



Identidades que não existem mais* :
Lula como representante do povo, herói super star
e outras imagens no Dia da Posse pelas páginas de O Globo¹

Ariane Diniz Holzbach²

Resumo

Este trabalho tem como objetivo apontar características no discurso jornalístico presentes no jornal carioca O Globo no que diz respeito à construção das identidades de Luiz Inácio Lula da Silva. O estudo tomou como objeto de análise as matérias referentes a Lula publicadas na edição do dia 02 de janeiro de 2003, data seguinte ao Dia da Posse de Lula na presidência da República. Para tanto, o trabalho se baseou nos conceitos de identidade definidos por Stuart Hall (2002), de pós-modernidade (JAMESON, 1996) e em estudos relacionados ao conceito do mito do herói (CAMPBELL, 2005), entre outros.

Palavras-chave: Lula, identidade, política, comunicação, herói, O Globo

1. Introdução

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2002:7)

As palavras de Stuart Hall ilustram bem algumas características de mudança social que vêm praticamente dominando o mundo moderno, sobretudo o mundo Ocidental. Desde meados do século XX, estudos relacionados às ciências humanas (HARVEY, 1992,

* Trabalho apresentado na Sessão Coordenada Representação Social e Imagem Política, do I Congresso Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, ocorrido na Universidade Federal da Bahia – Salvador-BA, 2006.

¹ O presente título se justifica na medida em que as imagens construídas por O Globo no Dia da Posse de Luiz Inácio Lula da Silva não se verificam mais nas páginas atuais do jornal. Isto de acordo com a pesquisa de mestrado que está em andamento e que inspirou este artigo.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Pesquisadora da área de comunicação e mediações, com ênfase em comunicação e política. Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Pernambuco. Editora-assistente da revista Contracampo.

JAMESON, 1996, HALL, 2002, SANTAELLA, 2000) destacam as diferenças no modo de viver das sociedades contemporâneas quando comparadas aos tempos mais antigos. Alguns chamam de “quebra radical” (JAMESON, 1996). Outros, menos ousados, preferem basear as afirmações em expressões como “deslocamento” (HALL, 2002). De qualquer forma, o mundo vem passando por grandes transformações no modo de pensar e agir, e isso pode ser observado em vários âmbitos da vida social, como as artes e o desenvolvimento da comunicação.

Uma das mais fortes características desses novos tempos reside no que Hall, seguindo os estudos de Ernest Laclau (1990), chama de “deslocamento ou descentração do sujeito”. De acordo com ele, trata-se de uma mudança no entendimento que o homem moderno tem de si mesmo enquanto sujeito. Se antes, nas sociedades modernas, o sujeito era tido como estável, uno, linear, cartesiano, com as transformações que o mundo vem enfrentando o homem passou a não mais se ver como um sujeito único. Agora ele é plural, fragmentado, múltiplo, desprovido de um centro definido. O sujeito contemporâneo é o “sujeito pós-moderno”³. É claro que muitas das características da pós-modernidade já existiam bem antes dos anos de 1950, quando, segundo Jameson (1996), começou a pós-modernidade, mas o que boa parte dos teóricos da teoria pós-moderna reforçam é que com o desenvolvimento dos novos tempos houve uma aceleração desses processos.

Dentro desse quadro de mudanças, Santaella (2000) reforça a importância de se analisar o desenvolvimento das linguagens, bem como o surgimento de novas maneiras que o homem constantemente inventa e reinventa para interpretar o mundo ao seu redor e expor seus pensamentos e emoções. A autora lembra que, mais do que “instrumentos” utilizados pelos homens para fazer com que todos se tornem inteligíveis uns com os outros, as linguagens “constituem” os sujeitos. Dentro dessa ótica, uma das linguagens mais importantes no mundo contemporâneo é a linguagem jornalística. O jornalismo vem se desenvolvendo desde o Modernismo e se mostra competente para conviver com outras linguagens e novas tecnologias que surgem na atualidade. Provas disso não faltam: com o rádio nasceu o jornalismo radiofônico. Com a invenção da televisão surgiu o jornalismo televisivo. Mais recentemente, o jornalismo virtual ascendeu com força no espaço da

³ Hall define três concepções de identidade: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. A idéia do sujeito uno integra as características da primeira categoria de sujeito. O sujeito sociológico compreende o resultado da interação entre o homem e a sociedade.

