que orientam a definição do voto do eleitor em eleições majoritárias é o de desenvolvimento econômico da cidade, do estado ou do país (CARREIRÃO, 2002, p. 35-40; FIGUEIREDO, 2008, p. 75). Com o cruzamento da variável frequência de chamadas relacionadas à economia com a variável abrangência, é possível identificar se o teor da chamada refere-se à economia no âmbito local, regional, estadual ou federal. Identificou-se que na FL somente 23,5% das chamadas e na GP somente 15,7% das chamadas de primeira página sobre o tema economia eram de abrangência local; a maioria das chamadas sobre o tema era de abrangência regional, nacional e internacional que não têm influência direta na economia local. Portanto, esses dados não permitem afirmar a suposição de que o tema economia passa a receber maior visibilidade em virtude de ter um impacto sobre a disputa eleitoral local.

A visibilidade do tema campanha eleitoral também pode ser analisada a partir do tipo de formato das chamadas e da posição ocupada pelas chamadas de primeira página. Como vimos anteriormente, considera-se o formato manchete com foto como a chamada de maior visibilidade nas primeiras páginas, seguido da manchete sem foto, chamada com foto, chamada sem foto e chamada legenda. A partir da Tabela 3, abaixo, evidencia-se a baixa visibilidade atribuída pelos jornais ao tema campanha eleitoral.

Tabela 3 – Presença do tema campanha eleitoral nos diferentes formatos (01/08 a 28/10).

	Manchete com foto	Manchete sem foto	Chamada com foto	Chamada sem foto	Chamada Título	Total
Gazeta do Povo	6 4,5%	6 4,5%	28 21,3%	39 29,5%	53 40,2%	132 100,0%
Folha de Londrina	4 6,2%	8 12,3%	4 6,2%	46 70,7 %	3 4,6%	65 100,0%

Fonte: Grupos de Pesquisa Meios de Comunicação e Política (UNINTER) e Comunicação Política (UFPR).

De acordo com os dados expostos na Tabela 3, observa-se que o assunto campanha eleitoral recebeu na GP uma cobertura na primeira página a partir de três formatos: chamada como foto (21,3 %), chamada sem foto (29,5%) e chamada título (40,2%); somando-se esses três formatos, chega-se a um total de 91%. Os baixos percentuais de presença de formatos mais importantes da primeira página como a manchete com foto (4,5%) e manchete sem foto (4,5%) são surpreendentes. Na FL, a presença concentrou-se na chamada sem foto (70,7 %), o penúltimo formato presente na hierarquia de importância. Um destaque secundário foi concedido para o formato manchete sem foto, que resultou em 12,3%. Na FL, a soma desses dois formatos de mais baixa visibilidade apresentou um total de mais de dois terços do total (75,4%) de entradas relativas ao tema campanha eleitoral.

Considere-se agora outra variável na identificação da visibilidade conferida pelos jornais – a localização dos locais na primeira página em que foram inseridas as chamadas sobre o tema campanha eleitoral. Na primeira página dos jornais, a primeira dobra é mais importante em virtude de conferir maior visibilidade às matérias que ali estão localizadas. Quanto a esse posicionamento, observa-se um comportamento distinto entre as coberturas dos dois jornais, como indica a Tabela 4, abaixo.

Tabela 4 - Posição do tema Campanha eleitoral na primeira página (01/08 a 28/10).

	Primeira Dobra	Segunda Dobra	Total
Gazeta do Povo	52 39,4%	80 60,6%	132 100,0%
Folha de Londrina	12 18,5%	53 81,5%	65 100,0%

Fonte: Grupos de Pesquisa Meios de Comunicação e Política (UNINTER) e Comunicação Política (UFPR).

De acordo com a Tabela acima, observa-se que na GP o tema teve uma frequência na primeira dobra de 39,4% e, na segunda dobra, de 60,6%, de tal modo que a frequência das chamadas relacionadas ao tema campanha eleitoral foi quase duas vezes maior na segunda dobra. Na FL, predominou a segunda dobra (81,5%). Ao comparar a visibilidade nos dois jornais de acordo com o posicionamento das chamadas, conclui-se que a FL superou a GP ao localizar mais de três quartos das chamadas na posição de menor importância e de menor visibilidade que é a segunda dobra. Esses dados sugerem que nessa variável os dois jornais na primeira página relegaram as chamadas relativas ao tema campanha eleitoral à posição de mais baixa visibilidade.

As variáveis espaço, frequência, formato e posição analisadas até o momento não confirmam a hipótese inicial proposta neste artigo, segundo a qual a Gazeta do Povo e a Folha de Londrina, em uma eleição para Prefeito e vereadores em seus respectivos municípios, tendem a conferir maior visibilidade na primeira página a temas relativos à campanha eleitoral. Ao contrário, identificou-se que houve maior visibilidade para chamadas para os temas entretenimento e economia. Contudo, é relevante testar uma segunda hipótese: a de que no segundo turno o tema campanha eleitoral passa a ter mais visibilidade nas chamadas de primeira página, em razão de que esse momento caracteriza-se como um período eleitoral mais acirrado e polarizado. Veja-se a Tabela 5 a seguir.

Tabela 5 - Distribuição por turno das frequências de temas nos jornais

Tema G.	Gazeta do Povo		Folha de Londrina	
	1o turno	2o turno	1o Turno	2o Turno
Campanha eleitoral ou partidos políticos	79	53	40	25
	8,6%	18,8%	7,0%	14,6%
Político Institucional	77	37	81	16
	8,4%	13,1%	14,1%	9,4%
Economia	130	42	137	37
	14,1%	14,9%	23,9%	21,6%
Saúde	26	10	33	11
	2,8%	3,5%	5,7%	6,4%
Educação	45	12	23	2
	4,9%	4,3%	4,0%	1,2%
Atendimento a carentes e minorias	13	0	11	8
	1,4%	,0%	1,9%	4,7%
Infraestrutura urbana	52	9	18	12
	5,6%	3,2%	3,1%	7,0%
Meio ambiente	18	3	16	2
	2,0%	1,1%	2,8%	1,2%
Violência Segurança	25	6	55	27
	2,7%	2,1%	9,6%	15,8%
Ético-moral	71	20	30	2
	7,7%	7,1%	5,2%	1,2%
Internacional	52	7	2	0
	5,6%	2,5%	,3%	,0%
Variedades Cultura	143	45	47	9
	15,5%	16,0%	8,2%	5,3%
Esportes	118	22	68	19
	12,8%	7,8%	11,8%	11,1%
Outro	73	16	13	1
	7,9%	5,6%	2,4%	,5%
Total	922	282	574	171
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Grupos de Pesquisa Meios de Comunicação e Política (UNINTER) e Comunicação Política (UFPR).

Ao observar-se o percentual de frequência por turno do tema campanha eleitoral nas chamadas da primeira página, notam-se algumas tendências. Em primeiro lugar, a maior frequência que o tema campanha eleitoral mostrou nas chamadas de primeira página da FL e da GP: na Folha de Londrina, houve 40 chamadas (7%) no primeiro turno e 25 chamadas (14,6%) no segundo turno; na

Gazeta do Povo, houve 79 chamadas (8,6%) no primeiro turno e 53 chamadas (18,8%) no segundo turno. Com cruzamento da variável frequência do tema campanha eleitoral nas chamadas com a variável abrangência da informação, identificou-se que no primeiro turno as chamadas de abrangência local em que se informa a disputa eleitoral no município corresponderam na GP a 68% das chamadas e na FL a 82,5%. No segundo turno, esses percentuais alteraram-se respectivamente para 73,5% e 56%. Destaca-se também na Tabela 5 que, em comparação com o primeiro turno, no segundo turno os temas economia, variedades e esporte não tiveram alterações significativas em seus percentuais de frequência nas chamadas na primeira página.

É interessante também fazer o cálculo dividindo o espaço em centímetros relativos ao tema campanha eleitoral por número de edições de cada turno. A GP no primeiro turno cedeu na primeira página um espaço de 5.464 cm² às chamadas relativas ao tema campanha eleitoral e, no segundo turno, 4.217cm²; no primeiro turno houve 67 edições, o que equivale a uma média diária de 81,55 cm² e, no segundo turno, com 21 edições, chega-se à média diária de 200,80 cm². No primeiro turno, na FL a aparição do tema campanha eleitoral na primeira página recebeu um espaço de 3.115 cm² e, no segundo turno, 3.274 cm²; com 58 edições no primeiro turno, chega-se à média diária de 53,70cm² e, no segundo turno, com 18 edições, a média por edição passa para 181,88 cm².

Portanto, ao desagregar as informações por turno, os dados evidenciam que o tema campanha eleitoral passa a receber uma frequência e uma maior área no período do segundo turno e, portanto, uma visibilidade maior na página de maior destaque dos jornais. Por esses dados, confirma-se a hipótese de que a partir do momento em que a disputa eleitoral passa a ser polarizada e mais acirrada entre dois únicos candidatos, como ocorre no segundo turno, os jornais tendem a aumentar a frequência de chamadas relativas à campanha eleitoral na primeira página.

5. Considerações finais

Neste texto, propôs-se identificar a agenda temática presente nas primeiras páginas dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina para

mensurar a visibilidade que o tema campanha eleitoral recebeu na cobertura dessas publicações.

Pelos dados levantados, constatou-se em primeiro lugar a não confirmação da hipótese inicial, segundo a qual, em razão de ser um período eleitoral em seus municípios sedes, os jornais proporcionariam uma visibilidade maior ao tema campanha eleitoral em relação a outros temas. Identificou-se, tanto na Gazeta do Povo quanto na Folha de Londrina, a baixa visibilidade que o tema recebeu a partir da área total ocupada e da frequência nas chamadas de primeira página. Foi também possível testar uma segunda hipótese: a de que os jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina tendem a dar maior visibilidade ao tema campanha eleitoral na disputa eleitoral de segundo turno. Essa hipótese foi confirmada ao identificar-se nas edições do segundo turno o maior espaço e a maior frequência do tema nas chamadas de primeira página dos dois jornais.

É fato que o processo de construção da notícia sofre a influência de alguns componentes políticos – um dos quais são as pesquisas eleitorais. Há evidências de que o volume da cobertura eleitoral proporcionada pelos jornais tem uma relação diretamente proporcional com a preferência dos eleitores aferidas pelas pesquisas eleitorais. Os jornais pautam suas coberturas distribuindo a visibilidade e o enquadramento a temas políticos e aos candidatos a partir dos resultados das pesquisas eleitorais. Pelos dados obtidos aqui, há também outro componente político que interfere sobre o volume e, talvez sobre a qualidade, da cobertura eleitoral feita pelas empresas jornalísticas. Esse componente político identificado neste artigo é a ocorrência do segundo turno em uma disputa eleitoral.

Essas conclusões são pessimistas se confrontadas com a noção de que a primeira página de um jornal é o espaço em que os jornais publicam as informações que entendem como sendo mais relevantes sobre as quais a população deve informar-se. Economia, variedades, cultura e esporte foram alguns dos temas que obtiveram mais espaço nos jornais em um período exclusivo de campanha eleitoral; esses temas também superaram o tema campanha eleitoral em frequência nas chamadas de primeira página.

