

Imagens diplomáticas: uma análise da cobertura fotojornalística das negociações Brasil-Irã-Turquia no portal VEJA.com à luz da diplomacia midiática

Diplomatic images: An Analysis of photojournalistic coverage of negotiations Brazil-Iran-Turkey on VEJA.com portal in the light of media diplomacy

Imágenes diplomáticas: un análisis de la cobertura de fotoperiodismo de las negociaciones Brasil-Irán-Turquía em el portal VEJA.com a la luz de la diplomacia medios de comunicación.

Ivan Bonfim¹

(ivanbp17@yahoo.com.br)

<http://dx.doi.org/10.5216/cei.v17i1.28553>

Resumo

No presente artigo, enfocamos a cobertura do portal VEJA.com sobre as negociações do acordo nuclear entre Brasil, Irã e Turquia (anunciado em 17/05/2010) a partir da análise de imagens fotojornalísticas sob a luz do conceito de diplomacia midiática (GILBOA, 2002). Inicialmente, discutimos a questão da utilização de fotografias no chamado jornalismo internacional; em seguida, procedemos à explicação da diplomacia midiática; por fim, investigamos três registros fotográficos publicados pelo veículo entre abril e maio de 2010.

Palavras-chave: Fotojornalismo. Diplomacia midiática. Política Externa Brasileira.

Abstract

In this article, we focus on the coverage of VEJA.com portal on the negotiations of the nuclear agreement between Brazil, Iran and Turkey (announced on 17/05/2010) from the analysis of photojournalistic images in the light of the concept of media diplomacy (GILBOA, 2002). First we discuss the use of photographs in the called international journalism; then we proceed to the explanation of media diplomacy; finally, we investigate three photographic records published by vehicle between April and May of 2010.

Keywords: Photojournalism. Media diplomacy. Brazilian Foreign Policy.

Resumen

En este artículo, nos centramos en la cobertura de VEJA.com portal sobre las negociaciones del acuerdo nuclear entre Brasil, Irán y Turquía (anunciado el 17/05/2010) a partir del análisis de las imágenes de fotoperiodismo, a la luz del concepto de la diplomacia medios (GILBOA, 2002). En primer lugar se discute el tema de la utilización de fotografías llamado periodismo internacional; a continuación, se procede a la explicación de la diplomacia medios de comunicación; Finalmente, investigamos tres registros fotográficos publicados por el medio entre Abril y Mayo de 2010.

Palabras clave: Fotoperiodismo. Diplomacia Mediática. Política de Relaciones Exteriores de Brasil.

¹ Doutorando em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

INTRODUÇÃO

A partir de nosso interesse em investigar as possíveis interações entre os campos do Jornalismo e das Relações Internacionais, trazemos o conceito de diplomacia midiática em interação à cobertura fotojornalística de um evento de grande importância no âmbito da Política Externa do Governo de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010): as negociações, junto à Turquia, para a resolução da questão nuclear iraniana. O Estado brasileiro, dentro de seu esforço de inserção internacional, atuou de forma a buscar um concerto internacional para evitar a aplicação de sanções, por parte da Organização das Nações Unidas, ao Irã.

Neste trabalho, analisamos três imagens publicadas no portal VEJA.com. O veículo acompanhou as negociações e publicou as notícias em uma seção específica denominada *Aiatolás atômicos*², renomeada posteriormente como *Questão nuclear iraniana* (o nome original pode ser encontrado na página *Temas*³ do portal). Porém, também podemos encontrar o material a partir de diferentes tags (como *Diplomacia*, *Política Externa*, *Brasil*, etc). Selecionamos as fotografias a partir da identificação de três momentos de relevância no processo: a reunião entre o chanceler brasileiro Celso Amorim e o presidente iraniano Mahmoud Ahmadinejad, anterior ao anúncio do acordo; o momento do anúncio; e o encontro entre o presidente do Brasil, Lula, e o aiatolá supremo do Estado persa, Ali Khamenei.