Internet e, hoje, os jornais atualizados em tempo real fazem parte da vida de boa parte da população mundial. Ao analisar a importância da mídia, onde está incluído o jornalismo, Schudson atesta que:

O poder dos *media* está não apenas (e nem sequer primariamente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras mas no seu poder de fornecer as formas nas quais as declarações aparecem. As notícias num jornal ou na televisão têm uma relação com o << mundo real >> não só no conteúdo mas na forma; isto é, no modo com o mundo é incorporado em convenções narrativas inquestionáveis e despercebidas, sendo então transfigurado, deixando de ser um tema de discussão para se tornar uma premissa de qualquer possível conversa”. (SCHUDSON, 1993: 279)

Assim, levando em conta a influência da linguagem jornalística na atualidade, o presente trabalho objetiva fazer uma análise das notícias referentes à política publicadas no dia 02 de janeiro de 2003 no jornal O Globo. A idéia é analisar as matérias relacionadas ao atual presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, no dia seguinte à sua posse, ocorrida no dia 1º de janeiro, a fim de verificar de que maneira o jornal representa a identidade do presidente eleito. Pretende-se mostrar que mais do que tratar o presidente com a autoridade que vai governar o país pelos próximos quatro anos, o jornal mistura várias identidades em diferentes matérias, construindo diferentes facetas referentes ao sujeito presidente.

2. O porquê da escolha

O Dia da Posse de um presidente dentro do sistema de governo presidencialista é, simbolicamente, um dos momentos mais importantes no processo democrático (pós-) moderno. Trata-se da passagem de poder de uma antiga forma de governar, configurada na imagem do ex-presidente, para algo novo e, em certa medida, imprevisível. No caso específico da ascensão de Luiz Inácio Lula da Silva ao cargo de presidente, o Brasil viveu um momento singular em sua ainda jovem trajetória democrática. Isso porque foi a primeira vez que um candidato de oposição vindo das camadas mais pobres da população foi eleito pelo voto direto. Lula, um nordestino, ex-torneiro mecânico e sem curso superior venceu o candidato da situação, José Serra, que era apoiado pelo então presidente Fernando Henrique

Cardoso. Este, um homem culto, professor universitário, autor de vários livros e poliglota, cuja trajetória de vida pouco se assemelha ao do novo presidente eleito.

Com tantas diferenças entre o ex e o recém-eleito presidente, e sabendo que se tratava de um momento histórico, os jornais do Brasil inteiro, e de muitos outros países, fizeram questão de acompanhar toda a trajetória do dia em que Fernando Henrique passou a Lula a faixa presidencial, para depois repercutir com a devida carga de importância em seus respectivos meios de comunicação. O jornal O Globo publicou matérias sobre o assunto em mais de trinta páginas.

Neste trabalho, optou-se por analisar matérias do referido jornal porque além de ser um dos mais conhecidos e influentes do país⁴, as matérias referentes especialmente a assuntos nacionais são feitas pelos próprios jornalistas da empresa. O Globo raramente recorre a agências de notícias ou outros meios para elaboração dos textos. As matérias analisadas foram publicadas no caderno de política do jornal, denominado “O País”, e se referem diretamente ao processo de ascensão de Lula como presidente.

Sabe-se que a quantidade de matérias a serem analisadas mereceria um estudo aprofundado que sem dúvida cabe em um trabalho mais abrangente do que o proposto. Mas a intenção é, mais do que apresentar um material exaustivo sobre a repercussão do Dia da Posse, tratar exclusivamente da questão das várias identidades construídas pelo jornal em torno da imagem do novo presidente.

Das 36 páginas do jornal referentes ao dia da posse publicadas na editoria “O País”, incluindo a primeira página, 21 tratam diretamente do novo presidente. As demais falam de questões acerca de novos governadores e sobre o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, e não serão objeto de análise deste trabalho. O conjunto a ser observado perfaz um total de 35 matérias, contando com o texto presente na primeira página e com a publicação na íntegra do discurso de posse proferido por Lula (que ocupou três páginas).

3. As imagens

⁴ De acordo com a Associação Nacional de Jornais (ANJ), O Globo é o maior jornal do Rio de Janeiro e o segundo maior do país. Tem uma circulação média de 274.934 jornais por dia. Em 2003, ano da posse de Lula, a tiragem era de 253.410 jornais diários. Dados disponíveis em: www.anj.org.br. Acessado em 24/07/2006.

Para este trabalho, seis imagens construídas por O Globo em relação a Luis Inácio Lula da Silva foram identificadas e analisadas. Este número, obviamente, não representa a totalidade das imagens construídas pelo jornal no decorrer das matérias que integram o *corpus*. Trata-se apenas de um recorte possível.

3.1 Imagem A: Lula = Povo / Povo = Lula

No que concerne à discussão sobre a representação do sujeito na pós-modernidade, Hall considera que não se pode falar na existência de uma única e imóvel identidade que represente o indivíduo atual. Ao contrário, a noção de sujeito está fragmentada em múltiplas identidades que se complementam e que, juntas, formam o indivíduo. É o que o autor chama de “pluralização das identidades”. O indivíduo pós-moderno não pode ser representando de forma estática e cartesiana, mas segundo uma hierarquia de identidades que se interconectam e dialogam entre si e que acabam por formar uma espécie de identidade geral do sujeito.

