

# Genealogia de uma candidatura: Marina Silva e as revistas semanais

Maurício Caleiro<sup>1</sup>

**Resumo:** O artigo em tela fornece um painel crítico da cobertura jornalística dedicada à pré-candidatura da senadora Marina Silva à Presidência durante o primeiro mês após seu anúncio. A pesquisa, cuja base teórico-metodológica alia princípios e práticas de *media watching* à Análise do Discurso de vertente francesa, concentra seu foco de análise nas quatro “revistas semanais de informação” de circulação nacional (*Veja*, *IstoÉ*, *Época* e *Carta Capital*), com incursões pontuais e contextuais a artigos produzidos no âmbito da RENAI (Rede Nacional de Observatórios de Imprensa).

**Palavras-chave:** Marina Silva, candidatura à Presidência, revista semanal, cobertura jornalística.

**Abstract:** This article analyzes the journalistic coverage of Senator Marina Silva’s presidential pre-campaign during the first month after it was announced. The related research, whose theoretical basis combines media watching methodologies to the French Analysis of Discourse, concentrates its focus on the four major Brazilian news magazine (*Veja*, *IstoÉ*, *Época* and *Carta Capital*), also taking into account related critical analyses produced on the context of the country’s media watching networks.

**Keywords:** Marina Silva, presidential campaign, Brazilian news magazine, journalistic coverage.

## 1. Introdução

Saudada pela mídia como uma novidade capaz de tirar o Brasil da dicotomia PT/PSDB, a pré-candidatura de Marina Silva (PV-AC) à Presidência, ao mesmo tempo em que era – na blogosfera e nos observatórios de mídia - questionada e acusada de estar a serviço do serrismo, recebeu, no período imediatamente posterior a seu anúncio, grande destaque nos semanários nacionais, com uma ênfase positiva rara – quiçá inédita – em se tratando de uma personagem política oriunda do campo da esquerda e do petismo.

Uma das mais respeitadas lideranças ambientais brasileiras, herdeira diletta do legado de Chico Mendes, referência internacional na defesa da biodiversidade na Amazônia - premiada na ONU em 2007 com o Champions of the Earth (maior honraria concedida pelo órgão na área ambiental) e na Noruega este ano com o prestigioso The Sophie Prize -, Marina Silva deixa o Ministério do Meio Ambiente em maio de 2008, após uma gestão que, segundos dados oficiais, teria reduzido em cerca de 60% os

---

<sup>1</sup> **Maurício Caleiro** é jornalista e cineasta. Bolsista do CNPq, doutorando e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF), com M.A. em *Film Studies* pela University of Iowa (EUA). Colaborador assíduo do *Observatório da Imprensa*.

índices de devastação da Amazônia entre 2004 e 2007, mas que se caracterizaria também por uma longa e desgastante queda-de-braço com os líderes ruralistas, os lobistas do agronegócio e os ministérios encarregados dos “projetos desenvolvimentistas” (leia-se PAC) do governo Lula, “em particular com a ministra [e também pré-candidata à Presidência] Dilma Rousseff e com o ex-ministro Mangabeira Unger” (MARCONDES, 2009, s/p).

A comunicação em tela analisa a cobertura dedicada à candidatura da senadora acreana durante o período de um mês a partir do anúncio - em coluna no jornal *Folha de S. Paulo* - do acordo político que a teria viabilizado. A pesquisa, cuja base teórica alia princípios e práticas de *media watching* à Análise do Discurso de vertente francesa, adota como objeto de estudo as quatro revistas semanais “de informação” de circulação nacional (*Veja*, *IstoÉ*, *Época* e *Carta Capital*), com incursões pontuais e contextualizadoras a artigos produzidos no âmbito da RENAI (Rede Nacional de Observatórios de Imprensa).

Sem deixar de levar em conta – e demonstrar - que, em um passado recente, a então ministra do meio ambiente era reiteradamente criticada e ironizada pelas mesmas revistas ora sob escrutínio, a comunicação visa a inquerir as razões de fundo para o comportamento dos veículos de imprensa citados e analisar as implicações político-comunicacionais da passagem de Marina Silva de “‘enigma amazônico’ para a mídia” - como a chamou o colunista do *Observatório da Imprensa* Luciano Martins Costa (2009), para estrela política de primeira grandeza, recorrentemente retratada, sob luz favorável, nas edições das revistas em questão.

Reunião do Partido Verde (PV) com Marina Silva (então PT/AC) na qual foi feita a proposta para que concorresse à Presidência foi tema de nota pela coluna de Lauro Jardim em *Veja* em 29 de julho de 2009, – com a observação de que a senadora não havia se definido, mas mostrava-se “simpática à proposta”. A candidatura seria anunciada como iminente pela coluna de Mônica Bergamo no jornal *Folha de São Paulo* em 02 de agosto de 2009 e, dois dias depois, vinha a público nota oficial: “O gabinete da senadora Marina Silva (PT-AC) confirmou que ela recebeu convite para disputar a Presidência da República pelo PV e que avalia a possibilidade de concorrer em 2010” (SEREZA, 2009, s/p). A entrada da acreana na corrida eleitoral repercutiu de forma intensa e veloz na internet – tanto a favor como contra - e foi explorada com

interesse pelos jornais. Mas foram as revistas semanais que ofereceram a cobertura mais intensa e exaustiva.

