

Interferência

Veja impondo moral: fotografias sobre aids na obra de Alexandre Ferrari

Carla Luciana Silva*

A tarefa de comentar o texto de Alexandre Ferrari seria difícil se a intenção fosse criticar. O tratamento teórico e documental dado pelo pesquisador à sua pesquisa está em pleno acordo com o que pretendemos que sejam estudos que aprofundem o conhecimento sobre as formas de dominação da mídia e da imprensa brasileira. Além de mostrar que muitas dessas formas não são criações nacionais, e sim reprodução de modelos externos da grande mídia, o trabalho avança ao mostrar as peculiaridades da imprensa brasileira em fazer parecer verdade, fazer parecer “informação” algo que não passa de disseminação de preconceitos e defesa de um determinado estilo de vida que a tudo busca mercantilizar, inclusive a própria vida.

Esperamos poder contribuir com algumas outras colocações sobre o tema de modo a ampliar a visão sobre o contexto mais amplo em que podemos inserir a questão da Aids, da saúde e da doença no estilo de vida e na moral proposta pela revista *Veja*.¹ Ressalto ainda a importância de buscarmos interrelações de nossas pesquisas, pois elas se colocam sob perspectivas distintas que se complementam.

O primeiro ponto de contato está na escolha da análise de discurso como eixo teórico. A Análise de Discurso (AD) é uma forma de reflexão que busca referenciais no materialismo histórico - marxismo - que propõe referenciais fundamentais para a compreensão da totalidade histórica. A análise do discurso deve ter sempre como objetivo os efeitos de sentido implícitos e explícitos no texto. O que dá sentido ao texto é sempre uma relação social, seja ela de que ordem for. Claro que, do ponto de vista da história, a AD não permite tratar do contexto como nós historiadores o propomos. Por isso vamos atrás das conseqüências do discurso, dos seus efeitos concretos, da realização dos sentidos do enunciado. Mas por isso os trabalhos podem ser complementares. Ao estudar as formas de disseminação ideológica não basta percebê-la, mas temos que deslindá-la para investigar como não reproduzi-las.

Ao longo de minha trajetória de pesquisa li e analisei várias teses e dissertações no campo da AD - assim como da semiótica e da lingüística - e para mim foram sempre importantes para compreensão do meu objeto que é a inserção histórica dos meios de comunicação. A complementaridade é fundamental, pois são partes constituintes do mesmo real. Nesse sentido, o trabalho de Ferrari é muito rico, especialmente por permitir problematizar o todo, buscar as relações sociais, o fundamento histórico.

É interessante perceber como as revistas vão sofrendo pequenas adaptações, modificações que lhes permitem dizer sempre o mesmo, adaptado às realidades conjunturais, tratando com todo cuidado de mudanças do ponto de vista dos imaginários sociais, do pensamento hegemônico. Do ponto de vista de quem constrói esse discurso, e de seu objetivo de manter a dominação de classes, trata-se de conceber uma visão de mundo / ideologia que não deve mudar, mas reproduzir um mesmo projeto civilizacional, uma mesma moral. É de outra forma, de construção de hegemonia que se trata.² Desse ponto de vista, parece interessante enquanto historiadora aprofundar mais esse contexto: a forma como a revista *Veja* trata historicamente a questão da saúde.

* Professora do Curso de História da UNIOESTE e do Mestrado em História da UNIOESTE, Linha de Pesquisa Estado e Poder. Email: carlalssilva@uol.com.br

¹ Discussão feita em: SILVA, Carla. VEJA: o indispensável partido neoliberal. Tese de Doutorado. Niterói, 2005.

² Nos termos propostos por GRAMSCI, Antonio. *Cadernos do cárcere*. VI. 2. Os intelectuais. O princípio educativo. Jornalismo. Caderno 24 (1934). Jornalismo. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.

II Ciclo

Ela está ligada à forma com que trata a questão moral / familiar, como algo necessariamente redutível a padrões de consumo (e aqui a tese de Ferrari ajuda a pensar a questão da homossexualidade – implícita no preconceito contra portadores de aids - pode ser vista). Quando me refiro à moral, o faço nos termos de Gramsci, ou seja, algo que limita a visão de mundo, algo que fica no nível individual ou corporativo, ignorando a totalidade. Analisamos esse tipo de matérias e seu papel em *Veja* durante mais de uma década³ e percebemos a mercantilização e a espetacularização como elementos centrais na forma de se tratar a questão.