No caso das matérias de O Globo referentes à repercussão do Dia da Posse, a primeira “identidade” de Lula representada pelo jornal que pode ser facilmente percebida é aquela que confere ao novo presidente a personificação do povo brasileiro. E povo aqui entendido não como sendo toda a população do Brasil, mas apenas aqueles advindos das classes “populares”, das camadas mais pobres da nação. Várias matérias retratam o novo presidente como aquele que saiu da pobreza e do trabalho como proletariado para chegar ao maior e mais importante cargo da nação: presidente da República.

Logo na primeira página, o título que abre o jornal faz referência à forte ligação entre o novo presidente e o povo:

3.1.1 Título – página 1

Povo segue Lula e testemunha o seu compromisso por mudanças

E, logo na primeira frase do texto publicado logo abaixo do título, a referência ao passado de Lula enquanto representante-mor desse povo:

3.1.2 Trecho de matéria – página 1

Em solenidade marcada pela forte presença do povo nas ruas, pela mistura de sol e chuva e pelas quebras de protocolo, o ex-operário Luiz Inácio Lula da Silva assumiu ontem a Presidência da República com um discurso no qual repetiu 14 vezes a palavra mudança.

O primeiro adjetivo utilizado pelo jornal (ex-operário) para qualificar o novo presidente tem relações diretas com as camadas mais pobres e, ao mesmo tempo, remete a um passado já bastante distante de Lula. Afinal, depois que deixou de ser operário, na década de 1980, Lula já ocupou muitos outros cargos, como fundador e presidente de honra do Partido dos Trabalhadores (PT), candidato à presidência e deputado federal (de São Paulo). Além da sua trajetória profissional dos últimos anos, Lula poderia ter sido qualificado como nordestino, pernambucano, ex-retirante, ex-torneiro mecânico, ex-tintureiro, ex-metalúrgico etc. Mas a identidade mais forte que permaneceu foi a de (ex-) operário. Além de ser uma qualificação que mostra força física (afinal para ser operário, de acordo com o inconsciente coletivo, é preciso ser forte), o termo “ex-operário” mostra uma identidade de Lula que faz parte da maioria dos brasileiros, já que poucos são os donos de empresas e muitos são os operários que mantêm essas empresas. Sabe-se que o maior reduto de votos a favor de Lula desde sua primeira tentativa de ser eleito presidente, em 1989, reside na chamada classe trabalhadora, formada por operários, metalúrgicos e demais representantes dos cargos tidos como mais humildes. No plano da identidade representacional, O Globo optou por este adjetivo porque para o povo, de acordo com o juízo feito pelo próprio jornal, é mais significativo que Lula seja um ex-operário do que um nordestino ou ex-torneiro mecânico. Quando o jornal explicita que o novo presidente foi um operário, constrói a imagem de que Lula é a perfeita representação do povo brasileiro. É a idéia do povo no poder.

Muitos títulos e trechos de matérias remetem à identificação de Lula com o povo:

3.1.3 Título – página 2

Lula é aclamado pelo povo nas ruas na posse histórica e promete mudar o país

3.1.4 Título – página 9

‘Hoje é o dia do reencontro do Brasil consigo mesmo’

O “reencontro do Brasil consigo mesmo” é exatamente a descrição da união entre o Brasil (povo) com o Brasil (Lula), e vice-versa.

Além da identificação de Lula com o povo, a presença da noção de que com o novo presidente o Brasil terá um governo com o povo no poder também está presente em outros títulos e frases do objeto de análise:

3.1.5 Título – páginas 12 e 13

A praça (esplanada) é do povo

3.1.6 Trecho de matéria – página 14

Assim que o carro presidencial entrou na esplanada, as pessoas foram atrás cantando “onde o Lula vai, o povo vai atrás”.

3.2 Imagem B: Lula = brasileiro comum

Uma matéria pequena, localizada na metade inferior da página 22, chama a atenção por ser provavelmente a maior representante de uma outra identidade concedida ao novo presidente por O Globo, a de Lula como um autêntico representante do brasileiro comum. O título, escrito exclusivamente à base de substantivos, qualifica os gostos do novo presidente:

3.2.1 Título – página 22

Choro, rabada, sertanejos e barba

Hall (2002) trata do conceito de nação como uma forma de representação simbólica que constrói identidades. Por meio de estórias, memórias e imagens construídas de um determinado lugar, uma certa identidade floresce e acaba por representar uma certa cultura. É claro que uma nação não abarca uma única forma cultural, mas os estereótipos construídos socialmente ao longo da história acabam servindo como modelos de vida, de comportamento e de cultura. Nesse sentido, o “brasileiro típico” é aquele que adora samba

e futebol, não tem muita instrução, gosta de comidas típicas e fortes como feijoada, ouve música brasileira e não tem muito dinheiro, entre outras características.