1 A IMAGEM FOTOGRÁFICA NA COBERTURA JORNALÍSTICA INTERNACIONAL

Para analisarmos a cobertura fotográfica realizada pelos meios noticiosos, é necessário compreender a própria noção de imagem e sua relação com o campo jornalístico. Em nosso caso, trabalhamos com um suporte digital (o portal VEJA.com) que, em certo nível, mantém estruturas herdadas do jornalismo impresso e é acrescido das possibilidades oferecidas pela desenvolvimento tecnológico, tais como o uso de hipertexto, infografia animada e vídeos (FERRARI, 2004). Porém, nosso interesse recairá sobre a interação entre elementos textuais e imagens fotográficas encontrada nas notícias publicadas no site.

Inicialmente, é primordial buscarmos conceituar, mesmo que de forma breve, de que tipo de imagens estamos tratando. Joly (2002), reportando-se a Platão, afirma que a imagem “seria um

² <http://veja.abril.com.br/tema/ira-nuclear>

³ <http://veja.abril.com.br/tema/ver-todos#A>

objeto segundo com relação a um outro que ela representaria de acordo com certas leis particulares” (JOLY, 2002, p. 14). A imagem não é um objeto “primeiro”, mas um objeto “segundo” – é algo que não está lá, apesar de, em certa forma, estar. Partindo de perspectiva semiótica, a autora propõe que o ponto convergente que os significados do conceito de imagem é o da analogia. “[...] o critério de semelhança a define: ora se parece com a visão natural das coisas (o sonho, a fantasia), ora se constrói a partir de um paralelismo qualitativo (metáfora verbal, imagem de si, imagem de marca)” (JOLY, 2002, p. 38-39). Para Aumont (2006), a analogia apresenta três características principais: tem, em sua raiz, uma realidade empírica, comprovada pela percepção; possui, na procura pela verossimilhança, uma trajetória de produção histórica; teve sua produção calcada em em sua utilização simbólica. O processo analógico, sempre presente nas imagens representativas, dá-se em diferentes níveis, expondo as engrenagens de construção de mensagens comunicáveis (signos) à tentativa de copiar a realidade natural.

Partimos da análise de fragmentos de representações visuais para tentar compreender como os Estados tentam influenciar na mobilização de imagens mentais – nosso foco é a instância de produção midiática das imagens, mas é relevante ter em mente que ambos os domínios não existem separadamente, sendo ligados em sua gênese. Investigar imagens materiais é necessariamente trabalhar com a percepção, com algo que possui dimensão biológica (o sentido da visão) e sociocultural (a interpretação do que se vê) em ininterrupta relação, permitida pela expressão de uma dimensão tecnológica (a materialidade, resultante de processos técnicos exemplificados pela captura da luz e fixação em uma superfície plana, no caso de uma fotografia). A ilusória possibilidade de apreensão de um “momento”, de congelamento deste, efetiva a ideia de uma concretude, de prova cabal da realidade transposta a um meio físico.

As imagens fotográficas têm grande parte de sua importância balizada pelo funcionamento de um fenômeno psicológico denominado dupla realidade perceptiva das imagens, ou dupla realidade das imagens. Ao mirar uma fotografia, “percebemos simultaneamente essa imagem como fragmento de superfície plana e fragmento de espaço tridimensional” (AUMONT, 2006, p. 62). Em maior ou menor grau, a imagem se fia em uma semelhança com o objeto que busca representar e, ao final, no senso comum, a “realidade” é aquilo que os indivíduos *veem*, e essa consideração tem firmes bases em nossa predisposição de acreditar no que os olhos apreendem, como se o órgão visual fosse um instrumento neutro. As informações adquiridas pelo sentido da visão são processadas a partir de sistemas simbólicos instituídos culturalmente: a operação perceptiva é

trabalhada junto às ideologias, crenças, afetos, trajetória pessoal e, de forma decisiva, ao chamado *Zeitgeist*, representativo das convenções culturais, sociais e históricas mormentes. Assim, não há imagem “pura” – nos dizeres de Aumont (2006), o observador constrói a imagem, e esta também constrói o observador.