Na semana seguinte ao anúncio da intenção de Marina em concorrer à Presidência pelo Partido Verde o assunto foi abordado com destaque pelas quatro revistas semanais “de informação”. *Carta Capital* e, um tanto surpreendentemente, *Veja* ofereceram ao leitor, nesse primeiro mês pós-anúncio da eventual candidatura, coberturas relativamente sóbrias e discretas; já em *Época* e em *IstoÉ* a novidade eleitoral foi matéria de capa, sendo que nesta última a cobertura, generosa nas duas acepções do adjetivo, ocupou 13 páginas, incluindo um ensaio fotográfico exclusivo. Esta cobertura é tema do estudo de caso do qual se ocupa a próxima seção deste artigo.

## **2. IstoÉ e o deslumbre como ingrediente jornalístico**

Das quatro revistas semanais de informação que formam o objeto de estudo deste artigo, a mais entusiasmada com a "novidade" que alegadamente representaria a candidatura de Marina Silva foi, sem dúvida, a *IstoÉ*. Na capa da edição referida no último parágrafo, a revista enfatiza um *wishful thinking* recorrente no que concerne à novidade eleitoral: ao estampar, em letras garrafais, ao lado de uma foto em *close* da senadora, os dizeres "O Brasil não é só PT e PSDB", o semanário saúda a candidata como um *tertius* capaz de tirar o país de tal dicotomia política, que alegadamente já duraria 15 anos. Na abertura da matéria, Marina aparece fotografada de baixo para cima (opção que realça e confere imponência à sua figura, na pior tradição do culto à personalidade), junto ao tronco de uma árvore e com a luz do céu saturada entre as frestas de uma mata cuidadosamente trabalhada pelo fotógrafo. A legenda da foto "informa" que ela "aparece com índices de 12% a 24% nas pesquisas".

As "pesquisas" referidas pela legenda são, na verdade, uma só, realizada pelo Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (Ipespe) entre 22 e 23 de julho de 2009, por encomenda do PV, investigando quatro diferentes cenários eleitorais. Uma visita ao site do Ipespe (<http://ipespe.org.br>) na ocasião revelaria um alto grau de engajamento com a campanha, o que levanta suspeições, sobretudo porque nem a *IstoÉ* nem o *site* do referido instituto disponibilizam detalhes sobre a pesquisa, a não ser que

ela ouviu apenas 2 mil pessoas, e por telefone (mas, após exaustiva pesquisa, consegui encontrar dados relativamente detalhados em planilha de apresentação pessoal disponível no endereço eletrônico <http://www.slideshare.net/pierrelucena/pesquisa-ipespe-para-presidente>). A revista destaca, em negrito, a seguinte informação: "Os números revelaram ainda forte presença de Marina nas classes A e B". Não se sabe – e a publicação não explicita – em que dados se baseia para sustentar tal afirmação, pois tais classes sociais não foram sequer incluídas na pesquisa, já que, de acordo com o item 5, "características da amostra" da documentação referenciada acima, ela ouviu apenas eleitores que ganham até 10 salários-mínimos. A revista fica devendo ao leitor essa informação, bem como a explicação sobre as razões para o negrito entusiasmado.

O editorial da *IstoÉ*, assinado por Carlos José Marques, elenca platitudes relativas à candidata que serão repisadas pela matéria e insiste na tese dos números positivos "nas pesquisas" – como se dados para tal afirmação, corroborados nacionalmente e em todas as faixas de acordo com metodologia científica estatística, tivesse. Segundo Marques, Marina "partiu como protagonista" (...) "trata-se de uma candidatura que, as pesquisas já apontam, parte no trampolim de lançamento com ao menos 10% da preferência". Tais números jamais se repetiriam (se é que um dia foram de fato atingidos) até o momento em que redijo este artigo (novembro de 2009). A imprudência – ou manipulação deliberada? - do editorialista não deixa de produzir um efeito cômico, contrastada aos 3% que a senadora obteria na pesquisa mais abrangente e inserida numa linhagem temporal divulgada pelo DataFolha no domingo seguinte, justamente quando a *IstoÉ* chegou às bancas. Mas desperta também questionamentos sérios acerca de quais interesses poderiam estar por trás de tamanho entusiasmo. Trata-se, afinal, de uma candidatura que, como apontava então a maioria dos analistas, tenderia a beneficiar o PSDB do governador de São Paulo, José Serra.

As primeiras páginas da matéria da *IstoÉ* são ocupadas historicizando a construção da candidatura de Marina Silva e, sem descer em detalhes, da contramovimentação palaciana do grupo lulista para miná-la. Há, nas páginas seguintes, a usual contraposição de vozes a favor e contra a candidatura, que incluem, em pólos opostos, políticos e cientistas sociais, além de, num fenômeno típico da política nacional recente, dois presidentes de institutos de pesquisa – cargo que, a princípio, pede equidistante neutralidade. Ainda assim, é a parte melhor resolvida na longa matéria,

embora a escolha de uma das vozes contrárias à candidatura da senadora seja por demais óbvia: ninguém menos do que Blairo Maggi (PR-MT), governador do Mato Grosso e megapequarista sempre às turras com licenças ambientais e ministros do Meio Ambiente – notadamente, Marina Silva.