O uso de imagens repetidas, como faz a imprensa, reafirma algumas idéias centrais, ou seja, a imprensa como: 1) educadora: cria o problema para depois apresentar a solução; 2) manutenção de alguns pontos nevrálgicos de medo social: a ecologia; uma epidemia; o desemprego; a violência. Mas nunca apresenta interpretações que permitam totalizar a questão. Essas questões não aparecem como históricas, portanto resultado da ação humana, mas sim como fatalidade ou “evolução natural” e portanto, determinista. Ao mesmo tempo, a própria imprensa se coloca como portadora da “solução”, exigindo não mudanças sociais e sim intervenções pontuais governamentais, pois de outra forma teria que fazer a própria sociedade se ver como parte do Estado, o que não interessa ao projeto de dominação.

Do ponto de vista da manipulação, *Veja* usa o tempo todo disso que Ferrari chama atenção: o fato de que a imagem aparece sempre como “o fato inegável”; reproduzindo a lógica de que ver é crer... Está implícita a idéia de que o que aparece nas páginas da revista será, necessariamente, informação. O que ela oculta é que a intencionalidade do sentido está sempre presente, trata-se de escolhas, tanto que as fotografias analisadas são em sua grande maioria posadas, preparadas para um determinado fim.⁴ É portanto, como chama atenção, um instrumento de interpretar o real, que jamais vai poder “falar sozinho”, não abandona nunca a noção de processo histórico. Importante ressaltar que não se incorre aqui em qualquer tipo de determinismo, pois o leitor é que vai construir sua interpretação, mas fará isso a partir de uma visão de mundo que vem sendo construída ao longo de anos, décadas de leituras e visões reproduzidas na mídia. A interpretação do real não se forma do nada, mas é permanentemente condicionada por esses fatores articulados pela mídia: eles investem, e muito no sentido de pensar / estudar melhores formas de convencimento, e muitas vezes de manipulação pura e simples. Trata-se de produção de hegemonia. E nesse sentido, a manipulação não é algo simples, mas que articula vários elementos.

Em que pese a proximidade de análise, é necessário respeitar as especificidades teóricas metodológicas. Há algo muito importante trazido pela AD que é a criação de sentidos, que a rigor não seria uma manipulação, mas uma forma de interpretar a realidade. Mas nos parece que há um elemento importante: o discurso produzido é autoritário e impõe que não pode haver outro, o tempo todo os outros são silenciados. E isso se encaixa perfeitamente em *Veja*, revista na qual não há espaço para contradição. O máximo que encontraremos é alusão a conflitos, jamais à contradição, buscando negar o caráter dialético da realidade e, evidentemente, as formas de resistência e oposição ao discurso imposto. Portanto, não somos nós pesquisadores que imputamos ao leitor a incapacidade de lidar com a divergência e pensar diferente. Quem faz isso o tempo todo é a revista que produz discursos fechados, fragmentados e totalitários.

Alguns elementos, por outra perspectiva, me parece que convergem com essa análise. Em destaque, o “mito da informação” presente no discurso jornalístico, que se soma à ilusão de que a língua seria apenas e sempre portadora de verdade. Se a imprensa se coloca como portadora, o “4º poder”,⁵ ela também seria portadora dessa verdade. Alguns conceitos ajudam a perceber isso, como o **efeito paravento**, quando “*um evento serve para esconder outro; a informação oculta a informação*”⁶; gera-se a **desinformação**, ou seja, a imprensa se utiliza do fato de que as pessoas acreditam estar descobrindo “o que se passa no mundo” ao ler os jornais.

³ SILVA, Op. Cit. Cap. 8. A incontrolável realidade x o “admirável mundo novo” de *Veja*. VI 2.

⁴ Sobre o uso de fotografias, ver também: Fotojornalismo – para ler a informação visual. FARIA, Maria Alice e ZANCHETTA JR, Juvenal. *Para ler e fazer o jornal na sala de aula*. São Paulo, Contexto, 2002.

⁵ Já criticamos essa expressão em: SILVA, Carla. *Veja: mais um partido neoliberal*. História & Luta de classes. Comunicação, Cultura e Linguagem. Ano 1, ed.2, fev/2006. (73-82).

⁶ RAMONET, Ignácio. *A tirania da comunicação*. 2ª ed. Petrópolis, Vozes, 1999, P. 31.

Via de regra, as pessoas imaginam que estão se informando, mas sempre há assuntos ocultando outros, e essa escolha faz parte de posições ideológicas do órgão de imprensa.⁷ Por isso a televisão passa horas e horas dando cobertura à visita do Papa, apenas exemplificando, e nenhum minuto é dedicado à greve de professores na Argentina. Evidentemente que isso limita a possibilidade de conhecer o que ocorre, pois pouquíssimos são os que têm acesso a outros mecanismos de informação que não sejam os grandes jornais e a televisão.