Para Charaudeau (2007), a força das imagens está em ter a capacidade de poder suscitar três efeitos dentro do que ele dispõe como o contrato de comunicação implícito entre as instâncias da emissão e da recepção das mensagens: o efeito de realidade (“mostrando” o que torna-se existente no mundo), o efeito de ficção (caracterizado pela reconstituição representativa de algo que já aconteceu) e o efeito de verdade (que possibilita “ver” aquilo que antes era invisível). O entendimento das formas de compreensão suscitadas é de relevância para trabalharmos com uma forma específica de representação visual: a imagem fotográfica jornalística. Esta se relaciona ao fluxo da produção noticiosa e se constitui como “ponte entre o acontecimento e o leitor, permitindo a esse imaginar o cenário e de alguma forma a ação que ali ocorre” (TAVARES, VAZ, 2005, p. 126). A invenção do processo fotográfico na década de 1830 e seu desenvolvimento e utilização nos impressos do século XIX sob a aura do positivismo (SOUSA, 2000), promoveram uma vinculação cada vez maior entre as imagens (representações visuais) e a concepção de realidade, visto que a noção de “aprisionamento do instante” incorre em níveis de realismo não alcançados pelas pinturas artísticas, por exemplo. Com o aprimoramento das técnicas e a expansão das empresas jornalísticas ao longo principalmente do século XX, há o estabelecimento de um âmbito específico definido como fotojornalismo. A atividade fotojornalística pode ser compreendida a partir de dois sentidos: no lato, ela se mostra mais relacionada à finalidade (fotos ilustrativas, documentais, interpretativas ou informativas), enquanto que no restrito, à prática e ao produto (fotografias que visam informar, construir conhecimento acerca de algo, marcadas pela irrupção dos acontecimentos, pela atualidade, o que incorre na distinção entre as atividades do fotojornalista e a do fotodocumentarista).

O que devemos observar é o caráter socialmente construído e construtor da fotografia jornalística, mesmo que sua utilização tenha também como meta escamotear esse processo. Ao enquadrar uma cena, o fotógrafo define o que “existe” e o que “não existe” em determinado registro do acontecimento, além de apontar decisivamente também para o “como existe”. Essa ação deriva em importantes fatores a serem observados quando se examina uma imagem, como a definição de perspectiva, campo e cena/encenação, sustenta Aumont (2006). Tendo em vista que não há uma gramática para a interpretação das representações visuais, com esse processo sendo definido a partir

de convenções amparadas por valores culturais, as possibilidades informativas que essas imagens carregam passam em grande escala pela constituição da moldura do que será visualizado junto à notícia e suas guias (como títulos e legendas). A imagem que vemos não é um fenômeno autogerado, mas uma instituição fruto de objetivos definidos, com uma configuração particular.

O jornal, ao veicular imagens, possui objetivos e sabe o que pretende mostrar. As fotografias jornalísticas não são inocentes: elas traduzem um acontecimento, construindo-o. Recortam uma realidade, são notícia e transmitem informação. Além disso, funcionam, assim como o jornal e seus textos, como mediadoras e peças importantes para a construção de uma imagem (no sentido de um imaginário) sobre algo específico; sobre uma realidade específica (TAVARES, VAZ, 2005, p. 132).

Barthes (1990) sustenta que o caráter particular da imagem fotográfica reside em ser uma “mensagem sem código”, uma mensagem contínua. Todavia, extrapolando sua concepção denotativa, ela também exhibe possibilidades conotativas, estruturando o que teórico denomina *paradoxo fotográfico*: a existência dualística da mensagem sem código (analogia) e da codificada (relacionada ao estabelecimento de um código a ser decifrado), sendo que a segunda é desenvolvida a partir da primeira. Torna-se mais claro que a concepção de imagem como “retrato do real” é falaciosa, sendo dependente de sustentação ideológica, e que sua natureza multidimensional é completamente dependente de uma ação hermenêutica. Não há imagem sem interpretação, e esse processo acaba sendo realizado de maneira a esconder-se sob a ideia de evidência, como se a representação visual se bastasse a si mesma, excluindo elementos subjetivos.