Para atenuar o impacto dessas conclusões, talvez seja interessante lembrar que Page e Shapiro (1992), ao desenvolverem sua metodologia para análise da opinião pública, mostraram que o jornal impresso é somente um dos vários nichos informativos que a população tem à disposição para informar-se sobre

os temas pertinentes a campanhas eleitorais. Além dos jornais impressos, há a televisão, o rádio, a internet, as conversas com amigos etc. No entanto, ainda assim a cobertura eleitoral dos jornais Gazeta do Povo e Folha de Londrina mostra um descompasso entre o discurso dessas empresas jornalísticas com a prática informativa. No discurso presente em editoriais, manuais e em campanhas, essas empresas jornalísticas afirmam para a população a importância de ter-se um voto bem informado, embora na prática informativa em período eleitoral reduzam o volume de informação sobre as eleições.

Referências

ALBUQUERQUE, A. Manipulação editorial e produção da notícia: dois paradigmas da análise da cobertura jornalística política. In: RUBIM, A. A. C.; BENTZ, I. & PINTO, M. (orgs.). *Produção e recepção dos sentidos midiáticos*. Petrópolis: Vozes, 1998.

AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema da mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, Campinas, v. 12, n. 1, p. 88-113, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>. Acesso em: 23.abr.2013.

BERGER, C. & MOTTA, L. G. Cobertura das eleições brasileiras pela imprensa espanhola: Lula põe a esquerda na pauta. *Comunicação e Política*, volume X, n. 1 p. 11-35, 2003. Disponível em: <http://www.cebela.org.br/imagens/Materia/2003-1%20011-035%20christa%20berger.pdf>. Acesso em: 23.abr.2013.

CARREIRÃO, Y. *A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2002.

CERVI, E. U. & MASSUCHIN, M. G. Agenda da mídia brasileira durante o período eleitoral de 2010: a visibilidade dos temas políticos, sociais e de entretenimento. *Observatório Journal*, Lisboa, v. 7, n.1, p. 219-242, 2013. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/528/573>. Acesso em: 23.abr.2013.

COLLING, L. O “estado da arte” dos estudos sobre mídia e eleições presidenciais de 1989 a 2002. Artigo apresentado no XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, realizado em Curitiba, de 13 a 16 de junho de 2007. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/Artigos/Di%C3%A1logos%20Poss%C3%ADveis.pdf>. Acesso em: 24.fev.2009.

FIGUEIREDO, M. *A decisão do voto: democracia e racionalidade*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

FRANCISCATO, C. E. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre noticiabilidade. Texto apresentado no Grupo de Trabalho de Estudos de Jornalismo, realizado no Rio de Janeiro, de 4 a 7 de julho de 2002. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_713.pdf. Acesso em: 24.fev.2009.

HABERMAS, J. *A inclusão do outro*. São Paulo: Loyola, 2002.

LIEDTKE, P. Governando com a mídia: o agendamento mútuo entre o Estado e os Mass Media na política nacional. Texto apresentado no XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, realizado em Curitiba (PR), de 13 a 16 de junho de 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_40.pdf. Acesso em 24.fev.2009.

LIMA, V. Mídia e política. In: _____. *Mídia, teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____. Economia política das comunicações. In: _____. *Mídia, teoria e política*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

MANIN, B.; PRZEWORSKI, A. & STOKES, S. Eleições e representação. *Lma Nova*, São Paulo, v. 67, p. 105-138, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n67/a05n67.pdf>. Acesso em: 23.abr.2013.

MCCOMBS, M.E. & SHAW, D. L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972. Disponível em: http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf. Acesso em: 23.abr.2013.

MELO, R. Teoria contemporânea da democracia: entre realismo político e concepções normativas. In: RAMOS, F.; MELO, R. & FRATESCHI, Y. (orgs.). *Manual de Filosofia Política*. São Paulo: Saraiva, 2012.

QUADROS, D. G. Mídia impressa e as eleições em Curitiba: convergências e discrepâncias entre a cobertura da Gazeta do Povo e a de O Estado do Paraná nas eleições de 2008. In: CERVI, E. U. (org.). *Eleições e mídia local: desvendando a democracia de massa em disputas municipais*. Ponta Grossa: Todapalavra, 2010.

QUADROS, D. G.; SANTOS, R. M.; MORAES, T. P. B.; RIBIERSKI, A. A. & MAIA, E. R. Mídia impressa e eleições 2010: uma análise parcial da cobertura do jornal *O Estado do Paraná e da Gazeta do Povo*. *Revista Intersaberes*, Curitiba, ano 6, n. 11, p. 142-154, 2011. Disponível em: <http://www.grupouninter.com.br/intersaberes/index.php/revista/article/view/30/16>. Acesso em: 23.abr.2013.

PAGE, B. & SHAPIRO, R. *The Rational Public*. Chicago: University of Chicago, 1992.

PAGE, B.; SHAPIRO, R. & DEMPSEY, G. What Moves Public Opinion? *American Political Science Review*, Washington (DC), v. 81, n. 1, p. 23-43, Mar. 1983. Disponível em: <http://www.uvm.edu/~dguber/POLS234/articles/page1.pdf>. Acesso em: 23.abr.2013.

RUBIM, A. A. C. & AZEVEDO, F. Mídia e política no Brasil. *Lua Nova*, São Paulo, n. 43, p. 189-214, 1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ln/n43/a11n43.pdf>. Acesso em: 23.abr.2013.

SANTOS, R. M. & QUADROS, D. G. Jornal impresso e política: as eleições 2010 nas capas dos jornais O Estado do Paraná, Gazeta do Povo e Folha de Londrina. *Ius Gentium*, Curitiba, ano 6, n.11, p.71-84, 2012. Disponível em: <http://www.grupouninter.com.br/iusgentium/index.php/iusgentium/article/view/55/pdf>. Acesso em: 23.abr.2013.

Mulheres trágicas de Shakespeare: Ofélia, Julieta e Lady Macbeth

Syntia P. Alves¹

Resumo: Ao mesmo tempo em que as tragédias shakespearianas apresentam semelhanças com as tragédias gregas, as peças do escritor inglês contêm características próprias de seu tempo e da visão de mundo de sua sociedade. O presente artigo olha para as tragédias de Shakespeare a partir das personagens trágicas Julieta, Ofélia e Lady Macbeth, pretendendo compreender o que há de trágico e de shakespeariano nelas.

Palavras-chave: Tragédia. Shakespeare. Mulheres.

51

Abstract: While presenting similarities to the Greek tragedies, Shakespeare's plays also contain characteristics specific to his own times and societal world views. This work examines Shakespeare's tragedies by way of their tragic characters Juliet, Ophelia, and Lady Macbeth, in an effort to understand all that is tragic and shakespearian in them.

Palavras-chave: Tragedy. Shakespeare. Women.

¹ Doutora em Ciências Sociais, pesquisadora do Neamp (Núcleo de Estudos em Arte, Mídia e Política da PUC-SP), fotógrafa e docente da FMU.

Introdução

Muito mais do que um meio de entretenimento para a corte da Rainha Elizabeth I, as obras do dramaturgo William Shakespeare deram ao mundo um conteúdo tão pertinente sobre o ser humano que sua obra permanece viva e atual. Influenciado pelo teatro clássico e interessado pelas mudanças sociais de sua época, a arte dramática foi o meio pelo qual Shakespeare se utilizou para problematizar seu tempo e a sociedade na qual vivia.

Shakespeare recriou a arte dramática em todos os seus gêneros: suas comédias mostram a graça da vida e o ridículo do ser humano; seus dramas históricos levam aos palcos heróis baseados em seu reino e seu tempo, desenhando uma Inglaterra gloriosa e inesquecível; e suas tragédias são de tal maneira brilhantes em retratar o encontro do homem consigo mesmo que alcançam importância e impacto equivalentes à criação grega. Com suas peças, o autor marcou sua época, seu reino, seus governantes e seus assuntos de Estado, e as questões humanas independentemente de tempo ou espaço. Sobre o gênero trágico, as linhas de discussão e análise partem de Aristóteles e chegam até os dias de hoje em muitos pensadores, e por isso é importante pensar o que a tragédia significou e iluminou nas obras de Shakespeare. O presente artigo apresenta uma breve leitura sobre a criação trágica de Shakespeare usando como fio condutor três de suas heroínas trágicas: Julieta, Ofélia e Lady Macbeth.

Tragédia, invenção grega

São muitas as reflexões sobre a tragédia, esse gênero dramático polêmico por sua força e por sua proximidade com a realidade da contraditória essência humana. Aristóteles em *Poética*, afirma que a tragédia não é “imitação de pessoas e sim de ações, da vida, da felicidade, da desventura; mas felicidade e desventura estão presentes na ação, e a finalidade da vida é uma ação, não uma qualidade... Os personagens, na tragédia, não agem para imitar os caracteres, mas adquirem os caracteres para realizar as ações” (ARISTÓTELES, 1999, p.32). Caracterizada pelo movimento de ordem-desordem no qual uma aparente estabilidade inicial desmorona por meio dos heróis à mercê da vontade divina, da força do destino

ou de seus próprios atos e escolhas, a tragédia é sem dúvida o gênero cênico mais estudado pelos que pensam a dramaturgia.

Em sua origem, a tragédia não é o sofrimento ou a fatalidade que vitima os humanos, mas foi pensada para ser uma vivência, um acontecimento específico, ação e reação que se dão com profundidade possível apenas no gênero trágico. Livre de juízo moral, a tragédia floresceu em uma cultura de divindades possuídas de paixões que, na união de contrários, encontravam a completude e ensinavam aos homens o bem e o mal de igual maneira. A Grécia Antiga fez florescer uma tragédia desprovida de valores morais ou educativos, não expressava o cotidiano e ia além da encenação pontual, do simples entretenimento. A tragédia, a princípio, era uma vivência sem captura racional, sem dominação dos instintos, mas mítica por ser um encontro com os deuses amorais, tornando o canto dos Sátiros sagrado para Dionísio justamente por ser estraçalhado, e não “fétido como um bode”, como pensou Dante².

O gênero trágico, em princípio, não se referia à representação da vida em seu aspecto terrificante, como pensou Schopenhauer em *Metafísica do Belo*, nem era como uma penalidade para os desvios da humanidade, impondo uma dor convulsionante de tão intensa, nem estava carregada de justiça. Em lugar disso, o que o trágico grego nos apresenta é a transição da prosperidade para a adversidade, a mutabilidade expressa pelo movimento da Roda da Fortuna, que coloca seu herói em cima para fazê-lo descer no instante seguinte. O gênero trágico cria heróis com o intuito de destruí-los; indivíduos com vontades únicas, mas que reverberarão no todo, atingindo aqueles que os cercam direta ou indiretamente. O que temos na tragédia grega não é a virtude ou a falta desta, nem o infortúnio como resultado de vileza ou perversidade. A tragédia não é um fato extraordinário na vida, mas a própria vida e tudo o que é vivo deve estar preparado para se defrontar com sua dolorosa dissolução, como definiu Nietzsche (2003). Mas a tragédia originada há mais de 25 séculos não voltou a encontrar nenhum outro lugar e momento no qual pudesse reviver. Nem mesmo os gregos conseguiram recriar tragédias como fizeram os autores da Grécia Antiga, fato que tornou as criações de Ésquilo, Sófocles e Eurípedes genuínas e

² Como é citado em *Teorias do Teatro*, p. 31, e tal pensamento de Dante mostra que uma mente tão distante da vivência dos gregos da época clássica não seria capaz de apreender todo o sentido de sua tragédia.

inimitáveis.