A matéria inclui também um perfil político-biográfico que, embora assinado por três profissionais de imprensa, resulta jornalisticamente insatisfatório – omite, por exemplo, a respeitabilidade internacional adquirida por Marina na área ambiental e, o balanço da sua atuação como ministra do Meio Ambiente. Inclui ainda um curioso texto "analítico", assinado por Luciano Suassuna, que expõe uma tese segundo a qual "o novo vence sempre" nas eleições presidenciais pós-ditadura. "Novo, no caso, não é questão de idade nem de experiência", afirma o autor, que simplesmente desconsidera, na construção de seu argumento, que nem Fernando Henrique Cardoso nem Luís Inácio Lula da Silva representavam o novo quando se reelegeram (e, de certo modo, dependendo da abordagem adotada, nem quando se elegeram pela primeira vez). Um texto perfeitamente dispensável, que soa como mais um elemento do entusiasmo travestido de jornalismo que a publicação mal disfarça em relação à candidatura Marina.

Como a confirmar tal impressão, ao final da página, das nove "celebridades" selecionadas (sabe-se lá sob qual critério) – a atriz Letícia Sabatella, o cartunista Ziraldo, a filósofa Márcia Tiburi, entre outras –, apenas a dermatologista Lígia Kogos (a menos famosa delas) desaprova a candidatura da senadora. Qual o valor jornalístico de tal enquete, além de causar a impressão de que ela seria referendada por possíveis "formadores de opinião"?

A entrevista com Marina Silva que encerra a cobertura da *IstoÉ* permite talvez compreender o porquê de sua candidatura despertar tanto entusiasmo em certos setores: além da inegável importância da agenda do desenvolvimento sustentável que encarna, clareza, inteligência, sensibilidade, tato político se sobressaem em meio às perguntas usuais sobre sua relação com a religião, com o PT, com a crise no Senado – além das comparações – que, como veremos, serão recorrentes - da sua trajetória com a de Obama e com a de Lula - pois, assim como o atual presidente da República, a acreana Maria Osarina Marina Silva Vaz de Lima, 51 anos, tem uma origem extremamente humilde. Tendo nascido numa casa de palafitas no seringal Bagaço, a 70 quilômetros da capital Rio Branco, numa família numerosa (dos seus 10 irmãos, 8 sobreviveram), só

iria se alfabetizar ao final da adolescência, ao ingressar no Mobral (o programa de alfabetização de adultos do regime militar).

No entanto, compreender o entusiasmo que a candidata desperta é uma coisa, justificar que um dos principais órgãos jornalísticos do país sucumba a tal entusiasmo é outra, consideravelmente diferente e inaceitável, ainda mais quando há a desconfiança de que até mesmo tal entusiasmo possa não ser autêntico, mas sim um pretexto para beneficiar projetos políticos de terceiros.

### ***Época e a saudação contida***

A cobertura, nas demais revistas semanais, parece indicar uma rápida mudança no modo como a candidata passou a ser retratada. Em nenhuma delas continua a ser acusada de “confundir o estado laico com sua fé”, de manipular dados sobre a Amazônia ao seu bel prazer ou de fazer “diagnósticos (...) dolorosamente temerários”, como apontara André PETRY em *Veja* (2008); ou de que, com sua crença no criacionismo, estaria a cometer uma “perigosa confusão entre fé e ciência”, como bradara Thomas TRAUMANN em *Época* (2008); e muito menos que “sua gestão à frente do Ministério do Meio Ambiente deixou a desejar”, pois “na maioria das questões em que se envolveu, a ministra esteve quase sempre do lado errado”, que “muitas vezes o impacto ambiental das suas decisões foi negativo”, já que, devido às suas posições alegadamente anacrônicas ante a concessão de licença ambiental para hidrelétricas e no casos dos transgênicos exemplificariam, estaria “presa de seus dogmas” e “aferrada ao passado”, como disparara Leonardo Attuch em *IstoÉ* (2009).

Toda essa visão negativa acerca da figura pública de Marina praticamente desaparece na cobertura dos semanários a respeito de sua pré-candidatura presidencial. Marina parece ter evoluído para uma posição que, com diferentes gradações mas sem exceção, mormente oscila entre o fascínio novidadeiro e o deslumbre entusiasmado – estados de espírito que, de qualquer modo, não combinam com o bom jornalismo político.

"Entrou oxigênio puro na campanha eleitoral de 2010. A novidade se chama Marina Silva", sintetizou *Época*, no parágrafo de abertura da matéria intitulada “Sim,

ela é candidata”, encimada por uma foto de Marina em elegantes trajes étnicos, olhando para cima, com ar enlevado, sobre uma legenda que afirma “Ela é a única candidata que pode falar em ‘sonho’ sem parecer artificial” – ou seja: nem a Dilma Rousseff nem a Heloísa Helena seria concedido tal direito, segundo a revista. Quanto a José Serra, a rigor, respeitadas as normas cultas da Língua Portuguesa, se a revista quisesse incluí-lo entre os candidatos que não podem falar em sonho deveria substituir “a única candidata” por “o único candidato”, por mais estranho que soe tal construção semântica.