Também vem da televisão um elemento importante, que é copiado nas revistas, a “mistura de realidade e fantasia”, que faz com que se percam os referenciais sobre o que é real e o que é imaginação, como fica evidente quando fatos do programa Big Brother aparecem como notícias no jornal. Um exemplo marcante disso também foi quando uma atriz foi assassinada por um colega de novela e as cenas anteriormente gravadas continuaram sendo apresentadas como se nada tivesse ocorrido: “a representação da vida deixou de ser apenas representação para ser a própria vida”.⁸

O lado mais político dessa desinformação é o “silêncio militante”: “a ausência ou presença dos fatos reais não é desconhecimento ou omissão, é deliberado silêncio militante sobre alguns fatos”.⁹ A imprensa “depois do fato passado define o que é fato ou não”. Mas, alerta Abramo, “o mundo não se divide em fatos jornalísticos ou não, isso é parte de escolhas históricas”. As características jornalísticas “não residem no objeto da observação, mas sim no sujeito observador em relação ao objeto”, e os órgãos de imprensa estão sempre ligados a um programa, a uma visão, de mundo, a objetivos políticos tácitos.

É interessante observar um logotipo de *Veja* que foi durante muito tempo associado à imagem da própria revista.

“Veja” é bastante imperativo: é uma ordem que se coloca e da qual é difícil fugir quando está em nossa frente, ao menos que se fechem os olhos, se “vai ver”. Mas a revista, ao mesmo tempo em que “manda ver” também diz que ela própria ajuda nessa tarefa: ela “vê” em nome do “Brasil”. Caberia nos perguntar: Quem define o que é o Brasil? Trata-se de mais uma forma de reiterar a falácia do quarto poder, aquele que se coloca no centro do panóptico e a tudo vigiaria, neutro e impassível.

Como aponta Ferrari, é como se a imagem confirmasse uma verdade, nesse caso, o discurso autoritário, que me parece devamos definir melhor, agregando o elemento de dominação de classe, muitas vezes negada quando se busca o indivíduo, no caso aquele retratado nas fotografias de *Veja*. Ao analisar a cultura da mídia devemos portanto inserir na dominação do indivíduo a dominação de classe.¹⁰

As fotografias analisadas por Alexandre Ferrari

É interessante perceber a relação entre realidade existente e realidade criada pela revista. E o tanto que essa realidade criada passa a informar e conformar o real. A foto 1 (vide foto 1, p. 88) deduz o isolamento ou ajuda a levar ao isolamento do paciente? Haveria indícios que permitiriam à revista afirmar categoricamente a importância do contato, da amizade, do apoio ao doente? Por que não o faz? Me parece que se trata do uso do “padrão da indução”, aquilo no que a revista quer nos fazer acreditar. E acaba levando à exclusão, embora não existam indícios quaisquer da alegada solidão, apenas uma fotografia de uma pessoa. Como aponta Ferrari, “fixa uma idéia que não está na imagem...”, e essa idéia é buscada na história: história de preconceitos, de medo social, da existência de medos eternos como forma de divisão social: medo dos famintos, dos leprosos, dos judeus, dos comunistas, e agora, dos “aidéticos”.

A foto 2 (ao lado) traz mais indução: supõe que é gay, e a partir disso, que é doente... A pessoa em questão chega a aparecer mascarado, ou seja, escondido, reiterando a idéia de que há exclusão e de que há que se ter vergonha, primeiro de ser homossexual e depois, como que assumindo um erro, de ter contraído uma doença que afinal, todos deveriam saber, é fruto do



Veja. Editora Abril.

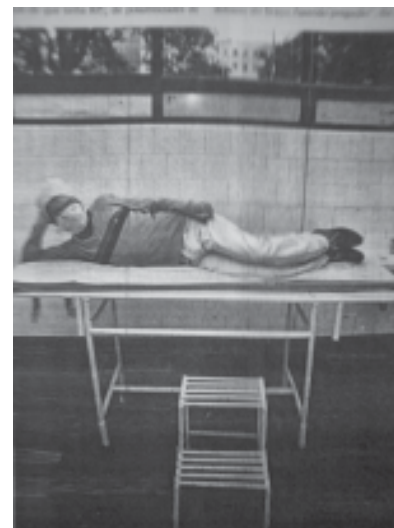


Foto 2, Revista *Istoé*, 29.05.1985.

⁷ Nesse sentido, as “notícias” internacionais têm peso relevante, na medida em que aparecem como neutras mais facilmente. Ver: SILVA, Carla. *Veja e a cobertura do “11 de setembro”*: a legitimação da guerra imperialista. *Projeto História*. São Paulo, (30), 301-326, jun 2005.

⁸ ARBEX JR, José. *Showrnlismo*: a notícia como espetáculo. São Paulo, Casa Amarela, 2001, p. 45.

⁹ ABRAMO, Perseu. *Padrões democracia manipulação na grande imprensa*. São Paulo, Perseu Abramo, 2003, P. 26.