Após a Idade Média e o Renascimento, o homem volta a ser o centro das ações, e as manifestações artísticas e literárias deixaram de servir exclusivamente à Igreja. Porém, as dicotomias bem e mal, céu e terra, vida e morte, impregnadas pelo pensamento judaico-cristão, nunca mais abandonaram o ocidente e passaram a dividir espaço com as criações que retomaram os modelos artísticos anteriores ao Império Romano. Com isso, as tragédias passaram a apresentar um caráter ético e moral, repletas de juízo de valores, mas ainda cumpriam as três condições essenciais para o gênero, citadas por Aristóteles: a presença de personagens de superior condição — os heróis trágicos deixavam de ser apenas os deuses e seus importantes discípulos, mas continuavam sendo pessoas em posição acima dos demais, como os reis ou membros das cortes europeias —, ser expressa por linguagem elevada, e ter um final triste, com destruição ou loucura, e personagens sacrificados por seus atos e suas personalidades.

O homem passou a prestar contas a algo superior a ele e suas vontades deveriam ser controladas — e, se necessário, aniquiladas. A desordem deixa de ser algo inerente à ordem, e passa a ser vista como a quebra do equilíbrio, devendo ser punido seu causador. E a morte, que nesse cenário é tida como o fim da vida, e não parte desta, chega ao homem como um castigo. Se nos remetermos aos mitos gregos, veremos que houve de fato uma mudança na maneira de ver o mundo e os homens, costumes e valores, sendo essa mudança um dos principais motivos para o distanciamento das tragédias clássicas. Friedrich Nietzsche, em *O Nascimento da Tragédia*, retoma a ideia de que não há no gênero cênico clássico algo a ser ensinado, nem tem um tempo cronológico a ser cumprido, mas a infinita alternância entre criação e destruição, alegria e sofrimento, presentes na tragédia, nada mais são do que a própria força criadora da vida.

Enquanto para Sócrates a arte trágica clássica desvia o homem do caminho da verdade, pois os heróis trágicos dão vazão aos instintos em detrimento da razão, para Nietzsche a tragédia é uma arte que apresenta saber sobre a unidade da vida e da morte. O aniquilamento do sofrimento, a hostilidade à morte são, para o filósofo alemão, a recusa de admitir as condições fundamentais da própria vida como a doença, a dor, a tristeza e os instintos. Assim, enquanto a tragédia clássica levava aos palcos os homens e suas contradições, apresentando a arte trágica como uma experiência a ser vivida, a tragédia que vemos emergir após a

decadência da civilização grega é um gênero cênico que não apenas expressa a emergência da ideia de indivíduo, mas que traz também a catarse como meio de ensinar a moral aos espectadores.

Dos gregos aos elisabetanos

Segundo Williams, “a tragédia é, à primeira vista, um dos mais simples e mais poderosos exemplos dessa continuidade cultural. Ela une, culturalmente, gregos e elisabetanos” (WILLIAMS, 2002, p.34). Seria possível, em vez de considerar uma “união cultural” entre os trágicos gregos e os escritores da Rainha Elizabeth I, considerar uma aproximação cultural que, por meio da arte cênica, utiliza o gênero trágico como importante forma de expressão social. É relevante ter em conta as diferenças existentes entre as tragédias e seus momentos de criação, e assim assumir que a arte trágica não é um gênero uniforme, mas um encontro entre vários gêneros que igualmente são chamados de trágicos.

No caso das tragédias shakespearianas, a criação do dramaturgo foi tão particular que suas obras merecem análises específicas. Mas, como nas tragédias clássicas, nas criações de Shakespeare “o conflito entre natureza e arte, cujo objetivo é a conciliação das duas, realiza-se como tal na tragédia” (SZONDI, 2004, p.34), e assim pode-se perceber que o inglês bebeu na origem do gênero trágico, ao mesmo tempo em que também era influenciado por seu tempo. Se com o fim da Idade Média emerge uma nova sociedade que necessita de novas formas de se representar, de representar esta nova época, as influências culturais medievais não puderam ser esquecidas por completo e em muito influenciaram as artes e sociedades europeias. Novas formas de jogos de poder ilustram uma política que se centraliza para expandir territórios, e para isso precisa expandir ideias e modos de pensar. E, com isso, a arte segue sendo percebida por muitos soberanos como um meio propício para atingir seus súditos e fortalecer a relação destes com o reino.

A tragédia, como outras artes, renasce com a descoberta do mundo clássico, mas o neoclássico criado pelas Academias como a retomada dos modelos anteriores não passa de um falso classicismo, como colocou Williams, e a arte trágica não será, nem por imitação, semelhante à de outrora. Durante

a Idade Média, por meio da moral cristã, emerge a ideia da possibilidade de escolher entre entrar ou não na roda da Fortuna, diferenciando-se da ideia grega de que há sobre os homens deuses com sentimentos “quase humanos”. Pois, segundo Williams, o conflito dos gregos entre o homem e o seu destino, tão indomesticável como os instintos, deixa de ser o tema das tragédias e o “livre arbítrio” judaico-cristão estará, direta ou indiretamente, presente no modelo de enredo cênico de Shakespeare e constituirá o drama moderno.

Assim, por meio de interesses políticos e sociais, a arte trágica é fortalecida como aparato para reger a vida e as ações, uma forma de mostrar aos homens o meio para a boa conduta. O sofrimento não é relevante enquanto tal, mas sim o que o causou, inscrevendo nas ações uma moralidade baseada em causa e efeito, e, fundamentando a ideia de castigo e recompensa, bem e mal deixam de ser complementares e passam a ser antagônicos e excludentes. Com tudo isso, a liberdade, o individualismo e a autodeterminação se tornam condições necessárias para que haja a tragédia neoclássica e as causas e consequências dos atos estão diretamente ligadas ao ser livre.

Shakespeare, um trágico

Segundo Jean Pierre, a tragédia se apresenta sob três faces — como realidade social, como criação estética de um gênero literário e como mutação psicológica com o surgimento de uma consciência e de um homem trágico — e, em Shakespeare, essas três formas estão presentes de maneira marcante, tornando suas peças e seus personagens referências para o gênero trágico.

Shakespeare registrou em suas obras a moral vigente, as estruturas sociais, os jogos políticos, as relações religiosas, de tempo, de espaço e o surgimento de um novo tipo de homem. O conceito de indivíduo, ausente na tragédia clássica, passa a ser o centro das peças de teatro de Shakespeare, que entendia seu mundo como antropocêntrico. E, se antes as paixões e os instintos se sobrepunham à consciência e o tempo era imiscível, nas obras shakespearianas razão e paixão se encontram e se unem guiando as ações humanas, o tempo se torna um elemento indispensável para os heróis.

No homem, não há somente o bem ou o mal. Entendendo assim a

humanidade, Shakespeare construiu personagens repletos de contradições, e a inconstância nos sentimentos e ações presentes nas tragédias do dramaturgo criam cenas de oposições e desafios aos juízos de valores. E é esse desafio da moral entre os personagens que faz com que a tragédia aconteça. Um elemento fundamental para o trágico é que as ações se deem entre personagens que apresentam fortes relações de parentesco ou de confiança, e não entre estranhos ou inimigos, criando no público o choque quando o afeto é posto a prova com as quebras das regras e normas morais instituídas. Nas tragédias shakespearianas, onde o homem não está à mercê dos deuses, mas é o dono de suas ações, as ligações entre os personagens são fundamentais para que os instintos mostrem sua força e possibilitando que a tragédia gere horror, perplexidade e que a quebra da moral, típica dos jogos humanos em específico os políticos, fique clara.

Criar o momento que precede a transformação é fundamental para a construção de grandes tragédias. A tensão entre o velho e o novo, entre crenças herdadas e incorporadas, são o cenário ideal para os atores — sociais ou cênicos — viverem seu apogeu e queda. E, além da influência causada pela redescoberta das tragédias clássicas, a Inglaterra elisabetana também influenciou fortemente as obras de Shakespeare por meio das relações sociais e de Estado em intensa modificação, palco ideal para dar vida a heróis trágicos e situações limite. O dramaturgo que escreveu tendo como exemplo uma das mulheres mais importantes da história ocidental, Elizabeth I, utilizou intrigas palacianas, a fragilidade do indivíduo frente aos jogos de poder e a volatilidade do tempo para nos mostrar a moral defendida pela razão, e a ordem na qual tudo se refaz. Assim, a moral trágica de Shakespeare se assemelha à clássica por não ter a pretensão de nos educar, e coloca-se contra o mal transcendental, pondo em questão a ideia de mal absoluto, e criando a ideia de um mal que é vivenciado. O mal é uma situação que se cria e se vive, e não uma força onipotente que atingirá os personagens, como aparecerá nos dramas modernos. Porém, ao mesmo tempo em que a tragédia shakespeariana se aproxima da clássica, a criação do dramaturgo inglês também se assemelha à tragédia moderna por construir suas tramas em personagens que escolhem suas ações. Shakespeare nos coloca a sensação de que o trágico poderia ser evitado, diferente da tragédia de Édipo e seu destino inexorável, afinal, o destino dos homens não era mais entendido

como uma peça dos jogos divinos. Assim, para se pensar a tragédia criada por Shakespeare é necessário perceber, como aponta Williams, que o que emerge como a essência da tragédia é um sentido de ordem entendida a partir de uma organização, que continua mais poderosa que o homem, mas que agora atua de maneira específica e consciente.

A força da tragédia de Shakespeare está nos personagens que o dramaturgo cria e em suas ações. Os heróis trágicos shakespearianos estão sempre em situação de agir, em encruzilhadas e armadilhas e no limiar de decisões que eles sabem que, qualquer que seja o caminho, será sem volta. Para Szondi, em Shakespeare a tragédia não está no fato do herói ser levado pela divindade a fazer experimentações que o conduzem ao destino trágico, mas que os atos terríveis aconteçam por meio da escolha humana. E nesse limiar de qual decisão tomar é que podemos entender a inquietude de Hamlet, em “ser ou não ser”, ter que escolher como agir, sabendo que nenhuma das duas opções será inconsequente. Agir, nessa perspectiva, assume um duplo caráter: o de deliberar consigo mesmo tentando prever o melhor, a ordem dos meios e fins e, de outro lado, a necessidade de ter que contar com o desconhecido e incompreensível, um terreno que é inacessível. Além disso, nas tragédias shakespearianas não há o coro, ou cidade que atuam sobre o herói, como nas tragédias gregas. Assim, deixa de haver tragédias sem indivíduos centrais e suas ações racionalizadas, deliberadas.

As ações dos personagens de Shakespeare não são ligadas aos deuses, pois, “em Shakespeare não há deuses. Há somente soberanos, cada um dos quais é sucessivamente carrasco e vítima, e homens bem vivos, que têm medo. Estes limitam-se a olhar a grande escadaria da história. Mas o destino deles depende de quem chegar até o degrau mais alto ou cair no abismo. Por isso eles têm medo. A tragédia shakespeariana não é o drama antigo das atitudes morais frente aos deuses imortais; nele não há *fatum*³ decidindo o destino do herói” (KOTT, 2003, p.38). E com isso, na obra de Shakespeare o mundo nos é apresentado despojado de ilusões; o dramaturgo cria sobre um mundo real, mundo no qual ele vivia, refletindo muito do que ele via na sociedade de sua Inglaterra, nos jogos de

³ *Fatum*: nome dado na tragédia clássica ao destino que pesava tanto sobre os deuses quanto sobre os homens: “o que está escrito”, portanto, irrevogável.

poder que circulavam a Rainha Elizabeth I e nas personalidades daqueles que dividiam a vida e o palco com o ele.