A capa da respectiva edição de *Época*, embora pontificada por uma Marina Silva uma vez mais fotografada de baixo para cima, em *close* que realçam seus dentes muito brancos abertos em largo sorriso, sugeria, com os dizeres de sua chamada no canto inferior esquerdo, uma cobertura mais dialética: “Como a candidatura de Marina Silva – a ambientalista admirada por sua biografia e temida por suas idéias radicais – embaralha o jogo eleitoral de 2010”.

A chamada faz, é verdade, uma profissão de fé um tanto afoita na capacidade da candidatura de alterar substancialmente a dinâmica das eleições vindouras – prognóstico que seria ratificado nas páginas internas com sugestão de que, em curto prazo, provocaria impacto eleitoral, adesões significativas e ascensão nas pesquisas – profecias que, passados três meses da publicação da matéria, não se concretizaram (ao menos que se considere a adesão do presidente da Natura, Guilherme Leal – cotado para ser o vice de Marina – e a espalhafatosa declaração de votos de Caetano Veloso na candidata do PV, recheada de agressões verbais ao presidente Lula, como superlativas).

Ao contrário da cobertura “chapa-branca” de *IstoÉ*, aquela levada a cabo por *Época* não deixe de se referir aos temores que a “radical” Marina sempre causou em setores da sociedade – notadamente em empreiteiros, madeireiros, pecuaristas e em toda a sorte de “desenvolvimentistas”, além, é claro, da mídia corporativa (que, como seria de se esperar, *Época* não menciona) -, nem de especular sobre sua saúde frágil e as possíveis conseqüências de sua religiosidade praticante. Ainda assim, com todas essas ressalvas, o tom dominante na cobertura é positivo, de saudação de novidade – de forma bem mais contida do que a praticada pela *IstoÉ*, registre-se. Marina é apresentada, uma vez mais, como uma alternativa ao fla-flu político em vigor e a revista implica que, embora sua *persona* política não deixe de sugerir aspectos reticentes, suas qualidades de caráter, coerência ideológica e projeção internacional fariam dela uma candidata que

reuniria condições para propor um modelo de desenvolvimento sustentável para o país que faria com que, como sugere Eric Hobsbawm, “O objetivo da política ecológica seja ao mesmo tempo radical e realista” (1994, p. 549).

Porém, como demonstraria o editor-chefe Paulo Moreira Leite, em coluna virtual publicada quatro dias depois, intitulada “Leitores se animam com Marina Silva”, não deixa de ser significativo que essa visão da candidata acreana como um *tertius*, embora renitente, acabe por gerar uma outra lógica binômica em relação à candidata do Partido Verde. Como os trechos de cartas de leitores reproduzidos por Leite evidenciam, duas reações se sobressaem: as que veem Marina como uma *outsider*, “pura”, corajosa, capaz de satisfazer a demanda eleitoral de “uma nação que clama por alternativas ‘libertárias’ que possibilitem o verdadeiro governo do povo”, como escreve a leitora Creuza Maria; que se opusesse aos políticos tradicionais, como o próprio Lula - que, segundo o leitor Roger Rocha, “em nome da governabilidade se prostituiu” – teria se transformado. A essa visão entusiasmada e um tanto ingênua – pois, baseada na análise subjetiva das qualidades de Marina, negligencia a ação determinante das estruturas políticas e econômicas sobre a Presidência - contrapõe-se outra, cética, que identifica na mudança de partidos protagonizada por Marina um primeiro sinal de sua entrada no rol dos “políticos comuns”. Embora cientes de que não é possível governar sem fazer pactos, esses leitores acabam por restituir a dicotomia parágrafos acima referida, em perguntas como a do(a) leitor(a) que assina como Brasiliense “Agora querem uma petista para ajudar a oposição?”.

### **A cobertura sinuosa de *Veja***

Comparada à euforia desabrida de *IstoÉ* e ao entusiasmo reprimido de *Época*, a cobertura oferecida por *Veja* – a revista que sempre fora mais agressiva em relação à gestão de Marina Silva e, de forma geral, menos afeita a endossar os principais pleitos ecológicos em âmbito nacional - mostra-se mais sinuosa, de intencionalidades menos evidentes. Às vezes incorre em derramamentos quase sentimentais em relação à candidata, como na retranca da entrevista – significadamente intitulada “Marina imaculada” – com a senadora nas páginas amarelas: “Politicamente correta, com biografia sem nódoas e uma doçura sem par, a senadora verde diz por que deixou o PT e



o que defenderá na corrida à Presidência da República em 2010”. Doçura sem par? Desde quando a principal representante do jornalismo *neoon* no país dispensa tal tratamento a um entrevistado advindo do campo da esquerda?

Como que para reforçar a nova abordagem que a revista agora direciona a Marina, as fotos em *close* – em que a ministra, de óculos e sem maquiagem, é capturada por subjetivas em flagrantes ocasionais – dá lugar a imagens cuidadosamente posadas. Numa das fotos em destaque ela aparece sentada numa poltrona, vestindo terninho preto e sapatos baixos da mesma cor, as mãos cruzadas sobre o colo e um sorriso pendendo dos grossos lábios, ladeada pelas seguinte legenda, retirada de uma pergunta da entrevistada: ““Também sou negra, mas seria muito pretensioso da minha parte me apresentar como similar ao Obama”. Ou seja, de vidraça para a costumeira artilharia de *Veja* ela passa a ser equiparada ao líder mundial de trajetória arrebatadora, do qual humildemente se esforça para distinguir-se.