¹⁰ Para uma visão crítica às visões fragmentadoras da mídia, ver: KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, EDUSC, 2001.

II Ciclo



Foto 3, revista *Istoé*, 08.04.1987.



Foto 5, revista *Veja*, setembro 1985.

pecado, agora não mais o pecado original, mas um pecado capital. De forma implícita *Veja* vai reproduzindo parte dos preconceitos que remetem à formação da ideologia católica dogmática. É, portanto, conservadora e extremamente autoritária. Ao mesmo tempo, silencia completamente sobre o sistema hospitalar e a situação da saúde pública...

Na foto 3 (ao lado), o homem não está mais sozinho, tem a companhia de um “bicho de pelúcia”. Claro que isso é sintoma de ser “afeminado”, mas mais que isso, de que companhia para ele somente de seres inertes, sem vida: reforça a solidão ao mesmo tempo em que infantiliza e portanto, deixa sem reação racional e fragilizado.

A foto 4 (vide foto 2, p. 88) é um exemplo que reforça pela negativa: o “alívio” de saber que enfim, a pessoa que pensava ter contraído a doença não a contraiu. É mais uma forma de dizer: “nossa! ainda bem”, se tivesse realmente contraído, imagine o horror que seria.

A foto 5 (ao lado) é talvez a mais impressionante pois é a que aponta para o contexto social e a situação que se espera e reforça do ponto de vista social: o preconceito. Ao falar em “acusado de ser portador”. Lembramos que assim eram tratados os leprosos, os judeus, os homens e mulheres atingidos da peste... e em outros momentos, os “comunistas”.¹¹ O que chama atenção é que a trajetória narrada (que é social) não foi criada pela *Veja*, ela está reforçando um comportamento já existente, e trazendo o mesmo como exemplo, não com valoração moral, crítica ferrenha como faz sempre, não, aparece como algo natural que se faça assim, portanto, inevitável. Claro que, no nosso ver, isso faz parte do reforço de ma moral burguesa, e da construção de hegemonia em torno de idéias como castigo, culpa, regras sociais. Há, como Ferrari chama atenção, um sentido ideológico claro: a revista propõe, tacitamente, esse mesmo tipo de comportamento.

A foto 6 (vide foto 3, p. 89) de Cazuzza, extrapola uma característica antiga da revista: aponta para a extravagância para depois, como se isso não tivesse sido incitado por ela, criticar pelas suas conseqüências. Lança o exemplo e depois esquece que isso teria conseqüências e que foi proposto com ela (assim ela se comportou com relação à “globalização” e às crises do capital da década de 1990 – caso do México e Argentina, modelos neoliberais...). A doença de Cazuzza é um castigo, mas ela vive incentivando comportamentos “diferentes” – o das tribos... pelo seu potencial de: 1) criar identidade (não ideológicas, segundo a revista); 2) aumentar padrões de consumo. Depois, a própria revista que estimulou esse comportamento o joga em praça pública, deformando-o e ajudando a criar mais preconceito contra ele.

Algumas pequenas questões poderiam ainda ser melhor discutidas: há mudanças ao longo dos anos 1990? Por que somente homens aparecem nas fotografias? Qual o caráter do discurso, ou a qual formação ele remete. Considerando o distanciamento de *Veja* e da Igreja Católica, esse “discurso autoritário” que ela produz se assemelha ao da Igreja além dos elementos apontados?

Alguns espaços mostram a semelhança, continuidade da posição de *Veja*, posição semelhante à analisada por Ferrari: O peso da Carta ao leitor (editorial de *Veja*), como espaço para criar o “sujeito *Veja*”, que oculta os efetivos sujeitos autores dos projetos defendidos na revista (sua atuação partidária). Também é espaço de reafirmação de idéias centrais a fixar, e a reafirmação do papel da revista como “porta-voz”, indicadora de caminhos: *Veja* “cria o problema” e mostra como resolvê-lo.

Procurei nesse comentário deixar claro que minha visão sobre a *Veja* é muito próxima da apresentada por Ferrari. É por isso que meus comentários apenas acrescentam, a partir da perspectiva de análise histórica alguns elementos para análise. Instigante pensar que uma das únicas vezes que *Veja* perdeu um processo na Justiça sendo obrigada a pagar uma indenização de 200 salários mínimos foi relativa a uma capa em que colocou fotografias de mulheres na capa dizendo “peguei Aids do meu marido”. Evidente que as mulheres em questão não deram autorização para a divulgação de seus rostos na capa, o que se deve certamente a saberem que isso somente levaria a mais estigma sobre elas.

¹¹ Ver: SILVA, Carla. *Onda vermelha: imaginários anticomunistas brasileiros*. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2001.