Vinte e duas das 37 peças de Shakespeare tratam de temas políticos, se não de forma direta, ao menos como pano de fundo e com as relações de poder permeando as entrelinhas. Muitas das tragédias de Shakespeare têm algum teor político — quando não são extremamente políticas —, e por isso podemos pensar que o dramaturgo estava muito interessado nos temas que perpassam os jogos de poder e as ações de seus jogadores. Com isso, é interessante pensar na própria Rainha Elizabeth I como fonte de inspiração para Shakespeare — seja pela incontestável importância que ela teve em seu reino e na história da Europa, seja pelo fato de a rainha ser uma declarada admiradora das obras do dramaturgo que chegou a escrever peças sob encomenda para a corte.

Mulheres trágicas

Elizabeth entrava nos salões reais com a face pintada de branco, como uma boneca de porcelana, adornada de ouro e joias como um ídolo, rígida como uma deusa, coberta por seus inúmeros vestidos. Intocável. Sua eterna juventude esteve a serviço do seu reino e em seus súditos registrou sua marca, assim como em Shakespeare, que em suas peças deu vida a tantas mulheres-ídolo, deusas tocáveis e mulheres intocáveis. Shakespeare, certamente influenciado pela figura da Rainha Elizabeth I, soube perceber o quanto as mulheres podem ser estabilizadoras ou desestabilizadoras, e talvez por isso não faltaram papéis marcantes para as mulheres em suas tragédia. As mulheres das obras do dramaturgo inglês inscrevem com força cênica os traços de seu tempo, a realidade sociopolítica que se formava em uma Inglaterra feminina e poderosa.

Na Inglaterra, principalmente no século XVI, as mulheres das classes altas pareciam mais livres para as mulheres dos outros reinos, tanto pela constituição social do reino que diferia das outras partes da Europa, quanto pelo fato da mão forte da potência insular ser uma mulher. Porém, durante a era elisabetana as mulheres estavam constantemente sob os olhares de vigilância e reprimendas, começando pela própria rainha. O culto da personalidade de Elizabeth, que devolvera a liberdade e a força para a Inglaterra após momentos de instabilidade

política e econômica, pode ser entendido como uma afirmação à mulher, e as peças do dramaturgo refletiam o caráter feminino da rainha que influenciou seu reino e seu tempo.

As heroínas de Shakespeare não poderiam ser menos desconcertantes do que aquelas mulheres com as quais o dramaturgo viveu, e são lembradas e adoradas ao longo da história da dramaturgia dando uma força distinta às tragédias de Shakespeare. Se a tragédia não reflete a sociedade, mas põe em questão a estrutura social presente, é possível pensar que Shakespeare cria suas mulheres para questionar se as mulheres eram pacifistas por natureza, se nasceram apenas para procriar e, por isso, avessas a qualquer tipo de destruição ou desordem. Se a obediência era de fato uma característica feminina, se as articulações racionais eram próprias do pensamento racional masculino, enquanto as mulheres eram apenas guiadas pela emoção. A partir de Ofélia — de *Hamlet* —, Julieta — de *Romeu e Julieta* — e Lady Macbeth — de *Macbeth* —, três heroínas trágicas de trajetórias e ações completamente distintas, pode-se pensar como Shakespeare criou suas personagens femininas, mulheres que agem e carregam em si as consequências de suas escolhas, que vão de encontro com seus destinos. Essas três personagens, nas tramas que vivenciam, não buscam a felicidade, mas sim a vida e sua permanente instabilidade.

Chama atenção a força e o espaço que o dramaturgo deu para seus personagens femininos. Ofélia, Julieta e Lady Macbeth são exemplos de personagens que nos mostram como o amor e poder, como a razão e a emoção são inseparáveis dentro dos seres humanos, homens ou mulheres. E, por essas mulheres não negarem nem seus instintos nem sua racionalidade, isso as torna livres, transgressoras e perigosas. Cada mulher que Shakespeare criou traz alguma marca da sociedade da época do escritor, assim como traços inerentes ao humano, de qualquer lugar ou tempo.

Julieta, por exemplo, encontra-se na transição de valores de uma Inglaterra feudal para um governo centralizado e que mudava sua relação com outras partes do mundo. A antiga nobreza inglesa, caracterizada na peça pela família da heroína e de seu amante Romeu, reivindica o privilégio de realizar sua guerra particular sem considerar a nova ordem pública que se instaurava na época com a criação das grandes nações. Soma-se a isso a libertação do indivíduo, herdada do pensamento iluminista, fazendo com que as novas gerações passassem por

uma maior liberdade no âmbito particular da vida, diminuindo a aceitação dos casamentos por conveniência. Nesse cenário de transição social, Julieta e Romeu eram o centro de um fogo cruzado político que os levou à morte.

Ofélia é outra mulher criada por Shakespeare para mostrar mudanças e conflitos, representando o momento do surgimento de uma nova classe social que abalou as antigas estruturas sociais. Essa nova classe, a burguesia, caracterizou-se pelo desejo de ingressar na aristocracia e não de derrubá-la, e esse desejo é representado pelo comportamento do pai de Ofélia e o desejo de casá-la com o herdeiro do trono, Hamlet. Em *Hamlet*, as guerras civis pelo poder são substituídas por redes de intrigas e hostilidades armadas na corte, e assim se relacionam o personagem de Hamlet e seu tio Cláudio, o então rei da Dinamarca.

Assim como o homem moderno já se encontra no personagem de Hamlet, que sabe que são suas ações que determinarão seu destino, também há no personagem de Macbeth conflitos de consciência e ética que são inseridos após a Idade Média. Mas Shakespeare escolhe a esposa deste, Lady Macbeth, para ser a expressão trágica da tensão entre o velho e o novo, o racional aliado ao passional na luta pelo poder. *Macbeth* é uma peça na qual o jogo não se dá conforme as exigências de caráter do homem, mas o caráter do homem é que deve se dobrar às exigências de suas ações, carregando traços fundamentais das tragédias tradicionais ao mesmo tempo em que mostra a racionalidade presente nos dramas modernos. As personagens femininas são peças fundamentais para as tragédias shakespearianas, pois são agentes que ao mesmo tempo agem e são atingidas pelas ações dos outros personagens. Unindo razão e emoção, transitando tanto à margem da sociedade quanto no centro das relações palacianas, governando e se deixando governar, as mulheres assumem papéis tanto nas tragédias quanto na realidade da época de Shakespeare.

Os espectadores, ao mesmo tempo em que tentam se distanciar desses personagens trágicos, também se identificam e até almejam sua força, como definiu Aristóteles. Toda a vontade de Lady Macbeth, de Hamlet e também de Julieta e Romeu são caminhos para que possamos entender que o que há de novo nesse trágico criado por Shakespeare do qual não conseguimos nos afastar e nem nos espelhar. Também em Shakespeare, o que importa é o que acontece por meio do herói e não o que acontece a ele, como era na tragédia clássica. Ao

mesmo tempo, não há a crença na redenção, sofrimento como consequência do erro e felicidade como consequência da virtude. E essa tensão faz com que a tragédia seja uma interrogação que não admite resposta alguma. Como escreveu Bloom, Shakespeare foi o inventor do sujeito humano moderno, assemelhando-se a um daqueles deuses gregos que pregam peças e nos deixam muitas vezes sem uma explicação.

Ofélia, das três personagens citadas acima, é a que mais se deixa levar pelo rumo escolhidos pelos outros personagens da trama, e dessa forma, aceita se manter no papel de submissão e obediência, uma sombra muda dos homens da trama, e muitas vezes uma ferramenta para que eles alcancem seus objetivos. Ela aceitou não agir, calar, sufocar seus sentimentos e por isso ela se torna uma personagem tão importante. Por ela, vimos o quanto os egos masculinos desejam e como agem para alcançar seus objetivos. Por conta de personagens masculinos de inquestionável impacto, como o caso de Hamlet, alguns estudos sobre o Shakespeare consideram suas obras machistas, mas a crítica é mais contundente em relação às mulheres de suas comédias. Isso porque nas comédias shakespearianas a busca feminina pelo casamento é um tema recorrente⁴, e, na verdade, esse tema também circunda o personagem de Ofélia. Mas, além de não ser apropriado falar de machismo dado o seu momento histórico, no caso de Ofélia, a personagem é uma caracterização de uma mulher que abre mão de suas vontades e ações e aceita ser uma peça nos jogos masculinos.

Na construção de Ofélia, a loucura tem sua razão, assim como em outros personagens de Shakespeare, e o caminho de sua demência tem especial valor. Ela desvenda uma verdade que não queria ser vista, a verdade de que Ofélia não poderia ter se submetido aos gostos masculinos, abrindo mão de ações próprias, sentimentos, instintos e assim deixando a escolha alheia seu futuro. É por ter sido guiada pelos outros que Ofélia enlouquece, por carregar sentimentos e pensamentos aprisionados, oprimidos, ignorados. A força de Ofélia vem à tona por meio de sua loucura, foi preciso um desespero fruto da consciência do que

⁴ Há em *The Cambridge Companion to Shakespeare* a informação sobre os estudos feitos em Shakespeare no que diz respeito à questão de gênero. Esses estudos se deram a partir de 1970, influenciados pelos movimentos gays e feministas. Porém, não há como falar em machismo se tratando de um autor que escreve séculos antes da criação do conceito. Além disso, mesmo nas peças nas quais as personagens femininas buscam um casamento, isso se dá muito mais em busca de satisfação pessoal do que por uma condição social.

se tornou, no que a tornaram, um desespero sem saída, e assim a loucura se torna a única saída possível para uma vida que nunca a fez feliz. Ofélia apenas cantou e viu a beleza das flores em sua loucura.

Ao contrário de Ofélia, Julieta não se submete às vontades alheias e escolhe a realização de seus desejos, mesmo quando estes encontram resistências em sua família e sociedade. No início da peça, Julieta é uma menina obediente e com um casamento arranjado por seu pai. Mas ao conhecer e se apaixonar por Romeu, decide escolher o rumo de sua vida, desacatando as ordens alheias, deixando de lado o bom casamento arranjado e escolhendo seu destino guiado por sua paixão. Sem enlouquecer como Ofélia, Julieta manda aos infernos os pecados, casa-se escondido, passa a noite de núpcias com Romeu, mente para seu pai e sua mãe, rompe a relação de afeto com a ama e, no ápice de sua resistência às ordens sociais e ao controle e mando familiar, suicida-se por não querer se submeter a uma vida que não foi sua escolha. A força de Julieta contagia Romeu que a segue na paixão, no plano de se casar escondido e de morrer. Ela, por seu amor, por sua liberdade e insubmissão muda o rumo de sua vida e, por ser heroína trágica, influencia no curso de toda Verona.