Assim *Veja* – como já o fizera *IstoÉ*, de forma ainda mais explícita - embala Marina, com a aquiescência desta, em uma roupagem imagética que, do ponto de vista da afinação entre objeto e mensagem, pouco se distingue daquela dispensada a *top models* que cedem sua imagem em campanhas de *marketing* para incentivar a venda de produtos. Se a abordagem talvez resultasse excessiva mesmo para os elásticos padrões do que se tornou corriqueiro e “aceitável” no âmbito do *marketing* político, ao ser realizada por revistas semanais que se pretendem informativas e críticas, acaba por transcender em muito os limites éticos do jornalismo e evidencia uma tentativa de promoção da candidata que vai além do interesse jornalístico e adentra a seara publicitária.

Ao desviar-se dos limites da informação, análise e repercussão nos quais se insere e adentrar, ainda que sem assumi-lo explicitamente, o campo do *marketing* político, os veículos de imprensa em questão acabam por inserir Marina Silva num circuito no qual ela deixa de ser mero objeto de interesse jornalístico e passa a se constituir também como produto de consumo em um determinado mercado – no caso, o eleitoral.

Se, como quer Néstor García Canclini, “no consumo se constrói parte da realidade integrativa e comunicativa de uma sociedade” (1999, p.53), o resultado dessa

operação – que eu denominaria nos termos algo mordazes e certamente contraditórios de “jornalismo publicitário” – é precisamente o de promover a inserção de Marina, integrá-la, num circuito de comunicação – aquele formado pelos leitores das revistas – e de espetáculo – aquele no qual, segundo Guy Debord, se dá, através das imagens, a mediação social contemporânea.

O parágrafo de abertura da entrevista, publicada no dia 29 de agosto (dez dias após Marina se desligar oficialmente do PT), evidencia que o centro do interesse de *Veja* por Marina diz respeito menos à eventual novidade eleitoral que ela possa representar, mas à oportunidade que fornece para a revista desferir ataques às forças políticas contra as quais luta de forma incessante, como se de um partido político – e não de um órgão de imprensa – se tratasse:

A senadora Marina Silva, do Acre, causou um abalo amazônico ao Partido dos Trabalhadores. Depois de trinta anos de militância aguerrida, abandonou a legenda e marchou para o Partido Verde, seduzida por um convite para ser a candidata da agremiação à Presidência da República em 2010. Para o PT, o prejuízo foi duplo: não só perdeu um de seus poucos integrantes imaculadamente éticos, como ganhou uma adversária eleitoral de peso. Os petistas temem, e com razão, que a candidatura de Marina tire muitos votos da sua candidata ao Planalto, a ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff. Na semana passada, Marina, de 51 anos, casada, quatro filhos, explicou a VEJA as razões que a levaram a deixar o PT – e opinou sobre temas como aborto, legalização da maconha e criacionismo.

Como as cinco menções ao PT e aos petistas (comparadas às três a Marina) anunciam, a entrevista dá uma atenção excessiva ao ex-partido da candidata, que é tema direto de 5 de suas vinte perguntas, sendo referido em outras três. Tal opção editorial provoca um embate entre entrevistadores e entrevistada, aqueles tentando “arrancar” da boca de Marina declarações bombásticas contra o ex-partido - as quais ela, por decisão de fórum íntimo ou por cálculo político, se recusa a fornecer.

As esperanças de *Veja* em obter tais declarações tinham um precedente: oito dias antes da entrevista, o blog mais acessado da revista, a cargo do ultraconservador Reinaldo Azevedo, havia pinçado de uma entrevista de Marina a *O Globo* justamente as referências que ela fizera ao ex-partido e ao governo, destacando como título do *post* a declaração de que o governo Lula seria “insensível a causas sociais”. Ela se referia especialmente à relação do governo com a Amazônia e as demandas de seus habitantes, mas Azevedo preferiu ignorar esse “detalhe”.

Feitas as ressalvas concernentes à obsessão anti-petista, tecnicamente, a entrevista com Marina é superior às realizadas pelos veículos concorrentes. Temas pelos outros veículos mal tangenciados, como economia, a auto-imagem racial de Marina (que dá vazão a uma discussão sobre negritude e cotas raciais) e o perfil do eleitor privilegiado pela campanha do PV recebem um tratamento mais aprofundado, graças a perguntas mais objetivas e melhor encadeadas umas às outras, não dando muita margem para a entrevistada divagar ou desviar-se das questões. Além disso, os entrevistadores não deixam de tocar, com insistência, em pontos potencialmente sensíveis, como o histórico de doenças graves – segundo a revista, “cinco malárias, três hepatites e uma leishmaniose” - e, particularmente, a influência das crenças religiosas da candidata – que quase foi freira aos dezesseis anos mas acabou se convertendo do catolicismo ao neopentecostalismo - em sua posição ante temas como ensino religioso nas escolas, aborto e legalização da maconha.

