

OS BONÉS DE LULA: VESTEM A CABEÇA DO PRESIDENTE E AINDA "FAZEM A CABEÇA" DO POVO

*Sérgio Roberto Trein**

Resumo: Todos os últimos presidentes da República foram fotografados com acessórios na cabeça – de cocar de índio a quepe de aviador, incluindo bonés promocionais e chapéus típicos. Nenhum, porém, foi tão questionado como Luiz Inácio Lula da Silva, por ter vestido o boné do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra. Para uma parcela da sociedade, o presidente, com sua atitude, deu aval de legalidade a uma organização política, consagradamente, transgressora da ordem pública. Por outro lado, quando vestiu o boné do Internacional, clube de futebol de Porto Alegre/Brasil, o ato foi considerado positivo. O objetivo desta pesquisa é compreender como dois bonés, aparentemente, iguais, de mesma cor, podem produzir efeitos de sentido diferentes. Para isso, foram analisadas duas edições do jornal Zero Hora, de Porto Alegre, nos dias 3 de julho e 18 de setembro de 2003.

Palavras-chave: Política, linguagem, persuasão.

* Professor Mestre. Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Introdução

O boné poderá se tornar a marca registrada de Lula até o final de seu governo, assim como aconteceu com outros presidentes, que entraram para a história pelo modelo de chapéu que usavam. Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek foram imortalizados com os tradicionais chapéus no estilo "panamá". Os presidentes do período que sucedeu o golpe de 64 posavam com seus quepes característicos do uniforme militar. Além deles, outros presidentes também usaram cocares de índio e chapéus típicos.

Nos primeiros dez meses de seu mandato, Luiz Inácio Lula da Silva já ganhou e usou mais de 50 bonés, de diferentes cores e formas, ostentando os mais variados símbolos, à direita e à esquerda no espectro político. O acervo do presidente vai desde times de futebol, movimentos sociais, empresas, até festas e shows.

Os bonés passaram a ganhar destaque depois que Lula colocou em sua cabeça o boné do Movimento dos Sem-Terra (MST), no dia 2 de julho de 2003, durante o encontro com integrantes da entidade. De um lado, a atitude recebeu críticas de parte da imprensa e de opositores políticos, por dar aval de legalidade a uma organização política consagradamente transgressora da ordem pública. Por outro lado, recebeu manifestações de apoio, principalmente dos simpatizantes do governo e do Partido dos Trabalhadores, que justificaram aquele gesto como uma mera demonstração de carinho.

Dois meses depois, no dia 17 de setembro de 2003, Lula vestiu o boné do Internacional, clube de futebol de Porto Alegre/Brasil. E, desta vez, como em tantas outras vezes em que vestiu outros bonés, o gesto foi visto apenas como uma demonstração de carinho.

O objetivo desta pesquisa foi o de iniciar uma investigação para compreender os efeitos de sentido produzidos no público, nas oportunidades em que o presidente Lula vestiu os bonés, pois a atitude tem sido interpretada de maneiras diferentes. Para isso, foram analisados estes dois momentos em que Luiz Inácio Lula da Silva vestiu o acessório: no encontro com integrantes do MST e na visita do presidente do Internacional.

Os dois momentos pareceram adequados à pesquisa, pois os bonés das duas entidades, a princípio, eram iguais, possuíam a mesma cor – o vermelho – e, mesmo assim, conseguiram produzir efeitos de sentido completamente distintos. Através de uma pesquisa qualitativa, foram selecionadas duas edições do jornal Zero Hora, de Porto Alegre, publicadas nos dias seguintes em que Lula vestiu os

bonés, 3 de julho e 18 de setembro de 2003, respectivamente. Com base nestas edições, foi possível interpretar os elementos textuais contidos nas matérias, como títulos, corpo do texto e legenda das fotos, aplicando o Método Estrutural, que permite observar a realidade, decompô-la para, numa etapa posterior, voltar a recompô-la.