E por fim, Lady Macbeth que leva aos extremos suas ações, guiadas por suas vontades, suas potências, seus quereres. Como Julieta, Lady Macbeth também é a personagem que guia seu amado, Macbeth, a agir para cumprir seu destino trágico e mudar a história de seu reino. Essas heroínas sabem que suas ações terão consequências, porém não é o medo destas que determina suas escolhas, mas a gana de satisfazer suas vontades. Lady Macbeth trama o assassinato do rei de forma calculista, zomba da consciência de seu marido, conquista o poder por sua racionalidade e usa as mãos do marido como seus instrumentos para conquistar o posto de rainha. Lady Macbeth não tem filhos e não se interessa em tê-los, pois sua vontade não é a de gerar os herdeiros do trono, seu interesse é pelo poder. Lady Macbeth assusta e seduz por ser racional e calculista, e com isso, alguns estudiosos rotulam seus atos como masculinos, outros a caracterizam como a Eva que entrega a maçã a Adão, gerando a expulsão do paraíso. Mas a heroína é um personagem que sabe o que quer e que age no sentido de satisfazer seus desejos, uma mulher que toma as rédeas de sua vida, que não espera pela decisão dos homens, nem aceita que as convenções sociais ou familiares determinem suas vontades. É o lado passional, considerado como tipicamente feminino, unido ao

racional que desconcerta, que torna essas mulheres insuportáveis.

O suicídio das três heroínas não nos é apresentado somente como um recurso cênico para solucionar os impasses das personagens, mas a morte vinda de suas próprias mãos é a tragédia que se concretiza, afinal, está na mão do herói trágico construir e viver seu destino. É certo que a vida deságua na morte, mas esses suicídios são mais do que isso, são os últimos atos transgressores que desafia as instituições religiosas e de estado. Mulheres tão livres e transgressoras, que traziam tanto instinto e paixão.

As peças de Shakespeare nos trazem, em meio à beleza e à crueldade da arte, espelhos da sociedade, dos sentimentos e instintos humanos. Como colocou Kott, “o mundo é um espetáculo semelhante à tempestade e ao furacão; a frágil avelreira fica estendida no chão, as grandes árvores majestosas caem, raízes arrancadas. Cruel é a ordem da história, ameaçadora é a ordem da natureza, terríveis são as paixões que brotam no coração humano” (KOTT, 2003, p.61). Toda a natureza está envolvida nesse jogo sem regras, onde não há vencedores ou perdedores, apenas jogadores. O herói trágico não é aquele que sobreviverá ao final de todas as agruras da trama, mas aquele que aceita a vida com seus jogos, sem lamentações, sem esperar pelo troféu, mas aquele que joga com a vida, com a vontade de potência, “o sofrimento é uma parte vital e energizante de ordem natural” (WILLIAMS, 2002, p.67) e não poupa o herói trágico e heroínas.

Nos personagens de Shakespeare, tanto os homens quanto as mulheres, estão contidos os instintos humanos, a alma racional e toda a natureza latejam dentro deles, sem que haja clara separação entre o racional e o emocional relacionado ao gênero dos personagens. Assim, as tragédias shakespearianas trazem à luz as chagas que estão cobertas com tecidos nobres, faz com que o bem e o mal se confundam e se mostrem, para espanto e pavor de sermos tanto um quanto o outro, deixando expostas a instabilidade do mundo, dos homens e a fragilidade das instituições. A ordem retorna aos mais podres reinos nos finais das tramas, mas não vem como uma redenção, um alívio, mas como um fim inerentemente natural e o mesmo acontece com a morte, por mais terrível que ela nos seja apresentada, ela vem como parte inseparável da história. Não produz catarse, nem a solução para o indivíduo, pois para o dramaturgo parece não haver saída feliz, mas é apenas o ciclo da vida.

Sendo assim, o gênero trágico criado por Shakespeare, tão singular e

imortal quanto as tragédias gregas, deixa fervilhar e torna claros os conflitos construídos pelas personagens estudadas ou aqueles dos quais elas participaram. Ofélia, Julieta e Lady Macbeth participaram de teias de relações que criaram possibilidades e ações, ora usadas ora negadas por essas personagens que nos mostram que, às margens do jogo político, sendo pegas por contingências ou agindo por escolhas próprias, as mulheres de muitas formas participam das relações sociais e políticas. É o recolhimento de Ofélia que evita participar de um jogo da qual ela fazia parte sendo manipulada que se choca com a resistência e dissimulação de Julieta que não obedece às normas familiares fugindo de uma vida que ela não quis para si. Ambas, em seus amores, contrastando com a racionalidade de Lady Macbeth, que arma a conquista do poder e exerce também um poder altivo em relação com seu marido. São três personagens que nos mostram que a mulher pode unir em si aspectos racionais e passionais, agindo e resistindo, enlouquecendo como forma de inscrever no corpo os acontecimentos de suas vidas, não os negando, mas entregando-se a eles e em seguida à morte.

Resistindo e obedecendo às convenções familiares e sociais, consciente ou inconscientemente, Ofélia, Julieta e Lady Macbeth são os limiares de transição e tensão entre os poderes familiares e de seus reinos. Essas personagens mostram que não há lugar que consiga aprisionar seres humanos sem que haja um mínimo de resistência. Elas burlam as normas sociais, dissimulam uma obediência, e cumprem seus destinos. São as velhas ideias, os jogos de poder e uma sociedade que se transforma e que encontram nessas personagens algumas dessas mudanças expressas. É o encontro de mundos que antes estavam separados, mulheres e homens de lados opostos da sociedade. E essas mulheres de Shakespeare acabam sendo mais livres porque aceitam que a vida é um eterno “sim” ao destino, e por isso são heroínas trágicas que sabem que “a vida é uma sombra ambulante... um conto cheio de som e fúria” (Macbeth, *Macbeth*, V, v).

Referências

ARISTÓTELES. *Poética*. São Paulo: Ed. Nova Cultural, 1999.

BLOOM, Harold. *Shakespeare: a invenção do humano*. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2001.

BOQUET, Guy. *Teatro e Sociedade: Shakespeare*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1989.

CARLSON, Maryin. *Teorias do Teatro*. São Paulo: Ed. Unes, 1995.

GRAZIA, Margreta and Stanley Wells. *The Cambridge Companion to Shakespeare*. Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

KOTT, Jan. *Shakespeare Nosso Contemporâneo*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

NIETZSCHE, Friedrich. *O Nascimento da Tragédia*. São Paulo: Cia das Letras, 2003.

PIERRE, Jean e Pierre Vidal-Naquet. *Mito e Tragédia na Grécia Antiga*. São Paulo: Ed. Livraria Duas Cidade, 1977.

SZONDI, Peter. *Ensaio Sobre o Trágico*. Rio de Janeiro: Jorge Zadar Editor, 2004.

WILLIAMS, Raymond. *Tragédia Moderna*. São Paulo: Ed. Cosac & Narify, 2002.

SHAKESPEARE, William. *Hamlet*, Trad. de Millôr Fernandes, Porto Alegre: L&PM Pocket, 2004.

_____. *Macbeth*, Trad.: Manuel Bandeira, Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, 1997.

_____. *Romeu e Julieta*, Trad.: Barbara Heliadora, Rio de Janeiro, Editora Nova Fronteira, 1997.

Miró: expressão política entre as linhas e as formas condensadas das cores

Luís Fernando Zuliatti¹

Silvia Helena Nogueira²

Resumo: Este artigo apresenta uma leitura de Miró, em uma perspectiva linearmente dialógica entre o contexto da época e as relações significativas proporcionadas pela linguagem das cores e das formas. Para isso, expõe um recorte de sua trajetória pessoal e analisa a obra *Natureza-Morta com Sapato Vermelho*, em uma linguagem acessível, de fácil compreensão.

Palavras-chave: Miró. Arte Surrealista. Perspectiva Dialógica.

67

Abstract: This article presents a reading of Miró, in a linearly dialogical perspective between the context of the time and significant relationships provided by the language of colors and shapes. Due to reach this, exposes a piece of his personal life and analyzes the work *Still Life with Red Shoe* in a simple language, easy to understand.

Palavras-chave: Miró. Art Surrealist. Dialogical Perspective.

¹ Pós-Doutor em Arte, Mídia e Política, pela PUC-SP e Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP, Coordenador do curso de Gestão de Marketing, na FAAP-SP.

² Doutora em Língua Portuguesa pela USP, atuando como Professora Pesquisadora da Faculdade Anhanguera de Jacaré e docente efetiva na Rede Pública de Ensino do Estado de São Paulo.

Introdução

Miró dizia que “un cuadro no se acaba nunca, tampoco se empieza nunca, un cuadro es como el viento: algo que camina siempre, sin descanso.” Palavras 1 pois assim como o vento, ela ultrapassa limites, sem descanso nem fronteiras, sobretudo as ideológicas.

A arte diz o que a realidade tenta esconder. A linguagem das cores desvela relações significativas que permitem ao leitor saber ler além do que seus olhos veem. Este artigo objetiva uma leitura contextualizada de Miró, nessa perspectiva linearmente dialógica.

O começo deu-se em Barcelona, a 20 de abril de 1893, no seio de uma família catalã, na qual nasceu Joan Miró i Ferrá. Seu pai, Miquel Miró i Adzerias, natural de Tarraginá, era um ourives; sua mãe, Dolors Ferrá, filha de um marceneiro de Maiorca, era uma dona de casa. Miró teve uma infância triste e solitária. Os momentos de alegria restringiam-se às férias de verão na casa dos avós paternos, em Cornudella, em Tarragona, e da avó materna, em Palma de Maiorca, onde já demonstrava seu talento em inocentes desenhos. Aluno tímido e mediano, Miró considerava a escola enfadonha e mostrava disposição apenas nas aulas de desenho.

Em 1907, o jovem já demonstrava sua vocação artística. Aos 14 anos, em razão de seu baixo rendimento escolar, seus pais decidiram prepará-lo para uma vida profissional no comércio, porém Miró se matriculou na prestigiada Escola de Belas-Artes de Barcelona Llotja. Ali, conheceu professores que foram importantes para sua carreira: o paisagista Modest Urgell i Anglada e o mestre em artes decorativas Josep Pascó.

Em 1910, seus pais interferiram novamente contra a inclinação de Miró ao arrumar-lhe um emprego como auxiliar de contabilidade em uma empresa de produtos químicos. Isso o levou a um estado de depressão nervosa que foi agravado ao contrair tifo. A doença teve efeito transformador na vida de Miró. Longe da pressão dos pais, Miró se recuperou e tomou a decisão de se dedicar à pintura, matriculando-se na inovadora academia de Arte de Francesc d' Assis Galí. Diferentemente da Llotja, a Academia de Galí procurou valorizar a personalidade do artista sem imposições estéticas.

A passagem de Miró pela Academia foi essencial para o desenvolvimento

de sua obra e, rapidamente, ela percebeu que seu novo aluno possuía grande dom para a cor. Em 1914, Miró concluiu seus estudos na Academia Galí e alugou um ateliê com outros colegas. Naquele início, o pontilhismo e o fauvismo inspiraram suas primeiras pinturas a óleo.

Entre 1917 e 1918, Miró pintou mais telas do que nos anos anteriores, sendo influenciado pelo Fauvismo, Cubismo, Futurismo, pelas estampas japonesas e a da arte românica. Sua primeira exposição individual, organizada na Galeria Dalmau, em 1918, gerou indignação de parte do público pelo vanguardismo. Desapontado, ele partiu para Mont-roig, onde e sua pintura evoluiu para uma sofisticação minuciosa nos detalhes.