Conhecendo as preferências do novo presidente, o jornal resumiu em quatro palavras (além da conjunção “e”, que funciona apenas como um conectivo) as raízes genuinamente nacionais de Lula: a dificuldade humana de conter o choro; o gosto pela rabada, iguaria presente na mesa de grande parte de seu eleitorado; e a utilização da barba, um detalhe físico que atualmente passa longe de políticos que fazem parte das classes mais abastadas. A barba, aliás, confere a Lula uma identidade absolutamente popular, de operário mesmo. O lead⁵ da matéria resume com humor (como convém a um brasileiro típico) o estilo brasileiro de ser de Lula:

3.2.2 Trecho de matéria – página 22

Ele é chorão, para desespero dos médicos adora rabada e uma cachacinha e já andou avisando: em vez de périplos pelo circuito Helena Rubinstein (Paris, Roma, Londres e Nova York), prefere viajar pelas entranhas do Brasil. Enquanto o carioca Fernando Henrique Cardoso, em oito anos de mandato, foi o retrato de um país cosmopolita e globalizado, o pernambucano Lula promete ser a cara do Brasil sertanejo e pé no chão, onde é fashion governar com ternos de grife brasileira e sapatos made in Franca.

Ao lado da matéria, um box ilustra com detalhes o estilo tupiniquim de Lula. De acordo com as informações, o novo presidente é adepto da música popular brasileira, cachaça, religiosidade, jogar pelada no fim de semana, produtos nacionais, quebrar o protocolo, linguagem coloquial, rabada com polenta e demais pratos brasileiros.

Essas características foram tão fortemente expressas, a ponto de receberem uma matéria inteira, por causa das gritantes diferenças de estilos entre o ex-presidente, o “cosmopolita e carioca” Fernando Henrique Cardoso, e o novo presidente, “o pernambucano e sertanejo” Lula. Fica clara a idéia que o jornal quer passar de que com a saída de Fernando Henrique, é a vez do estilo popular – e brasileiro – comandar a nação.

3.3 Imagem C: Lula = brasileiro cosmopolita

⁵ Lead, na linguagem jornalística, é o primeiro parágrafo de uma matéria. Normalmente ele deve conter as informações mais relevantes do fato a ser narrado e resumir o teor do que virá nos parágrafos seguintes.

Mas apesar de a imagem de Lula configurada no jornal ser de um homem do povo, em alguns momentos, contraditoriamente, o texto também passa a idéia de um Lula requintado, que não é mais um operário que anda desarrumado e com a barba eternamente por fazer. Como agora ele tem mais responsabilidades, precisa passar confiança no modo de ser, algumas matérias reforçam uma leve mudança de estilo que o presidente adotou a fim de ter mais moral para governar o país:

3.3.1 Trecho de matéria – página 22

Criticado pela mudança na aparência durante a campanha (presidencial) – atribuída a um lance de marketing do publicitário Duda Mendonça – Lula, talvez, não esperasse fazer escola de estilo. Mas a barba grisalha e bem aparada, os ternos sóbrios (o da posse é assinado pelo estilista Ricardo Almeida) e o hábito de usar vermelho já são marcas do novo governo.

Se antes Lula usava barba preta e desgrenhada, agora ela é grisalha (indício de um homem experiente, vivido) e bem aparada. Se é para se vestir com roupas feitas no Brasil, que sejam bons ternos de estilistas nacionais. Na página 23, para destacar o novo estilo do presidente, O Globo elaborou um quadro ilustrado com uma foto de Lula e setas indicando as principais mudanças vislumbradas em seu modo de vestir: a camisa é de uma “*confeção baiana*”, a gravata foi escolhida pela “*figurinista de Lula, Nazaré*”, em lojas nacionais, as abotoaduras usadas na posse refletem uma “*influência do antecessor, Fernando Henrique Cardoso, que costumava usá-las corretamente*”. Por último, a lapela, antes enfeitada com a famosa estrelinha vermelha do PT, agora abriga um símbolo mais nacional: a bandeira do Brasil. Enfim, se antes de ganhar as eleições, Lula era um ex-operário, agora ele é o brasileiro que tem sua própria figurinista, usa ternos bem cortados, veste-se com distinção e cuida do visual. O ex-operário brasileiro se transformou em um brasileiro com ares cosmopolitas.

3.4 Imagem D: Lula = o marido, o avô, o pai, o irmão, o filho, o primo...

Ao analisar a noção de intimidade e a vida social das classes populares, Mira (1999) faz importantes considerações a respeito da família que, segundo a autora, pode ser definida como uma categoria incluída nos “círculos sociais” que ajudam na formação da

sociabilidade popular. Citando os estudos de Robert Muchembled, Mira diferencia dois tipos de família que predominaram entre as classes populares pelo menos até o século XVIII. A primeira é a tradicional, composta pelos pais, filhos, primos, netos etc. É aquela onde a genética delinea os laços de parentesco. A outra forma de família é a chamada “comunidade familiar estendida”, onde amigos, vizinhos, padrinhos, agrupamentos profissionais e demais “parentes espirituais” que não apresentam laços sanguíneos formam um grande agrupamento social. As duas formas de família se assemelham na medida em que formam “cinturões de proteção” ao redor desse grupo social e contribuem para a sobrevivência de todos.