A comparação de Marina com Barack Obama é referência comum ao *corpus* de textos para este artigo analisados. Ela tem lugar pela primeira vez no já referido artigo de Costa, para quem a movimentação na internet pela candidatura de Marina – velha de meses quando do anúncio da candidatura - resulta “num processo semelhante, embora ainda muito embrionário, do movimento que ajudou a alavancar a candidatura vitoriosa de Barack Obama a presidente dos Estados Unidos” (2009). O tom precavido de Costa, no entanto, não é repetido nas matérias das “revistonas”, talvez de alguma forma “contagiadas” pelas eleições então recentes que fizeram de Obama fenômeno de massas e *case study* para a ciência política, e o primeiro negro a ocupar a Casa Branca. Mas é em *Veja* que comparação entre este e a acreana Marina ganha uma proeminência e um grau de elaboração inéditos. É tema destacado pela diagramação da matéria e perpassa três das perguntas, as quais Marina utiliza para marcar distinções claras entre sua trajetória e a do então recém-eleito presidente dos Estados Unidos, entre este e o Brasil como países com realidades sócio-culturais distintas, e para reforçar sua posição pró-cotas raciais, com uma resposta tão curta quanto irrefutável (após defender uma “espécie de discriminação positiva):

**Veja:** “Mas a senhora entrou numa universidade pública sem precisar de cotas, embora seja negra, de origem humilde e alfabetizada pelo Mobral”.

**Marina Silva:** “Sou uma exceção. Tenho sete irmãos que não chegaram lá”.

### ***Carta Capital: reflexões circunscritas***

Enquanto suas concorrentes no mercado de revistas semanais de informação investiram mais em matérias informativas, entrevistas e, como analisaremos com particular interesse, editais fotográficos, *Carta Capital* – publicação que de ordinário se distingue pela não-aderência ao jornalismo *neocón* em voga e por uma postura menos crítica em relação ao governo Lula – optou por uma cobertura analítica, muito mais textual do que gráfica, dos primórdios da candidatura Marina Silva.

Em um primeiro momento, a revista parece se esforçar por circunscrever a novidade ao âmbito dos interesses políticos do governador José Serra, como evidencia coluna publicada em 11 de agosto e assinada pelo colunista *Ciro Marcondes*:

Diz-se nos bastidores que os apoiadores do governador de São Paulo veriam com muito bons olhos a candidatura da senadora Marina. Fácil entender por que: segundo eles, ela tiraria mais votos de Dilma e poderia fazer na candidatura da ministra o estrago que nem seu câncer, nem a crise mundial, nem a CPI da Petrobras, nem a crise no Senado fizeram até aqui (2009a, s/p).

Se tal premissa se confirmar, a colaboração semanal como articulista da *Folha de São Paulo*, por exemplo, que a fazia uma espécie de oásis de sensatez em meio à decadência partidarizada do diário dos Frias – cujos vínculos com José Serra não se restringem à sua atuação pregressa no diário -, tenderia (ou deveria tender) a ser revista com outros olhos: como parte de uma estratégia há muito traçada de fortalecimento de uma candidatura anti-Lula (e, em decorrência, pró-candidato do PSDB/DEM).

Uma semana depois, no entanto, o mesmo colunista dá mostras de ter mudado de ideia. Num duplo exercício de futurologia, *Marcondes* primeiro afirma, peremptoriamente e sem fornecer base empírica que sustente tal argumentação, que, em relação à candidatura de Marina:

Enganam-se os que acham que se trata de uma manobra dos demos, tucanos ou da grande mídia. Talvez Dilma seja a mais afetada no início, mas parte da classe média paulista eleitora de Serra também não ficaria imune a certo contágio (2009b, s/p).

A análise de *Marcondes*, na contramão da visão então predominante na mídia – de que Marina tenderia a “roubar” votos da pré-candidata governista Dilma Rousseff – coincide com o que fora até então uma voz isolada: a de Luciano Martins Costa, no

*Observatório da Imprensa*. Antes dos colunistas dos principais órgãos de imprensa, ele sugerira um cenário eleitoral que pesquisas subsequentes, com projeções de cenários para o segundo turno, tenderiam a corroborar. Em seu artigo, ele relata que:

O temor da oposição é que Marina tire votos dos dois lados no primeiro turno e, na segunda fase, acabe voltando para o colo do governo, ajudando a eleger Dilma Rousseff (...) A entrada na disputa presidencial da senadora Marina Silva traz o risco, para eles, de fazer muitos eleitores imaginarem que pode haver, sim, uma alternativa para aqueles que não aguentam mais tantos escândalos (COSTA, 2009,s/p).

Mas Marcondes, na mesma coluna, acaba por “comprar” acriticamente a tal pesquisa encomendada pelo PV que analisamos na segunda seção deste artigo e arrisco um palpite puramente pessoal, que em breve mostrar-se-ia equivocado: [Marina] “chega até a 27% em determinado cenário. Aguardadas pesquisas do Ibope e do Datafolha, talvez divulgadas neste final de semana, darão ou não mais veracidade à pesquisa dos verdes. Acho que darão” (*id., ibid.*) Para compensar, o articulista presta mais atenção que seus colegas dos veículos concorrentes quanto às “ambigüidades” do PV e à probabilidade de que lá Marina “não teria estrutura, nem dinheiro para fazer uma campanha forte” (*id., ibid.*).