Em Paris, as inovações artísticas se sucediam e se interpenetravam; do Expressionismo ao Surrealismo, passando Cubismo e Futurismo. Miró, que em 1919 chegou à capital francesa com 26 anos de idade, não poderia ficar fora da agitação que acontecia nos meios culturais parisienses. Assim, passou a frequentar todos os encontros que aconteciam nos cafés da cidade. Dessa maneira, acabou, fatalmente, unido ao grupo surrealista de André Breton (1896-1966), fazendo amizade com Mar Ernst (1891-1968), Marcel Duchamp (1887-1968) e outros artistas.

Em 1925, Miró abandonou a figuração fantástica e aprofundou-se ainda mais na simplicidade da pintura e da abstração, superando o real e o imaginário.

O triunfo da direita espanhola nas eleições de 1933 marcou o início do biênio negro, período em que os conservadores tentaram destruir as reformas sociais implantadas pelo governo anterior (RICART, 2007).

Com intensos protestos da oposição, em outubro de 1934, surgiram conflitos na Catalunha e nas Astúrias. “Antes do início da crise político-social da Espanha, Miró havia iniciado uma série de obras de seres monstruosos e disformes chamadas pinturas selvagens”. (RICART, 2007, p.24). Miró, nesse período, pressentia uma catástrofe, mas não sabia qual seria; vivia uma atmosfera de mal-estar pressentindo o início da Guerra Civil Espanhola e a segunda Guerra Mundial. Mais tarde, Miró registrou: “tentei representar esse ambiente trágico que me torturava e que percebia dentro de mim” (RICART, 2007, p. 25).

1 Observador do mundo das cores

À medida que a crise político-social se aprofundava, Miró não podia mais ignorar os acontecimentos políticos que o cercavam, como um assustador monstro que, a qualquer momento, poderia engolir tudo. Suas obras nesse período dão voz a tais receios. As reformas políticas na Espanha se manifestaram como um prenúncio de uma guerra civil em outubro de 1934. A vitória eleitoral dos conservadores teve como resposta uma série de greves gerais da esquerda. O governo central de Madri reagiu e declarou o estado de emergência na Catalunha e nas Astúrias, provocando uma revolta social que o exército depressa reprimiu na Catalunha.

“Nas Astúrias, cerca de 30 mil mineiros resistiram durante duas semanas ao Exército da África e à Legião Estrangeira comandada por Francisco Franco. Com a insurreição dominada [...], cerca de dez mil suspeitos foram presos” (MINK, 2006, p.58). A segunda República Espanhola acabava de nascer e estava condenada pela oligarquia que não via com bons olhos a democracia nascente e a abolição forçada dos seus privilégios; além disso, operários e camponeses desiludidos insurgiam-se contra a estagnação de suas condições de vida. A situação política não parou de se agravar até o rebentar da Guerra Civil em 1936 (Idem.).

A posição de Miró nesse mundo era a de um observador, por isso não abordou abertamente a crise política e institucional que seu país atravessava (MINK, 2006).

Miró, nesse período, iniciou uma série de obras de seres monstruosos e disformes, chamadas pinturas selvagens, que representava a atmosfera de mal-estar vivida por ele, mal-estar mais físico do que moral, que ele pressentia e que se sucederam a Guerra Civil Espanhola e a Segunda Guerra Mundial. Segundo Russo (2007, p.25), Miró tentou representar esse ambiente trágico que “lhe torturava e que percebia dentro de si”. Como Shakespeare em *Cimbelino*, ato III - Cena III: Belário “As lidas da guerra são só canseiras que parecem buscar perigos em nome da glória, mas esta fenece no esforço da procura e o que não raro se alcança é um epitáfio injuriosos como recordação de um grande feito” (SHAKESPEARE, 1998, p.56).

Em 18 de julho de 1936, com o início da Guerra Civil Espanhola, Miró e sua família se refugiaram em Paris. Sem ateliê, Miró trabalhou em um espaço da

Galeria Pierre. “Ali pintou, entre janeiro e maio de 1937, Natureza-morta com sapato velho (ver figura 1), obra de grande intensidade dramática que descreve a tensão dos anos anteriores à Segunda Guerra Mundial” (RUSSO, 2007, p.25). Nesse ano, ocorreu a Exposição Universal de Paris. A Espanha republicana em guerra participou da exposição com Picasso, Miró, Calder e Julio González, entre outros artistas. Foi para esse pavilhão que Picasso pintou Guernica, uma evocação do primeiro bombardeamento aéreo de civis indefesos na Espanha. De acordo Mink (2006, p. 66):

O arquiteto Sert convenceu Miró a decorar uma parede da altura de dois andares. Miró, que nunca realizara uma obra tão monumental, decidiu então pintar um retrato de um camponês catalão com uma foice na mão fechada e erguida. O ceifeiro (ver figura 2) tem uma relação óbvia com as pinturas selvagens e assemelha-se muito ao selo e ao cartaz (ver figura 3) que Miró desenhou em 1937 para as obras de beneficência em favor da causa republicana e contra a Guerra Civil espanhola.

O *Ceifeiro* simbolizava para Miró e para a Catalunha a perda da liberdade em captação do centralismo burocrático de Castela imperialista desde o século XVII. Os painéis de parede de *O Ceifeiro*, realizados sobre celatex, desapareceram ou foram destruídos depois da desmontagem do pavilhão. É estranho que todas as outras obras de arte expostas tenham sido salvas ou recuperadas, e que Miró não tenha feito qualquer tentativa no sentido de salvá-lo. Segundo Mink (2006), foi *Natureza-Morta com Sapato Vermelho* e não *O Ceifeiro* que Miró consideraria mais tarde como o seu equivalente a Guernica.

2 Natureza-Morta com sapato Vermelho

Essa obra é considerada por Miró uma das suas mais importantes e foi pintada entre janeiro e maio de 1937. Para RUSSO (2007), Miró pintou naturezas-mortas completamente realistas, querendo expressar a realidade poética das coisas. O que ele não podia assegurar é se conseguiria na medida desejada, pois vivenciou o drama que estava ocorrendo na Espanha, superando o imaginável.

Esse quadro (ver figura 1) se baseia no temor da guerra. Na mesa, os objetos da vida cotidiana servem de tema: uma garrafa quebrada e retorcida de

gim, envolvida em um papel de cor amarelada e avermelhada e amarrado com barbante, uma maçã espetada com garfo, um pedaço de pão e um sapato velho.

De acordo com Ghiraldelli (2010), a obra de arte torna visível o eu interior do artista, delimitada por visões restritas à intimidade de cada um. A arte é observada como um sistema de símbolos no campo da estética analítica. Pode-se verificar na pintura que o desenho e a cor são a expressão e a manifestação mental da imaginação, símbolo da elaboração de uma ideia oriunda do intelecto, conforme Lichtenstein (2006, p.20).

Talvez esteja aí a origem do provérbio grego “de uma unha de um leão”: ao ver esculpido em uma rocha apenas a unha de um leão, um homem de talento poderia compreender com o intelecto, a partir daquela medida e forma, todas as partes do animal e, em seguida, o animal inteiro, como se o tivesse presente e diante dos olhos.

Na obra de Miró *Natureza-Morta com Sapato Vermelho*, podem-se verificar: a finalidade proposta por ele e qual dos dois elementos, o desenho ou a cor, conduz mais diretamente à essa finalidade. Segundo Prat (1997, p.38):

O desenho, em toda sua precisão, só é compreendido por pouquíssimas pessoas e só agrada os conhecimentos mais refinados e os pintores mais hábeis, ao passo que a cor, tal como entendemos, em toda sua precisão e harmonia, encanta a todos. Agradar somente aos ignorantes é pouco, agradar somente aos sábios é muito; mas a perfeição absoluta consiste em agradar a todos.

72

Embora Miró não partisse de um código predeterminado ou comum, as figuras e as cores nessa obra transmitem uma significação e uma precisão harmônica que encanta o espectador. As cores realçam e transmitem as transformações em explosões luminosas aos olhos, como em textos iconográficos à beira da significação. Como cita Manguel (2001, p.48), bem distante daí, na ilha de Tati, Paul Gauguin escreveu, em 1891:

Uma vez que a cor mesma é misteriosa nas sensações que proporciona, logicamente podemos desfrutá-la misteriosamente [...] não como desenho, mas como uma fonte de [...] sensações da própria natureza da cor, da sua força interior, enigmática e misteriosa.

Para Manguel (2001, p.48), essa força pode ser anônima. O poeta Miguel Hernández, escrevendo sobre os horrores da Guerra Civil espanhola, tentou

descrever por meio de cores anônimas o espectro horrendo da guerra: “pintada e não vazia, pintada está a casa, a cor de todas as grandes paixões e desgraças”.

A cor é o que torna os objetos sensíveis à visão. Assim, o colorido é uma das partes essenciais da pintura, por meio da qual o pintor imita e cria a aparência das cores de todos os objetos naturais e imaginários e aplica a cor mais adequada para iludir os olhares.

Essa parte da pintura abrange o conhecimento das cores e sua maneira de empregá-las e a inteligência do claro-escuro, pois existe uma grande diferença entre a cor simples e a cor local. A cor simples é aquela que, sozinha, não representa objeto algum, como o branco puro, isto é, sem mistura, ou o preto puro, o amarelo puro, o vermelho puro, o azul, o verde e as outras cores que o pintor, inicialmente, coloca em sua paleta e que lhe servem, em seguida, para fazer as misturas de que necessita para chegar a uma imitação fiel ou não.

A cor local é aquela que, em relação ao lugar que ocupa e com o auxílio de alguma outra cor, representa seu olhar imaginário ou um objeto singular, como um tom de vidro, um tecido, uma peça de vestuário ou qualquer outro objeto. Isso é chamado local porque as cores se complementam em claro-escuro. Há também dois tipos de cores, a natural e a artificial. A cor natural é aquela que torna visíveis todos os objetos que se encontram na natureza, e a artificial é uma mistura criteriosa que os pintores compõem, a partir das cores simples que estão em sua paleta, para descrever a cor do objeto.

Miró tem o conhecimento perfeito desses dois tipos de cores: da natural, para que saiba o que deve imitar, e da artificial, para que saiba misturar as cores e obter tonalidades capazes de representar perfeitamente a cor natural. Esta abrange três tipos de cores representadas em sua obra *Natureza-Morta com Sapato Vermelho*: a primeira, a verdadeira cor do objeto; a segunda, a cor refletida; a terceira, a cor da luz. E as cores artificiais, devem conhecer seu valor, sua força, sua tensão e leveza, tanto isolada quanto comparativamente, para carregar algumas e atenuar outras quando a composição do tema assim o exigiu.

Miró, nesse quadro, não só almeja tornar belo, natural, real e verdadeiro cada um desses objetos pintados, mas cuida também da harmonia do conjunto: ora atenua a vivacidade do natural, ora aumenta o brilho, a tensão e a força das cores que encontra a fim de exprimir com vivacidade e verdade o caráter do objeto e seu posicionamento a favor da liberdade em meio a um ambiente político sob

uma atmosfera de angústia. Baseado no temor da guerra, esses objetos em cima da mesa transmitem o sentimento de pobreza, abandono, desorientação e raiva. Pode-se dividir essa cena em três partes: invenção, desenho e cor.

A primeira inventa e cria os objetos e os dispõe da maneira mais vantajosa e conveniente, a segunda dá proporções corretas e a terceira aplica-lhes cores capazes de impressionar os olhos e iludi-los, assim a cor é essencial e necessária nessa composição quanto à forma, às linhas e ao desenho.