Mira atesta que, com a ascensão da burguesia, os laços familiares sofrem uma grande transformação. A família passa a se restringir aos pais e aos filhos, ao passo que a sociabilidade é transferida para a esfera pública, que surge com força e passa a ter grande valor na vida social. As relações afetivas passam a ser travadas apenas no âmbito da esfera privada, ao passo que à esfera pública cabe o papel de gerenciar a vida profissional dos indivíduos. Essa separação nítida entre as esferas estaria, agora, sofrendo uma nova transformação, posto que em várias situações há uma mistura entre o público e o privado. É o que acontece em alguns programas televisivos, como os *reality shows*.

Essa mistura entre esferas pública e privada pode ser claramente percebida em algumas matérias que compõem o *corpus*. Vários textos destacam os parentes do presidente e até a forma de se vestir da primeira-dama, que nas matérias é geralmente identificada como esposa de Lula (o que remete à sua vida privada) e poucas vezes com o título formal de primeira-dama (o que remete à esfera pública).

Em relação à primeira-dama, ou melhor, à esposa de Lula, o jornal dedicou a matéria que abre a página 22 só para analisar o comportamento de dona Marisa. A referência direta a Lula só acontece nas duas últimas frases da matéria, quando ele elogia a beleza da esposa no meio de seu discurso. No resto do texto, o presidente é identificado três vezes como “marido”, o que remete à esfera privada, e duas outras com o seu apelido, nunca como presidente ou qualquer título que remetesse ao seu lugar na esfera pública. O subtítulo da matéria explora a mistura entre as esferas:

3.4.1 Subtítulo – página 22

Primeira-dama opta por um figurino sofisticado e vibrante para a posse do marido; ele aprovou publicamente

Aqui, enquanto o jornal optou por usar o termo público “primeira-dama” com a esposa de Lula, preferiu a expressão privada “marido” para nomear o presidente. Outros familiares de Lula ganharam destaque em uma sub-retranca da página 18:

3.4.2 Título de matéria – página 18

Festa reuniu irmãos, filhos e netos de Lula

Aqui, novamente, todos os parentes de Lula são descritos segundo seus lugares na esfera privada. A matéria fala de uma festa de reveillon da qual participaram os respectivos familiares descritos no título, além de “*Aristides, pai do presidente*”.

3.5 Imagem E: Lula = o presidente petista⁶

À primeira vista pode parecer óbvio que o jornal identifique o novo presidente do Brasil com o seu devido título. Contudo, muitas vezes há a prioridade de conceder a Lula outras identidades que nada têm a ver com a de presidente. Em algumas matérias, todavia, é possível perceber a ligação entre Lula e seu novo lugar na esfera pública. Curiosamente, apesar de Lula ser freqüentemente nomeado como presidente no decorrer dos textos, as identidades que emergem como protagonistas são as mais diversas. Nos casos em que ele é realmente tratado como chefe da nação, a maioria das matérias aparece com um teor mais técnico, em que são discutidos assuntos relacionados à política ou à economia.

É interessante observar que, normalmente, quando a matéria mantém o foco em Lula e em seu papel como novo presidente, essa identidade aparece ligada à imagem do Partido dos Trabalhadores, do qual Lula faz parte desde a sua fundação, em 1980. É o que acontece, por exemplo, na matéria da página cinco, relacionada à passagem da faixa presidencial, de Fernando Henrique para Lula. O título se refere à passagem da faixa,

⁶ É interessante observar que a imagem identificada nesta seção difere significativamente com o que se vê na atualidade. Enquanto a ligação Lula-PT era forte quando Lula ascendeu como presidente, hoje o que se percebe é o desligamento cada vez maior entre o presidente e o partido nos jornais.

enquanto o subtítulo, para não repetir o nome de Lula, utiliza a expressão “petista” para nomeá-lo. No caso de Fernando Henrique, por outro lado, não existe uma ligação tão estreita entre ele e seu partido, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Tanto é que o jornal repetiu a sigla de seu nome no subtítulo, em vez de optar pelo apelido “tucano”, comum aos integrantes do PSDB. E em nenhum momento o texto, que ocupa a página inteira, faz menção ao partido político de Fernando Henrique.