Somada ao retrato desconcertante que outro colunista de *Carta Capital*, Maurício Dias, perfaz de dois ex-líderes da esquerda ecológica que gostavam de brandir a bandeira da ética mas pela aposta que banca, sem explicitar as razões objetivas para tal, na honestidade da candidata:

Marina não aceitará trabalhar com caixa 2, por mais que o deputado Fernando Gabeira e o vereador Alfredo Sirkis, no Rio, tenham disposição para isso (...) A candidatura presidencial do PV desmonta o único palanque possível que o governador José Serra tenta montar no Rio de Janeiro com o apoio, relutante, do deputado Fernando Gabeira, que, por sinal, já tem acordo firmado com o DEM (DIAS, 2009, s/p).

Depreende-se das duas análises que a concretude das forças políticas institucionais que apóiam Marina contrasta violentamente com o projeto de uma candidatura que almeja encarnar um projeto de superação, a um tempo, das práticas políticas institucionais brasileiras e do próprio modelo político-administrativo do país, tendo, respectivamente, na transparência no trato das coisas públicas e no desenvolvimento sustentável suas vigas-mestras. Como conciliar tal projeto no interior de um partido que é comandado por ninguém menos do que Zequinha Sarney, herdeiro

do coronelismo maranhense – o mais socialmente insensível do país, como os números sobre a pobreza no estado atestam – e no qual pontificam estrelas como Fernando Gabeira, que, ao longo dos últimos anos, passou de uma extremidade à outra do espectro político?

Essa incompatibilidade evidente e que constitui, do ponto de vista da prática política, um obstáculo concreto à efetivação do projeto presidencial de Marina é claramente subvalorizada pelas revistas em questão. Em decorrência – e, como já demonstrado, com exceção de *Carta Capital* – a questão essencial sobre a que interesses políticos e a quais lideranças interessariam uma candidatura sem infraestrutura para alçar vôo alto por si própria é claramente negligenciada, em prol (sic) da profissão de fé entusiasmada pela novidade Marina.

### **Considerações finais**

Após a exposição das coberturas levadas a cabo pelas revistas semanais em relação ao momento inicial da candidatura de Marina Silva pelo PV, duas questões se impõem. Primeiro: como acreditar que, como sugerem as revistas, a candidata Marina Silva, apoiada por um partido de poucos recursos e abrigo de políticos conservadores, conseguirá constituir-se como um *tertius*, se para tal seria necessário pôr em prática o tal programa de transparência e corrupção zero e a priorização de um modelo de desenvolvimento sustentado em que se priorizassem as questões ecológicas, como a própria senadora defendeu, dois anos antes de lançar-se candidata, em *Teoria e Debate*, publicação ligada ao PT?

*A equação está se invertendo. Não é o desenvolvimento que precisa fazer algo pelo meio ambiente. Os ambientalistas estão trabalhando pelo desenvolvimento. Se não for assim, não haverá desenvolvimento. Em um país com a realidade do Brasil, 50% do Produto Interno Bruto dependem de nossa biodiversidade. Na visão dos desenvolvimentistas, isso não é importante. Mas destrua a biodiversidade e verifique o que vai acontecer com 50% do PIB (apud Marcondes, 2009, s/p).*

Embora concordemos com Luciano Costa quando afirma que “A entrada em cena da ex-ministra Marina Silva pode fazer muitos eleitores se darem conta de que os atuais candidatos acabam representando duas faces da mesma moeda” (2009, s/p), não

só a hipótese de Marina como um *tertius* parece-nos por demais ingênua (pois ignora o peso das forças econômicas e políticas nas dinâmicas eleitorais e administrativas), mas, sobretudo, a de que a mídia deixou-se entusiasmar por ela devido a tal premissa atinge, no nosso entender, as raias da tolice. Tanto quanto acreditar que a mídia apenas espelha as relações políticas de um determinado país, e não dele toma parte ativa, como o demonstraram com brilho, entre tantos outros autores, Hallin e Mancini (1993).

Isso nos leva à segunda e certamente mais importante questão no âmbito deste artigo: o que leva os órgãos de imprensa aqui examinados – notadamente *Época*, *Isto É* e *Veja* - a atribuir tão pouco peso aos fatores políticos institucionais (tamanho do partido, tempo de TV de que dispõe, alianças potenciais, volume de apoio financeiro para a campanha, experiência administrativa da candidata, etc.), como de ordinário tais publicações o fazem, em prol de uma abordagem que prima por gradações variadas de entusiasmo?

Identificariam tais revistas semanais em Marina um potencial para provocar uma “partilha do sensível” na opinião pública – para utilizar o conceito desenvolvido por Jacques Rancière (2004) -, a qual incluiria, inadvertidamente, o poder de seduzir e levar de roldão jornalistas, editores e empresas de comunicação, fazendo-os abrir mão de procedimentos consagrados da cobertura jornalística de política?

É fato que, idealmente, tal candidatura reúne algumas características para patrocinar tal partilha: sua subversão da lógica economicista do desenvolvimento ante as demandas ecológicas, com a supremacia destas sobre aquela representaria não apenas uma cisão estrutural, um dano fundamental afligido à concepção capitalista de progresso, como apregoado pelo filósofo francês, mas mesmo a “polícia” que de tal novo modelo decorre tenderia a inverter radicalmente seu objeto de “policimento” (para nos mantermos fiéis aos termos de Rancière), o qual estaria concentrado nas extrapolações acumulativas do capital que viessem a violar a preservação ambiental no contexto de um desenvolvimento sustentável. Com efeito, de uma nova visão se trataria, se efetiva.