O vermelho que contorna a garrafa, o pão, o garfo e o sapato transmite o fogo terrível, devorador, grande agente de destruição. Símbolos da guerra e do caos de uma força destrutiva. Nessa composição, Miró mistura uma gama de cores a partir das primárias vivas e sombrias com suas pinceladas, pintadas com três cores primárias feitas na paleta, antes de aplicadas na tela. A diferença entre o tom de vermelho e laranja na parte superior do céu enfumaçado consiste no fato de que as cores do céu são surdas ou sombrias, e nas figuras são cores fortes e saturadas ou vivas. Todas as cores de tons de vermelho nas figuras foram obtidas pela mistura de quatro cores primárias vivas: Vermelho de Cádmio, Vermelho de Condensação Azo, Azul Ftalo, Cádmio Limão, já as cores sombrias do céu baseiam-se em uma mistura de Vermelho Indiano, Azul Cobalto e Amarelo Limão e Amarelo Diarilida.

Essas versões mais sombrias das quatro cores primárias combinam-se bem e produzem tonalidades sutis de vermelhos, laranjas, verdes e cinzentos. Essa solubilidade pode construir sobreposições de cores, o que tem a ver com a imagem da fumaça no fundo da tela voltando ao céu como símbolo da destruição. O preto e o verde pressionam os objetos, que, graças a uma coloração incandescente, parecem arder na escuridão. O preto só pode ser percebido em contraste com outras as cores dos objetos, preto das entranhas, preto do desaparecer, ocre amarelo dos ossos e verde da pele pálida.

Em sua pintura, Miró apresenta a superfície colorida em tonalidades média e escura, tradicionalmente usadas para efeitos de *chiaroscuro*, em que se salienta o contraste entre objetos total ou parcialmente iluminados e fundos escuros. Esse método de pintura consiste em trabalhar com tons claros, e pigmentos opacos em uma superfície escura. Em geral, uma superfície de um verde misturada com azul frio transmite a sua frieza à pintura, enquanto um laranja / amarelo ou um vermelho têm um efeito quente. Isso permite empregar pigmentos transparentes

diluídos sem prejuízo das características de cada cor, e permite também o uso do branco para os tons claros e para salientar os volumes nos objetos.

Embora Miró parta de um código predeterminado ou comum, as cores e os objetos da obra transmitem sua significação própria para o espectador. O pão representa o alimento do corpo e da alma e a unidade. Na Páscoa judaica, o pão ázimo significa humildade e sacrifício; o ato de partir o pão é associado à partilha e ao sacramento cristão: eucaristia, em que o pão simboliza o corpo de Cristo, mas, para ele, são os corpos dos civis indefesos.

O sapato é sinal de luto e de morte, e a maçã simboliza o amor, fertilidade, juventude e imortalidade, sua forma circular indica a eternidade, associada ao conhecimento. O garfo espetado na maçã significa o bombardeamento, morte, comandos de execução. Segundo Mink (2006, p.62) Miró só “queria recordar, fosse de maneira fosse, essa época tão dramática e tão triste. Todavia, devo confessar que essa altura não estava consciente para pintar à minha Guernica”.

Esse efeito, sublinhado pela linha do horizonte, evoca um incêndio apocalíptico, segundo Jacques Dupin (*apud* RUSSO, 2007, p.64) que chamou de “Guernica de Miró”. Essa linha que divide o quadro no horizonte mostra o confronto entre fracos e fortes e o comportamento do opressor que domina. Para Ghirdelli (2010, p.54, v.4) Nietzsche inicia dizendo “[...] a comunidade necessita de ordem e paz, o que se sobrepõe a qualquer outra necessidade [...] mecanismos de troca e com eles, as determinações de promessa e as formas de cobrança do prometido, da dívida”. Ora no ato da cobrança, o confronto entre fracos e fortes mostrou-se problemático. O homem fraco e racional logo descobriu que poderia desenvolver contra um homem altivo, nobre, saudável e forte uma estratégia – “o uso da racionalidade [...] assim os fracos inventaram a ideia de liberdade”.

Nessa imagem de Miró, são classificados: o comportamento de forte, as cores como um erro, como maldade, e o cultivo da ideia de que o forte teria de ser posto para fora da comunidade, que ele não poderia conviver socialmente, uma vez que causava um mal comunitário à injustiça, à desagregação da comunidade ao lado da ideia de liberdade; os fracos criaram a ideia de justiça.

Ainda que Miró não parta de um código predeterminado ou comum, as cores da obra transmitem sua significação própria para o espectador. Segundo Manguel (2001), a exemplo das letras ilustradas dos manuscritos medievais, em

que os ornamentos ao mesmo tempo exaltam e ocultam o alfabeto, o emprego que Miró faz das cores parece realçar ou esconder uma escrita em esqueleto entre a ideia, a realidade, o movimento e o ato. Não existe, é claro, nenhum alfabeto desse tipo, mas a tendência para ler, para buscar sinais significantes em todas as criações artísticas, transforma as explosões de cores de Miró em textos iconográficos à beira da significação, aos olhos do leitor. Conforme Manguel (2001, p.48), “na ilha do Taiti, Paul Gauguin escreveu em 1891”:

Uma vez que a cor mesma é misturada nas sensações que proporciona, logicamente podemos desfrutá-la misteriosamente [...] não como desenho, mas como uma fonte de [...] sensações oriundas da própria natureza da cor, da sua força interior, enigmática e misteriosa. Essa força pode ser anônima: o poeta Miguel Hernández escrevendo sobre os horrores da Guerra Civil espanhola, tentou descrever por meio de cores inominadas o espectro horrendo da guerra: Pintada e não vazia, pintada está a casa/ A cor de todas as grandes paixões e desgraças.

Esse método de ler uma pintura – que monopoliza as vantagens, tanto de um escritor quanto de um leitor, de um método similar à identificação supersticiosa de sinais no jogo de cartas ou de augúrios no casco queimado de uma tartaruga – é o único pelo qual os espectadores podem almejar penetrar na imagem posta à frente. Talvez seja método eficaz ou ineficaz, de alcance restrito e de resultado falhos ou não falhos, fornecendo não mais do que o fantasma da sombra de um reflexo entre os objetos, entrevisto no mais embaçado dos espelhos que possa imaginar daquilo que, na falta de um termo melhor, denomina-se de ato criativo.

Esse método ilude, imagina que a leitura abrange e até se assemelha à obra de arte em sua essência, quando tudo o que ela faz é permitir uma débil reconstrução das impressões por meio da própria experiência e conhecimento deturpados, enquanto se relata para si mesmo narrativas que transmitem não a narrativa, nunca a narrativa, mas sim alusões, insinuações e suposições novas.

Miró, com uma linguagem de signos mais individual e mais pessoal, torna-se com esse quadro um pintor do realismo social, procurando criar uma imagem mais facilmente compreensível dos modestos objetos representativos das pessoas simples. É certo que esses objetos nada fazem juntos sobre uma mesa, mas, reunidos, expressam um sentimento de pobreza e de raiva, de perda

e de abandono. Os pesados e predominantes pretos e verde-escuros oprimem os objetos modelados com cores intensas e puras, como se estes estivessem a arder na noite escura. Segundo Mink (2006, p.64), “Miró escreveu que procurava uma realidade profunda e fascinante e que tentava criar uma obra que pudesse concorrer com um Velásquez”.

Para encerrar este diálogo, foi possível perceber a liberdade de criação em Miró, cujo processo artístico caracterizou-se pela liberdade de expressão e pela dinâmica na elaboração dos elementos simbólicos. Ele retratou, metaforicamente, um contexto de violência desencadeado pela guerra e opressão, em um cromatismo intenso composto por um léxico próprio, vibrante. Esse olhar sobre tal realidade reforça suas origens catalãs e representam uma linguagem marcadamente surrealista.

Referências

- BUCCI, Mário; BARNAT, Jaume (trad.). *Joan Miró*. Barcelona: Nauta, 1970.
- GHIRALDELLI, Jr. P. *História essencial da filosofia*. São Paulo: Universo dos Livros, 2010, v.4.
- JOAN M.. São Paulo: Abril Cultural, 1968. (Gênios da pintura ; 68).
- MANGUEL, A.. *Lendo imagens: um história de amor e ódio*. São Paulo: Companhia das letras, 2001.
- MALET, R.M.; AZEVEDO, Francisco de Castro (trad.). *Joan Miró*. Rio de Janeiro: Livro Técnico, 1983.
- MINK, J.. *Joan Miró: 1893-1983*. Köln: Benedikt Taschen, 1994.
- PRAT, Jean-Louis. *Miró*. Martigny: Fondation Pierre Gianadda, 1997.
- SHAKESPEARE, W.. *Shakespeare de a a z: livro das citações*. Porto Alegre: L&PM, 1998.
- WEELEN, Guy. *Miró. Barcelona*. Gustavo Gili, 1960. 15 p.

Arte, arte indígena e liberdade

Dorothea Voegeli Passetti¹

A arte em si, a existência dela, talvez possa ser entendida como invenção da liberdade se fizermos uma viagem até tempos pré-históricos e nos lembrarmos das pinturas rupestres, aquelas impressionantes manifestações em paredes rochosas que muitos séculos depois foram descobertas em Altamira, na Espanha, em Lascaux, na França, ou por Niéde Guidon na Serra da Capivara, no Piauí, aqui no Brasil. Elas atestam a libertação do homem em relação à sua origem natural, como também já foram mencionados a ferramenta, o fogo, as proibições. Essas pinturas rupestres são uma das mais antigas manifestações da cultura. As mais remotas datam, segundo as convenções do tempo, de aproximadamente 32 mil anos atrás, em Chauvet, ou 37 mil anos, em Abri Castanet, ambas na França, e, conforme datação realizada recentemente (de junho 2012), de 40 mil anos atrás, em El Castillo, na Espanha.

O que seria essa arte? Registro de cenas de caça ou de rituais? Isso está nas pinturas francesas. Em El Castillo, são contornos de mãos humanas que parecem ser usadas como moldes ou máscaras para imagens “pichadas” a partir de tinta vermelha lançada por spray: pigmento soprado por esses remotos artistas sobre mãos apoiadas nas paredes rochosas. Se para a chamada

¹ Professora do Departamento de Antropologia do Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais da PUCSP; pesquisadora do NEMA e diretora do Museu da Cultura da mesma universidade. Autora de *Lévi-Strauss, Antropologia e Arte*, EDUC/EDUSP, 2008.

história da humanidade é primordial conseguir datá-las, aos olhos de quem quer simplesmente admirá-las talvez baste saber que são de muito tempo atrás, e não produto de experimentação estética contemporânea. Sendo assim, a pergunta se é invenção de liberdade ou não perde a pertinência, pois o que está em jogo não é a atribuição moderna de arte a essas lindíssimas pinturas rupestres, mas a constatação de que elas compõem parte importante e decisiva do testemunho mais antigo da existência humana no planeta. A arte funda a humanidade, que assim rompe com sua natureza meramente animal. Isso não precisa ser entendido como invenção de liberdade. A liberdade é uma questão relativa à política ou contra ela.

Contudo, de lá para cá, a arte parece ter seguido caminhos conforme as regras que ela própria criou, o que significa dizer que, para existir, construiu sólidas condições de autodefesa e autodefinição. Em todas as sociedades, ocidentais ou não, fazer arte passou a ser algo que obedece a critérios estéticos definidos e conhecidos.