Fundamentação teórica

O Método Estrutural pressupõe uma atividade de imitação, que abre a possibilidade para que se possa refletir sobre um fragmento fabricado do campo social. Este objeto, quando se apresenta, vem embalado numa segunda roupagem – já que a sua primeira forma seria a original –, com o intuito de tudo tornar compreensível, por isso exigindo menor esforço para ser manipulado.

Na ótica de Barthes (1971), o Método tem como finalidade reconstruir um objeto, identificando-o como um produtor de sentido. Esta reconstrução da realidade está assentada na Análise de Discurso, a partir dos conceitos da professora Eni Orlandi, em especial, na relação de sentidos.

A Análise de Discurso (AD) trabalha língua-discurso-ideologia. E não se limita aos tratos da língua e da gramática, embora lhe interessem, mas como seu próprio nome diz, ocupa-se do discurso e de suas condições de produção. Na opinião de Orlandi (2002), a AD compreende que a materialidade específica da ideologia é o discurso, que a materialidade do discurso é a língua e que não há discurso sem sujeito e, tampouco sujeito sem ideologia.

Para a AD, a questão é como o texto significa. Trabalha, então, o sentido não como algo em si, mas como em relação a algo. Busca compreender como um objeto simbólico está investido de significância. São estes efeitos de sentidos, produzidos em condições determinadas e que se fazem presentes no modo como se diz, que o analista de discurso tem de identificar. São pistas, vestígios, que vão possibilitando ao analista compreender os sentidos produzidos. E estes estão relacionados com a exterioridade e com as condições de produção.

Sobre esta questão, Orlandi (2002) ressalta que as condições de produção, que constituem os discursos, funcionam de acordo com certos fatores. Um deles é a relação de sentidos. Para a autora (2002, p.39), "segundo essa noção, não há discurso que não se relacione com outros". Ou seja, não há começo absoluto, nem ponto final para o discurso.

Especificamente, no campo da comunicação, isso fica ainda mais claro, quando se observa que a linguagem não é somente estrutura, mas, sobretudo, um acontecimento. Na tentativa de interpretar os efeitos de sentido, é importante compreender o que é dito em um discurso e, também, o que não é dito e, ainda assim, é percebido. De acordo com Pinto (1999), um texto não é somente uma interpretação semântica de conteúdos, mas um lugar onde é possível fazer uma análise de como e por que o texto diz e mostra algo.

Em todos os momentos da história, sempre houve a tentativa de confirmar ou modificar as opiniões dos outros, com maior ou menor intensidade. O homem descobriu que suas mensagens poderiam criar imagens na cabeça das pessoas. Na análise de várias manifestações da compreensão, é importante perceber que a linguagem não tem se limitado às palavras, mas também é resultante de gestos, símbolos, expressões e atitudes.

Através de cada um deles, é possível representar um determinado regime político, uma determinada comunidade ou algum tipo de ideologia. Esta perspectiva resgata o valor do simbólico, como um redutor do processo comunicativo.

Os meios de comunicação, em associação com as técnicas persuasivas, são os elementos que modelam as opiniões majoritárias. E, ao mesmo tempo, marginalizam, totalmente, as opiniões em contrário, o que produz uma imagem falsa de unanimidade e de que existem, apenas, atitudes e comportamentos uniformes por parte do público, quase sempre a partir dos exemplos simbólicos, utilizados nas instâncias persuasivas.

Toda forma de persuasão se caracteriza por conter elementos lingüísticos e semiológicos que buscam alcançar e modificar a opinião pública em seu favor, de maneira que a opinião particular do persuasor pareça a opinião geral da sociedade. Essa transição entre o consenso social e as convicções individuais é o que se chama de opinião pública.

Nos dias de hoje, reportagens em rádio e televisão, fotografias e os diversos discursos e depoimentos falados ou escritos, informam dos acontecimentos ocorridos em algum lugar do planeta. De acordo com Santaella (1996, p.330), "as linguagens não são inocentes nem inseqüentes. Toda linguagem é ideológica, porque ao refletir a realidade, ela necessariamente a refrata".