3.5.1 Título – página 5

Emocionados, Lula e FH se atrapalham com a faixa

3.5.2 Subtítulo – página 5

Petista saboreia a passos lentos a subida da rampa e FH recebe o sucessor de braços abertos no Planalto

A passagem da faixa presidencial marca simbolicamente o momento em que Lula se torna o chefe da nação de fato. Ao tratar do assunto, a matéria inteira identifica Lula como presidente ou como petista. O título da sub-retranca da mesma página também faz referência, embora implicitamente, ao partido do novo presidente:

3.5.3 Título – página 5

Uma festa de muitas estrelas

A matéria fala de personalidades presentes na cerimônia da troca de faixa, como os presidentes da Venezuela, Hugo Chávez, e de Cuba, Fidel Castro, além Frei Betto, um antigo militante do PT. O título, em primeira análise, faz referência a essas “estrelas” que assistem à posse, mas, simultaneamente, lembra que agora o chefe da nação é um integrante do PT, visto que o símbolo do partido é uma estrela vermelha, a “estrelinha do PT”, já nacionalmente conhecida.

Na página 21, um dos primeiros problemas a serem encarados pelo novo presidente vem narrado em um texto com teor altamente técnico (abaixo do título está a transcrição do lead da matéria):

3.5.4 Trecho de matéria – página 21

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva assumiu ontem o cargo já em meio a uma crise com o Congresso Nacional e a um mal-estar com o antecessor, Fernando Henrique Cardoso. Após ouvir a equipe de transição do governo – particularmente, o ministro da Fazenda, Antônio Palocci – Fernando Henrique vetou todos os acordos com deputados e senadores sobre os projetos de conversão de duas medidas provisórias para garantir a prorrogação da alíquota de 27,5% do Imposto de Renda e a ampliação do teto do imposto sobre combustíveis.

3.6 Imagem F: Lula = o herói super star

O herói (...) é o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas. (CAMPBELL, 1995:28)

A figura mítica do herói está presente em praticamente todas as civilizações, desde o início da vida em sociedade. Heróis gregos, criados há milênios, continuam influenciando as sociedades e servindo de modelo para a compreensão de conceitos como honra, lealdade e coragem. Na Grécia antiga, lembra Felipe Pena (2004:34), “a idéia de herói estava ligada aos conceitos de *areté* e *timé*”. O primeiro termo se refere às habilidades do herói que o diferenciam das pessoas comuns e o fazem vencer as barreiras em busca da vitória. Seria a força, a destreza, a coragem. A *timé* estaria ligada à honra e à moral e seria um complemento das qualidades reunidas na *areté*. Ela emergiria do interior do herói nos momentos de provação, dando forças para que a vitória de fato aconteça.

Ainda dentro da discussão em torno do herói, Girardet (1987) analisa os mitos políticos, que seriam idéias narrativizadas que ocupam uma função explicativa em relação à realidade de uma determinada sociedade. Usando como pano de fundo exemplos de mitologias políticas que permearam a França nos séculos XIX e XX, Girardet define algumas narrativas que permeiam o imaginário coletivo e que, em última análise, ajudam a entender a realidade social de uma dada época. Entre os mitos políticos, o autor descreve o “salvador”, que seria um combatente que aparece em momentos de desequilíbrio social, “um Herói que capta em torno dele todos os fervores da esperança coletiva” (GIRARDET, 1987:66). Como mito político, ele vai acoplar à sua imagem as necessidades da sociedade no que se refere a formas de comportamento e a objetivos – o salvador deve “salvar” sua época, livrá-la de todo mal. Girardet afirma que o mito, e, por conseguinte, a figura do

herói, não surge descontextualizado e espontaneamente, mas segundo uma lógica acoplada ao dinamismo histórico. O mito é construído histórica e socialmente e pode modificar-se ao longo do tempo. Não é um conceito duro, intransigente, mas algo fluido, que acompanha o desenrolar dos tempos.

Depois de descrever diversas identidades concedidas por O Globo a Lula nas matérias da repercussão do dia da posse, faz-se necessário descrever uma identidade específica que está presente em praticamente todas as matérias que compõem o *corpus*: a imagem de Lula como herói. É um herói no sentido clássico, que descreve o mito como alguém que vence todas as barreiras carregando uma gama de qualidades que não fazem parte dos humanos comuns e que, depois de muito combate, vive os momentos de glória e o reconhecimento do povo. A imagem de Lula na maioria das matérias concede a ele poderes heróicos, mas de forma que após alcançar a glória, Lula vá além dela, tornando-se uma celebridade. É grande a quantidade de textos que tratam Lula como uma personagem histórica, lendária. E é expressivo também o número de matérias que falam de Lula no sentido de celebridade, onde “fãs” fazem quase o impossível para conseguirem um autógrafa ou mesmo um aperto de mão do novo presidente.

De início, seguem alguns trechos que tratam Lula como o herói que finalmente alcançou a glória do povo:

3.6.1 Trecho de matéria – página 5

Ao entrar no Planalto, Lula foi saudado pelos cerca de mil convidados, que não se contiveram e entoaram em coro: “Olê, olê, olê, olá, Lu-lá, Lu-lá”.