A fotografia [jornalística], considerando-se como um análogo mecânico do real, traz uma mensagem primeira que, de certo modo, preenche plenamente sua substância e não deixa lugar ao desenvolvimento de uma mensagem segunda. Em suma, de todas as estruturas de informação, a fotografia seria a única a ser exclusivamente constituída por uma mensagem “denotada” que esgotaria o seu ser; diante de uma fotografia, o sentimento de “denotação”, ou de plenitude analógica, é tão forte, que a descrição de uma fotografia é, ao pé da letra, impossível” (BARTHES, 1990, p. 13-14).

Essa configuração de sentido perpassa decisivamente também o campo do jornalismo em sua cruzada para se autointitular portador da realidade. A instância noticiosa busca se estruturar a partir da confiança em sua competência, e a credibilidade que ele ostenta “deriva da compreensão (social) de que ele é uma prática autorizada a narrar” (BENETTI, 2008, p. 21). A credibilidade é uma situação definida de maneira relacional e, no caso do jornalismo, envolve os polos

produtor/emissor da informação e o receptor. No âmbito do jornalismo internacional, que exhibe uma lógica de contextualização constante das informações e um caráter pré-mediaticado⁴ (AGUIAR, 2008), os órgãos de imprensa em todo o mundo dependem do material disponibilizado pelas agências de notícias – responsáveis pela produção e distribuição de material noticioso acerca dos acontecimentos globais.

Apesar do desenvolvimento das redes telemáticas, a ação de cobertura jornalística mundial acabou por ser concentrada ainda mais na atividade das agências. Essas, desenvolvendo-se a partir do século XIX, são em geral empreendimentos apoiados por seus Estados de origem, e representam justamente uma “visão” – de verve etnocêntrica – dos acontecimentos, cujo resultado será distribuído, via material noticioso, para jornais, revistas, redes de televisão e sites de todo o globo. Como a maioria das agências é sediada em países considerados industrializados, as concepções acerca da “realidade planetária” serão decisivamente marcada por suas estruturas simbólicas de interpretação. A pouca disponibilidade de informações, junto a uma confluência de formas de interpretar o “outro” distante, incorrem em aspectos como a homogeneidade do noticiário internacional e cristalização de discursos e representações sobre países, povos e culturas, comenta Steinberger (2007).

É essencial termos em vista que, de acordo com Traquina (2000), o jornalismo internacional possui um caráter pedagógico, pois introduz assuntos antes desconhecidos para as pessoas. As temáticas contempladas na editoria de Internacional são entendidas, de maneira usual, como distantes da experiência direta da maioria dos indivíduos – o que influenciaria na mobilização do arcabouço das experiências vividas, essenciais à sua contextualização e, conseqüentemente, compreensão por parte do público.

Em acordo, observamos que, para Sousa (2000), a conformação do fotojornalismo é iniciada a partir da intenção de expor registros fotográficos sob a concepção de testemunha dos acontecimentos. A publicação das fotografias acaba por apoiar a instância jornalística em seu pretense objetivo de constituir-se como sistema autorizado a relatar o cotidiano, como se pudesse transpor mecanicamente situações da “realidade” para dispositivos físicos. É significativo que esse desenvolvimento da técnica e sua imbricação às temáticas jornalísticas passe decisivamente pela cobertura realizada além das fronteiras nacionais, principalmente abordando os conflitos armados.

4 Pois, em geral, o material noticioso é publicado sem que tenha havido um processo de checagem sendo as empresas jornalísticas “internas” dependentes da confiança nas agências de notícia.

Nos atentando ao exposto por Aumont (2006), a relação do público com as imagens não se caracteriza como uma via de sentido única, havendo uma “construção” de lado a lado.