O que passou na cabeça das pessoas nos dias 3 de julho e 18 de setembro

O primeiro passo, neste processo de análise, deve centrar-se sobre os bonés vestidos por Lula. Os dois modelos eram idênticos, predominantemente, vermelhos, com um pequeno detalhe em branco na aba de ambos. À frente, na posição que cobria a testa, via-se os símbolos que representam as duas instituições. Os dois redondos. No caso do MST, havia um mapa do Brasil, na cor verde, para fazer alusão ao campo. Ao redor do mapa, na forma circular, a inscrição **Movimentos dos Trabalhadores Sem-Terra**. No caso do Internacional, o símbolo apresenta uma sobreposição de letras, o **S**, o **C** e o **I**, iniciais de Sport Club Internacional.

A cor vermelha dos bonés não é gratuita. A cor impulsiona a ação. O vermelho é chama, é vida, é provocador. Para Farina (1994, p.113), na força do vermelho "há um elo de ligação que determina nosso comportamento". Para o autor, a cor vermelha tem como simbologia mostrar a conquista e a energia.

Pelo fato da cor estar associada à força, já se verifica a primeira produção de sentido diferente no uso dos bonés. Como a cor do Internacional foi escolhida, historicamente, por ser a cor do sangue¹, ela acaba tendo um efeito de vibração. E essa vibração fica clara no próprio conteúdo editorial e se faz sentir nos três principais títulos e subtítulos da matéria, publicada no jornal Zero Hora, do dia 18 de setembro de 2003:

- Título: "Lula posa de colorado"

- Subtítulo: "Carvalho visita o presidente e anuncia a adesão do clube gaúcho ao Fome Zero"

- Legenda da foto: "O Inter é oficialmente o primeiro clube a integrar o Fome Zero"

Ilustrando a matéria, está publicada uma foto de Lula, vestindo o boné do Internacional, em cores. Esse detalhe ajuda a transmitir maior vibração à matéria e produz exatamente o efeito de sentido desejado, que é o de celebrar a atitude do presidente, como algo positivo. De acordo com a relação de sentidos, proposto por Orlandi (2002), há a construção de um todo um cenário de adesão.

No título "Carvalho visita o presidente e anuncia a adesão do clube gaúcho ao Fome Zero", o termo **adesão** está explícito, torna-se mais fácil de compreender.

¹ www.internacional.com.br/histórico, consultado em 17 de março de 2004.

Em outro título, a palavra é substituída por uma expressão semelhante, que provoca o mesmo sentido: "O Inter é oficialmente o primeiro clube a **integrar** o Fome Zero". E, por fim, no título principal da matéria, num corpo de letra maior, inclusive, a chamada é: "Lula posa de colorado". Esse ato de posar com o boné do Internacional mostra, de forma subtendida, que o presidente **aderiu** ao Clube, ao tomar tal atitude.

É visível que o discurso ganhou ares de comemoração. Ao ser valorizada, com ênfase, a adesão do clube gaúcho, verificou-se, também, que o Internacional emprestou seu carisma institucional ao presidente, permitindo, com isso, a construção de um ambiente de congregação em torno da imagem de Lula. Para Weber (1946), o carisma institucional pode, perfeitamente, ser transmitido, como forma de legitimar determinada entidade ou conceder poder ao indivíduo.

Diferente deste clima de comemoração, a matéria publicada no jornal Zero Hora, no dia 3 de julho de 2003, buscou, nos sentimentos de provocação e conquista da cor vermelha, seu principal sentido. Embora as fotos que ilustram a matéria sejam todas em preto e branco, no corpo do texto são feitas diversas referências diretas e indiretas que a cor vermelha está relacionada à esquerda política.