3.6.2 Trecho de matéria – página 10

Lula foi saudado com uma queima de fogos e durante os 15 minutos do discurso foi interrompido cinco vezes pelas palmas da multidão.

Abaixo, complementando o momento de glória e aclamação popular vivido por Lula, trechos de matérias que falam do momento histórico marcado pela posse:

3.6.3 Título – página 10

Lula no Parlatório: ‘Sou resultado de uma história’

3.6.4 Trecho de matéria – página 15

Todo mundo ouviu e repetiu à exaustão que Brasília, ontem, “viveu um momento histórico”. A frase, verdadeira, merece uma complementação: Brasília ontem viveu vários momentos históricos, visíveis ou oculto, que variaram da emoção cívica ao mico protocolar.

Agora, alguns dos momentos onde Lula é retratado como uma celebridade.

3.6.5 Trecho de matéria – página 4

O presidente foi aplaudido de pé quando entrou no plenário da Câmara. Foi cercado, deputados e senadores queriam tocá-lo, abraçá-lo, apertar sua mão.

3.6.6 Trecho de matéria – página 18

Quando Lula apareceu na varanda, encontrou uma pequena multidão de fãs.

Todos os trechos citados identificam explicitamente o novo presidente com a figura de herói. Mas é importante reforçar que algumas matérias não se referem diretamente ao momento de glória vivido por Lula ou mesmo às suas qualidades heróicas. Na matéria que abre a edição do jornal, por exemplo, na página dois, o repórter faz um resumo dos acontecimentos do dia anterior, adiantando informações que serão exaustivamente detalhadas nas páginas seguintes. Em nenhum momento do texto aparecem palavras como “herói” ou “fã”, mas o teor do texto confere ao presidente um comportamento típico de um homem diferente do resto da nação.

Ao falar sobre o discurso de Lula no Congresso, a matéria diz que, ao contrário do que se esperaria de uma pessoa que está passando por um momento tão importante, Lula teve um comportamento humilde: conteve a emoção e as lágrimas. Até a maneira de se portar, “*com gestos contidos e falando pausadamente*”, é diferente do brasileiro comum, acostumado aos gestos exagerados e a falar em alto e bom tom. Sempre que se refere às ações de Lula, o texto reforça o comportamento das pessoas ao redor, que geralmente saúdam, aplaudem, sorriem. Nesse caso, o jornal implicitamente afirma que Lula, a personagem que depois de muita luta (*areté*) chegou ao poder supremo (conquistou a glória, a *kléos*), cultivava dentro de si a dignidade (*timé*) de tratar os simples mortais com humanidade, reforçando assim suas características de herói.

Em muitas outras matérias, os textos falam da euforia com que políticos, convidados especiais e o povo recepcionaram o presidente e da felicidade da maioria, o que

teria causado diversas quebras de protocolos durante a cerimônia. Trata da posse como uma grande festa popular, na qual todos os brasileiros se sentem incluídos. Em uma sub-retranca da página 10, o título *'Iremos recuperar a dignidade do povo'*, retirado de um dos discursos proferidos por Lula, reforça um outro sentimento presente em boa parte das matérias, a esperança que Lula parece ter em fazer um Brasil melhor a partir da sua posse. Seria a esperança que o herói salvador cultiva: melhorar as condições de seu povo.

O herói acredita que tem uma missão a cumprir. Ele deve domar o cotidiano e viver na esfera do extraordinário. Deve entregar-se ao seu propósito e ao seu destino glorificado, que será construído única e exclusivamente por ele mesmo, já que ele é o senhor dos seus atos (PENA, 2004:34)

A trajetória de Lula retratada no jornal já é amplamente conhecida da maioria dos brasileiros: um ex-operário que fundou um partido e tentou por três vezes ser presidente da República. Só depois de muita luta, e de modificar alguns pontos de seu comportamento, conseguiu o que almejava, na quarta tentativa. Agora só lhe resta manter-se no cume glorificado em que se encontra. Essa trajetória coincide com a “aventura do herói” descrita por Campbell, que seria a forma como normalmente o herói clássico atinge seus objetivos. O autor (CAMPBELL, 1995:40) diz que o herói passa por três fases: “um afastamento do mundo, uma penetração em alguma fonte de poder e um retorno que enriquece a vida”. Nesse sentido, a primeira fase começaria quando Lula perdeu a terceira eleição e teve que “se afastar” do mundo para encontrar forças e continuar na batalha. A penetração em uma fonte de poder aconteceu quando ele percebeu que teria de mudar seu comportamento para ter condições de vencer a eleição seguinte. E a última fase, o retorno, seria a volta de Lula para competir nas eleições, só que desta vez modificado, enriquecido.