Um deles, conforme Michel Foucault, é o estabelecimento de uma relação do artista com o desnudamento, o desmascaramento, a decupagem, a escavação e a redução do elementar da existência. Teríamos, assim, a irrupção do debaixo, embaixo, sem direito e sem expressão na arte moderna, a partir de meados do século XIX, arte que Foucault identifica situando o “modo de vida como escândalo da verdade” (FOUCAULT, 2009, p.163). Afirma que “a arte estabelece com a cultura, com as normas sociais, com os valores e cânones estéticos, uma relação polêmica de redução, de recusa e de agressão” (FOUCAULT, 2009, p.165), que pode ser entendida como rejeição e recusa das regras.

Os artistas que inspiram Foucault a entender a arte dessa forma são Manet, que, como impressionista, rompe com as regras da pintura no século XIX; Francis Bacon, que no século XX continua com esse processo, criando imagens de pessoas deformadas e corpos irreconhecíveis, e que é também referência para Gilles Deleuze; Baudelaire, que no século XIX revolucionou a poesia e a literatura e, entre outros, escreveu *Os paraísos artificiais*; Samuel Becket com seu Teatro do Absurdo, e William Burroughs, conhecido membro da Geração Beat, autor de obra literária, que segundo a lenda, foi escrita sob uso de entorpecentes. Esses são alguns artistas que fazem da arte, segundo Foucault, um “lugar de irrupção do elementar, desnudamento da experiência” (FOUCAULT, 2009,

p.165). A arte passa a ser, segundo ele, “rejeição perpétua da forma adquirida”, desempenhando função anticultural. “O consenso da cultura se opõe à coragem da arte em sua verdade bárbara. A arte moderna é o cinismo da cultura, voltada contra ela mesma (...). É na arte que principalmente se concentram, no mundo moderno, em nosso mundo, as formas mais intensas de um dizer-a-verdade que tem a coragem de assumir o risco de ferir.” (FOUCAULT, 2009, p.165).

Esses artistas e tantos outros proeminentes da arte do século XX e início do XXI são inventores de liberdade, o que não quer dizer que toda a arte o seja. Se ser livre é contestar, proferir verdades insuportáveis, certamente não são todos os chamados artistas que o fazem. Se ser inovador numa técnica de execução de uma obra é ser artista, isso não faz desse artista um promotor da rejeição da forma adquirida. Desde o século XX, ou meados do XIX, a arte é imposição de inovação.

Atualmente, a expressão de liberdade, para um artista contemporâneo, ou é a obrigação de reais invenções em sua obra (e isso não pode ser entendido como liberdade de criar, mas como obrigação), ou é contestação da imposição da forma de arte em sua sociedade, sua cultura e o mercado que o sustenta e consagra. Se voltarmos para o final do século XIX e início do XX, o que fizeram os impressionistas, os modernistas? Romperam com os padrões anteriores e criaram novos, baseados numa nova lei: a obrigatoriedade de contestar a arte anterior à sua, e criar uma nova forma artística. É proibido proibir e tudo é possível? Não. A invenção da novidade nem sempre é ruptura, a verdadeira ruptura nem sempre é tornada arte, e nem sempre passa a ser imediatamente conhecida.

Se formos às bordas com esses argumentos, a invenção de liberdade pela arte está também na arte dos chamados artistas loucos, pois estes, sim, rompem ao criarem formas únicas que negam tudo que antes existia. Alguns dos mais conhecidos das artes plásticas são Van Gogh, Bispo do Rosário, Moacir e alguns dos menos conhecidos que estão no Museu do Inconsciente, criado por Nise da Silveira no Rio de Janeiro.

Mas há um diálogo entre arte e liberdade que deve ser mais investigado. Por que as rupturas provocadas pelos chamados loucos são convenientes às rupturas do século XX? Uma possibilidade de abordagem dessa questão é, simplesmente, porque aos loucos é permitido romper, e é esperado que rompam, ainda que o

preço disso seja seu enclausuramento nos hospícios. Em outras palavras, essa liberdade paradoxal pertence apenas aos loucos e àqueles que a admiram do ponto de vista estético ou da história da arte. Nesses termos, ainda cabe pensar arte como exercício de liberdade? A resposta é sim. Sem dúvida, mesmo que a arte, muitas vezes, seja refém do mercado.

Mas há uma outra dimensão das artes que pode ser tangente à da loucura, e periféricamente inserida no mundo e mercado das artes: a chamada arte indígena. A relação entre essas duas artes é a de estarem, às vezes, inseridas no conjunto das grandes artes, as belas artes, e outras vezes delas são excluídas. O que justifica a exclusão, é que essas duas modalidades de arte são produzidas por pessoas que não conhecem os cânones das belas artes, e a justificativa da inclusão está em seus resultados, que podem ser surpreendentes e produzirem diálogos com as artes maiores.

A articulação entre arte e loucura, tão valorizada no século XIX e XX, também é encontrada por Claude Lévi-Strauss entre os índios das planícies da América do Norte. Ele relata que:

Os homens pintavam cenas figurativas ou ornamentos geométricos em couros de búfalo ou outros suportes. Às mulheres, cabia a arte do bordado com espinhos de porco-espinho. (...) Meramente decorativos na aparência, esses bordados de estilo geométrico eram carregados de sentido. A bordadeira havia meditado longamente sobre seu conteúdo e forma, ou as tirara de um sonho ou uma visão provocados por uma divindade de dupla face, mãe das artes. Quando a deusa tinha inspirado um motivo à mulher, suas companheiras podiam copiá-lo e passava a fazer parte do repertório tribal. Mas a própria criadora permanecia uma personagem excepcional.

Contava há quase um século um velho índio:

Quando uma mulher sonha com Dama Dupla, a partir de então, e em tudo o que fizer, ninguém mais poderá competir com ela. Mas a mulher se comporta como uma louca completa. Ri compulsivamente, age de modo imprevisível. Torna possuídos os homens que dela se aproximam. Por isso essas mulheres são chamadas de damas duplas. Elas também dormem com qualquer um. Mas, em todos os seus trabalhos, ninguém as supera. São grandes bordadeiras de espinhos de porco-espinho, arte em que se tornam extremamente habilidosas. Elas também realizam trabalhos masculinos. (LÉVI-STRAUSS, 1997, p. 136)

Essa narrativa, relatada por Lévi-Strauss em seu último livro publicado em vida, demonstra que, entre os povos indígenas das planícies norte-americanas, a arte também pode ser vinculada à loucura. Para criar um novo padrão, é necessário que a artista seja louca, que sonhe com a Dama Dupla e dela receba um novo padrão para os bordados com pelo de porco-espinho. A partir daí, o comportamento dela também será livre, desregrado, e reprovado pelas demais mulheres, pois entre os índios da costa noroeste da América elas devem seguir uma rígida moral.

Esse exemplo mostra outro vínculo entre arte e loucura com a ideia de liberdade. Tachados de loucos ou assim diagnosticados são vistos como livres, pois a loucura seria capaz de qualquer coisa e romper qualquer barreira. Mas diante da produção da artista, poderíamos situar outro elemento que reitera a ordem tribal: o mito como antecessor da arte. O duplo loucura – mito situa a transgressão a ser aceita na ordem da existência; novamente não caberia falar da invenção de liberdade

Os índios supostamente também seriam livres, pois não teriam “nem fé, nem lei, nem rei”, vivendo em meio à natureza, como se estivessem no Paraíso, segundo a interpretação dos primeiros religiosos e conquistadores no Brasil, ideia que continua pairando por aí e sendo reproduzida nos mais diversos meios. Contudo, nem loucos nem índios são livres. A loucura é aprisionada em manicômios e medicalizada, e os índios, como se sabe, nunca viveram no Éden, pois este nunca existiu, e seus mitos foram dominados por uma religião que não suporta a existência da loucura.

O que chamamos de arte indígena é a produção material desses povos, ou seja, objetos de uso doméstico, cerâmica, tecelagem, bancos, armas, plumária e demais adereços, pintura corporal, arquitetura, instrumentos musicais, máscaras, e poderíamos acrescentar como expressão artística os rituais, a música e a mitologia. A grande questão é que eles desconhecem o termo arte, pois não há uma divisão entre as manifestações artísticas e as ordinárias.

Segundo os antropólogos que conviveram com grupos indígenas, sempre há aquelas pessoas vistas como os melhores produtores de objetos, os melhores pintores, os mais dedicados à plumária, aos trançados, à cerâmica, aos objetos de madeira, pois são mais habilidosos, gostam de produzir o que sabem fazer melhor, e são reconhecidos como tais. Seriam os artistas, se existisse essa categoria.

Normalmente, há uma divisão sexual do trabalho também nessas atividades: homens fazem objetos plumários, suas armas; mulheres tecem e são ceramistas. Mas pode haver outros arranjos.

Os objetos, quando são feitos para o uso local, são realizados com toda a paciência e todo o esmero possível. Para a venda, há menos capricho, matérias-primas não tão bem selecionadas, intromissão de cores mais vistosas, invenções segundo o que seria o gosto do freguês, ou o contrário: a transformação de um objeto comum em obra de arte, escultura ou joia, como fez Bill Reid, um índio Kwakiutl, do Canadá, que conheceu grande notoriedade. É arte? Se aproximarmos essa noção ao universo indígena, sabendo que ali não há nenhum conceito equivalente, podemos dizer que não. Mas, nesse caso, a barreira entre arte indígena e arte não indígena foi rompida, pois Bill Reid passou a integrar o mercado da arte, não como índio artesão, mas como índio artista.

A pergunta se mantém: porque não há, nessas culturas, uma noção de arte? Ao que tudo indica, ela não existe nos povos indígenas que vivem no Brasil e em tantas outras regiões. Entretanto, na costa noroeste da América, no Canadá, há artistas profissionais, assim como há o xamã ou feiticeiro na maioria das sociedades indígenas.

O que existe de modo marcante são as regras de produção dos objetos, as formas de garantir a qualidade técnica da execução, da escolha das matérias-primas, da manutenção das formas e dimensões, dos materiais e de cores. Entre os povos indígenas, não se incentiva a criatividade, nem são obrigados às invenções, mas, ao contrário, preza-se a manutenção da tradição. Seria uma forma de frear a criatividade? Sim, é uma arte conservadora, que só muito lentamente chega a incorporar pequenas adaptações ou mudanças. Sendo assim, tem a função de manter um código visual que identifica e diferencia um povo do outro e, às vezes, também divisões internas marcadas por clãs ou outras divisões de grupos de parentesco.

Se deixar de ser desse modo, logo perderá seu brilho, submergirá e poderá ser alçada à categoria de referência para o artista contemporâneo no interior de sua retórica cheia de citações.

Referências

BATAILLE, Georges. *La Peinture Préhistorique: Lascaux ou la naissance de l'art*. Genève: Skira/ Flammarion, 1986.

FOUCAULT, Michel. *A coragem da verdade*. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

HARA, Helio (ed.). *Antes: histórias da pré-história*. Rio de Janeiro, Brasília, São Paulo: Centro Cultural Banco do Brasil (catálogo), 2004.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Olhar escutar ler*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

PIKE, A. W. G. et alii. U-Series Dating of Paleolithic Art in 11 Caves in Spain. *Science*, v. 336, p. 1409 – 1413, 2012. Disponível em: <www.sciencemag.org> último acesso: mai. 2013.