O tom de vibração, verificado na matéria em relação ao Internacional, é substituído por um tom de ameaça, nos principais elementos textuais da matéria, em que Lula vestiu o boné do MST:

- Título: "MST ganha espaço no time de Lula"

- Subtítulo: "Em clima descontraído, os líderes sem-terra acertam na primeira audiência com o presidente mais participação no governo"

O MST, que, tradicionalmente, invade fazendas e demais propriedades rurais, como forma de protesto e na tentativa de acelerar a reforma agrária, foi tratado na matéria como se "invadissem" o governo Lula. Com isso, foi produzido um efeito de sentido de tensão junto ao eleitor, pela maneira como o movimento age contra a ordem pública. Isso ficou ainda mais evidente em outros três elementos textuais: em um dos subtítulos, no corpo do texto e na legenda de uma das fotos.

- Subtítulo: "Milícia treina com fuzil no Pontal"

- Corpo do texto: "Enquanto Lula recebia a cúpula do MST, um grupo de 15 homens fazia exercícios de tiro no interior de uma fazenda no Pontal do Paranapanema, em São Paulo. Não eram homens quaisquer. São profissionais treinados para manusear com precisão de simples revólveres calibre 38 até armas de uso restrito a organizações militares, como o fuzil AR-15, escopetas calibre 12 de cano curto e carabinas 44."

- Legenda da foto: "Reação: produtores na região do Pontal do Paranapanema, em São Paulo, armaram grupos para defender as propriedades de invasões de sem-terra"

Se a edição do dia 18 de setembro comemorou a atitude de Lula, de vestir o boné do Internacional, na edição do dia 3 de julho, ao referir o fato de Lula vestir o boné do MST, o discurso produzido procurou suscitar o medo. Para aumentar este sentimento, separado do corpo do texto, foi dado um destaque a uma afirmação do ex-Ministro do Desenvolvimento Agrário, Raul Jungman. A citação do atual deputado federal, pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), reforçou o tom de ameaça:

- Depoimento: "Se o governo continuar não intervindo, o conflito se agravará"

A matéria não abordou, nem questionou, as conseqüências deste agravamento, mas procurou demonstrar que os efeitos poderiam ser mais preocupantes para a população e para a ordem pública, em função de que o **MST ganha espaço no time de Lula**, como afirmou o título da matéria publicada no jornal. Em outro trecho, no mesmo tamanho de letra do corpo do texto, porém destacado por uma moldura ao redor, apareceu o subtítulo "A dona da bola" e o seguinte texto, para reforçar ainda mais o poder do movimento e o tom de ameaça produzido²:

- Corpo do texto, em destaque: "A bola presenteada ontem a Lula foi confeccionada por alunos da Escola Josué de Castro. Vinculada a um instituto ligado ao MST, oferece em Veranópolis, na serra gaúcha, cursos de técnica de administração cooperativista e magistério. Os alunos, geralmente escolhidos entre famílias acampadas, têm aulas teóricas pela manhã, práticas à tarde e discussões políticas à noite. Faz parte do curso conhecer assentamentos, participar de acampamentos e aprender sobre a vida de pessoas que pegaram em armas pela reforma agrária (como Fidel Castro e Che Guevara)."

Claramente, o discurso procurou ligar o MST à revolução, à luta armada e a revolucionários, vinculando, mais uma vez, o movimento ao risco que poderia correr a ordem pública.