Porém resulta enorme a distância entre o que pulsa no âmbito da utopia idealista da ínclita Marina Silva e a aridez concreta do misto de neocoronelismo maranhense e neoudenismo ipanemense que domina o Partido Verde – ao qual está em vias de se acrescer o delírio retro-marxista do PSOL, partido cujo programa inclui nada menos do

que a destruição do sistema bancário. Uma salada ideológica indigesta é, portanto, ao rés do chão, o resultado concreto até o momento.

Portanto, ao invés da radicalidade vigorosa – e belicosa - de Rancière, talvez fosse mais proveitoso buscarmos em algum lugar entre o “com-sentimento” de que nos fala Giorgio Agamben e a leitura um tanto enviesada (mas não de todo equivocada) do homem cordial de que fala Sérgio Buarque de Hollanda um melhor referencial teórico para dar conta da candidatura Marina.

Trata-se, possivelmente, de uma opção menos atraente, certamente mais lugar-comum, mais mais-do-mesmo, mas também menos em desacordo com um projeto político que, em um estágio histórico no qual vigora “um capitalismo que dispensa, hoje, qualquer institucionalidade extra-econômica” (ARANTES, 2007, p. 287) ignora, ou finge ignorar, que “o fim da política numa sociedade antagônica é sinônimo de violência explosiva” (*id.*, p. 288), vendendo-se como alternativa inovadora, interessada numa reversão profunda da relação entre capitalismo, meio ambiente e desenvolvimento, bem como do relacionamento entre bem/agente público e eleitor/cidadão. Porém que o faz não através do enfrentamento aberto, da colisão de interesses, do choque de ideias, do grito de guerra política, da enunciação da partilha do sensível - mas de alianças com partidos e *personas* políticos profundamente comprometidos com o velho modelo do capital (e da política).

Eis uma das hipóteses mais fortes para entender o porquê do interesse exacerbado de um setor de mídia historicamente conservador e tipicamente *middlebrown* por uma candidatura advinda da esquerda e que alegadamente se opõe ao capitalismo neoliberal, bezerro de ouro da imprensa nacional.



## Referências Bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. **What's an apparatus? And Other Essays**. Stanford: Stanford UP, 2009.

ARANTES, Paulo. **Extinção**. São Paulo: Boitempo, 2007.

ATTUCH, Leonardo. O custo Marina. **IstoÉ**. 16/05/2008. Disponível em <http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/2011/artigo89079-1.htm>. Acessado em 20/11/2009.

CALEIRO, Maurício. Mídia deslumbrada com Marina Silva. *Observatório da Imprensa*. Ano 14, no. 551. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=551IMQ005> (acessado em 06/11/2009).

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4ª edição. Rio de Janeiro: UFRJ. 1999.

COSTA, Luciano Martins. O fator Marina. **Observatório da Imprensa**. Ano 14, no. 549. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=549JDB013> (Acessado em 06/11/2009).

DEBORD, Guy. **The Society of the Spectacle**. Londres: Rebel Press, 1992.

DIAS, Maurício. E qual seria o papel de Marina Silva? **Carta Capital**, versão *online*. 14/08/2009. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/app/coluna.jsp?a=2&a2=5&i=4829>. Acessado em 07/09/2009.

HALLIN, Daniel C. e MANCINI, Paolo. Falando do presidente: a estrutura política e as forma representacional nas notícias televisivas dos EUA e da Itália. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993, p. 306-325.

HOBBSBAWN, Eric. **Era dos extremos – O breve século XX**. 2ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MARCONDES, Celso. Marina vai à guerra. **Carta Capital**, versão *online*. 14/08/2009. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/app/coluna.jsp?a=2&a2=5&i=4796> (acessado em 06/09/2009).

MARCONDES, Celso. Marina Silva embaralha o jogo eleitoral. **Carta Capital**, versão *online*. 11/08/2009. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/app/coluna.jsp?a=2&a2=5&i=4741>. Acessado em 07/09/2009.

PETRY, André. Desmatando Marina. **Veja**. No. 2045. 30/01/2008. Disponível em [http://veja.abril.com.br/300108/andre\\_petry.shtml](http://veja.abril.com.br/300108/andre_petry.shtml). Acessado em 20/11/2009.

RANCIÈRE, Jacques. La politique ou le pasteur perdu. In: **La haine de la démocratie**. La Fabrique: Paris, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. **The Politics of Aesthetics: The Distribution of the Sensible**. Londres e Nova Iorque: Continuum, 2004.

SEREZA, Haroldo Ceravolo. Gabinete de Marina confirma convite do PV e diz que senadora avalia deixar PT para disputar Presidência. **Uol Notícias**. 04/08/2009. Disponível em <http://noticias.uol.com.br/politica/2009/08/04/ult5773u1877.jhtm>. Acessado em 11/09/2009.

TRAUMANN, Thomas. A ministra criacionista. **Época**. no. 506. 13/05/2008. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG81345-6010-506,00.html>. Acessado em 21/11/2009.