Entretanto, apesar de não ser difícil perceber o tratamento de herói clássico concedido pelo jornal a Lula, um detalhe faz o presidente ir além da categoria de herói. É o tratamento de celebridade que algumas matérias lhe conferem. Como já mencionado, em alguns momentos os repórteres utilizam expressões como “fãs” e “celebridade” para se referir a Lula. Nesses casos, o novo presidente adquire uma identidade de estrela (“super star”). De acordo com Felipe Pena (2004), há uma significativa diferença entre herói e celebridade, posto que enquanto o primeiro se preocupa com o outro, com o bem-estar de seu povo, a celebridade se preocupa exclusivamente consigo mesma, além de apenas

“representar” um papel, e não de demonstrar reais características heróicas. Mas no caso das matérias analisadas, as duas identidades convivem juntas, numa relação dialética e, curiosamente, sem aparente conflito.

4. Conclusão

Como todos que vivem na contemporaneidade, o atual presidente do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, conserva, dentro do conceito pós-moderno de identidade, diversas facetas que formam o sujeito Lula. Nem sempre é fácil perceber quais dessas identidades atuam como protagonista em determinados lugares e ocasiões. Entretanto, analisando as matérias publicadas em O Globo do dia 02 de janeiro de 2003, cujo conteúdo repercutiu o Dia da Posse de Lula, vivenciado no dia anterior, algumas identidades referentes ao novo presidente construídas pelo jornal representam diversas facetas do presidente recém-eleito.

Ao analisar as trinta e cinco matérias do objeto de análise, pode-se concluir que O Globo, pelo menos no dia seguinte à posse, mistura a identidade de Lula entre as esferas pública e privada em praticamente todas as matérias. O jornal representa o novo presidente como sendo um genuíno representante do povo brasileiro, no sentido de povo como sinônimo das classes populares brasileiras, mas que também atua em alguns momentos como um brasileiro cosmopolita, integrante importante de uma grande família popular (a família Silva) e marido devotado. Todas essas identidades referem-se às facetas de Lula na esfera privada.

No que concerne à esfera pública, Lula é identificado comumente como o novo presidente e um importante integrante do PT. Embora essa imagem de presidente petista apareça em vários textos e, na verdade, seja o motivo pelo qual as matérias ganham sentido de existir (afinal, só faz sentido serem publicadas na medida em que a informação central que as norteia é justamente a de que Lula ascendeu como presidente), essa identidade raramente é a protagonista das matérias.

As mais recorrentes identidades conferidas pelo jornal a Lula em quase todos os textos são a de legítimo representante do povo brasileiro, a de herói e a de celebridade. A noção de Lula como herói permeia praticamente todas as matérias, mesmo que em alguns casos de maneira implícita. Em geral, Lula é tratado como um herói clássico, que reúne

honra, coragem, destreza e humildade para ascender à vitória glorificado pelo povo. E, muitas vezes, junto com a imagem heróica, o novo presidente aparece como uma celebridade, uma grande estrela que atingiu a fama e é seguido por fãs que o consideram um verdadeiro ídolo.

Como atesta Schudson (1993), o que é divulgado por meio dos *media* carrega uma significativa relação com o real e, mais do que isso, o modo como a informação é passada adquire tanta força que acaba por se tornar uma “premissa”, ou seja, algo que não mais precisa ser contestado, tido como verdade absoluta. Assim, na medida em que o jornal constrói várias identidades relacionadas à personagem política mais importante do país através das matérias, as informações acabam virando um retrato do que é verdadeiro. Ainda mais se for levado em conta o fato de O Globo ser um jornal hegemônico, o segundo mais lido do país e, por conseguinte, um dos que exercem mais influência sobre a população. A força do discurso jornalístico é tão grande que a identidade de Lula como um representante do povo brasileiro, como um marido devotado ou como um herói acaba definindo a imagem de Luiz Inácio Lula da Silva perante os leitores. Mesmo que não corresponda à realidade.

Mas isso foi em 2003. Hoje em dia, a barba continua a mesma, os cabelos também. Já as identidades...

5. **Bibliografia**

- CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. 4. ed. São Paulo: Pensamento, 1995.
- GIRARDET, Raoul. *Mitos e Mitologias Políticas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- HARVEY, David. *Condição Pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.
- JAMESON, Fredric. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. São Paulo: Ática, 1996.
- MIRA, Maria Celeste. “Invasão de privacidade? Reflexões sobre a exposição da intimidade na mídia”. In: *Lugar Comum – Estudos de mídia, cultura e democracia*. N. 5-6, 1999. pp. 97-116.
- PENA, Felipe. *Adolpho Bloch: histórias, perfis e outros fractais biográficos*. Rio de Janeiro: UniverCidade Ed., 2005.
- PENA, Felipe. *Teoria da Biografia sem fim*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.
- SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das Mídias*. São Paulo: Experimento, 2000.
- SCHUDSON, Michael. “A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão”. In: Traquina, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Veja Ltda., 1993. pp. 278-293.