Outra produção de sentido diferente, que se verificou entre as duas edições, encontra-se na legenda das fotos. No dia 18 de setembro, a legenda era: "Lula recebe camiseta e boné do presidente Fernando Carvalho". Já no dia 3 de julho, junto com a foto de Lula com o boné do MST, aparecem mais cinco fotos do

² Juntamente com o boné do MST, o presidente Lula ganhou uma bola de futebol.

presidente com outros chapéus, em oportunidades diversas. As legendas destas fotos foram:

- "Ontem (3/7): Lula põe rapidamente boné do MST"
- "27/6: chapéu da Oktoberfest"
- "4/4: com menino do MST"
- "11/5: em churrasco típico gaúcho"
- "2/5: em agrishow, em Ribeirão Preto (SP)"
- "17/4: com a esquadrilha da fumaça"

Em todas as legendas, houve apenas a citação da data, do nome do evento ou uma referência à ocasião em que o fato ocorreu. A única legenda em que houve um comentário sobre a atitude do presidente foi na foto de Lula com o boné do MST. No caso, Lula põe rapidamente o boné do MST. O termo rapidamente parecia condenar a atitude do presidente, como se ele estivesse fazendo alguma coisa errada, proibida ou condenável. A própria foto mostrou Lula levando a mão ao boné – e não se sabe se ali ele estaria colocando ou tirando o boné –, mas, a própria legenda parecia induzir que o presidente estaria tirando o acessório.

A foto sugeriu, por si só, movimento, uma ação. Na construção de sentido desejado, uma ação rápida, quase que escondida. Como se o presidente estivesse fazendo "uma arte", como costuma se dizer em relação a certas atitudes das crianças. Ao mesmo tempo, esse gesto proibido seria um flagrante, uma prova desta "invasão" do MST no governo federal.

Considerações finais

A mídia é uma eficiente modificadora e formadora de novas opiniões. Partindo desta compreensão da mídia como lugar de poder, é inegável o valor dos signos dentro do discurso político. A palavra falada, escrita, assim como as imagens e até mesmo as artes e a moda passaram a ganhar uma função propagandística.

As finalidades sociais da linguagem são múltiplas, entre elas: emocionar, persuadir, convencer, informar, manipular, prescrever e formalizar. Especialmente, os discursos emotivos pretendem provocar efeitos psicológicos determinados nos receptores, que conduzem a alguma ação.

Nesta discussão entre o campo midiático e o campo político, as estratégias enunciativas se cruzam. Porém, especificamente, no mundo jornalístico, esta se apropria da discursividade da política ao seu modo, dando visibilidade conforme a sua lógica, traduzindo-a ou interpretando-a segundo seus regimes de linguagem. Os efeitos da política, no campo midiático, estão condicionados a intercâmbios mais complexos.

É o que se verifica nesta pesquisa, ao comparar os dois momentos em que Lula vestiu os bonés dos MST e do Internacional. O jornal se apropriou de um fato para persuadir seus eleitores e criar efeitos de sentido diferentes nas duas oportunidades. Ao Lula "colorado", todos os méritos. Porém, ao Lula "aliado dos sem-terra", todo o motivo de preocupações, ameaças e medos. No entanto, o ato em si, não passa de um simples vestir de boné. Porém, entendido o gesto como uma manifestação não-verbal do presidente, é como se a atitude fosse o próprio discurso.

Na edição em que Lula aparece com o boné do Inter, o título é: Lula posa de colorado. Posar para alguma foto é algo momentâneo, não é definitivo. Mas, na edição em que o presidente veste o boné do Movimento dos Sem-Terra, o título é: MST ganha espaço no time de Lula. O verbo ganhar pressupõe um presente, que não se tira. Portanto, este sim, é definitivo.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. Análise estrutural de narrativa: Pesquisas semiológicas. Petrópolis: Vozes, 1971.

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Blücher, 1994.

JORNAL ZERO HORA, Porto Alegre, 03/07/2003, p.4-5.

JORNAL ZERO HORA, Porto Alegre, 18/09/2003, p.48.

ORLANDI, Eni. Análise de discurso: Princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2002.

PINTO, Milton José. Comunicação e discurso. São Paulo: Hacker, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. A produção de linguagem e ideologia. São Paulo: Cortez, 1996.

WEBER, Max. Ensaio de sociologia. Rio de Janeiro: Zahar, 1946.

Site consultado:

www.internacional.com.br/histórico, consultado em 17 de março de 2004.