“No mundo da imprensa, com as fotos, o conhecimento, o julgamento e a apreciação deixaram de ser monopolizados pela escrita” (SOUSA, 2000, p. 40). O *conhecer*, o *julgar* e o *apreciar* são atividades ligadas à interpretação realizada pelo público ao ter contato com as imagens fotográficas, que tentam naturalizar as representações visuais constitutivas das cenas capturadas pela máquina. O sentido do “real” nessas representações visuais é dependente de vários “acordos perceptivos” previamente estabelecidos, nos quais o espectador confia tanto no que vê quanto no que lê ou ouve – ou seja, a credibilidade da qual dispõe o jornalismo na estrutura social, que incorre em uma “autorização” para narrar o mundo, é somada à concepção de cópia perfeita da realidade facultada pelo senso comum aos registros fotográficos. O aspecto técnico das fotos, tomado como um indicativo de objetividade, deriva na concepção da representação sendo considerada como a própria realidade.

A referida concepção será por nós analisada em um contexto específico, interdisciplinar, que tem na consideração de uma “força” das notícias distribuídas globalmente seu ponto principal. O conceito de diplomacia midiática é estruturado sob a hipótese de que, a partir do surgimento e fortalecimento de uma Era da Informação, o jogo diplomático acabou modificado, e as negociações entre países tornaram-se sensíveis à ação da mídia internacional (GILBOA, 2002; VALENTE, 2007). Utilizando a mídia informativa privada global, os países poderiam conseguir a efetivação de seus interesses, sendo estes “indiretos” (como a construção de uma imagem positiva) ou “diretos” (a influência na resolução de conflitos). Obviamente, a constituição da diplomacia midiática é organizada a partir de uma racionalidade própria do campo político em relação ao da comunicação. A ideia de uso da “força” do material noticioso para alcançar objetivos definidos em disputas entre nações mostra-se bastante dependente de um poder estrutural do jornalismo – há uma ideia de funcionalidade da esfera midiática que seduz as instâncias políticas estatais, levando-as a considerar as notícias uma variável a ser utilizada para a consecução de objetivos. Nessa dinâmica, as imagens fotográficas jornalísticas mostram-se como detentoras de grande relevância, visto que veiculam informações junto ao texto, interagindo decisivamente para a criação de sentidos.

2 A DIPLOMACIA MIDIÁTICA

Tradicionalmente, a atividade diplomática era definida como fechada: realizada longe da opinião pública, corresponderia a uma necessidade de segredo para as decisões em âmbito internacional. Porém, como afirma Gilboa (2002), as modificações trazidas pela dinamicidade da Era da Informação fomentaram o interesse por novas formas de execução de interesses por parte das organizações estatais, o que incorreu no desenvolvimento do conceito de diplomacia midiática, caracterizado por ser um canal de contato e convencimento entre os Estados e os outros atores do ambiente global (organizações não-governamentais e mesmo empresas que operam em escala mundial, tais como conglomerados midiáticos).

Diplomacia midiática se refere ao uso da mídia por líderes para expressar interesse em negociações, para construir confiança e para mobilizar apoio público para acordos. A diplomacia midiática é perseguida a partir de várias rotinas e atividades midiáticas especiais, incluindo conferências de imprensa, entrevistas e “vazamentos”, visitas de chefes-de-Estado a mediadores em países rivais e espetaculares eventos midiáticos organizados para pavimentar uma nova era (GILBOA, 2002, p. 741).

Em meio à divulgação da imagem de um país, intenciona-se dimensionar seus valores, constituindo entendimentos positivos sobre sua cultura. A prática diplomática apoiada nos processos midiáticos pode ser tomada como tentativa de diferenciação identitária no ambiente internacional, criando uma estratégia de inserção, e se distingue de outras formas “abertas”, tais como a diplomacia pública e a diplomacia cultural, por objetivar também efeitos considerados diretos.

A “nova diplomacia” que foi desenvolvida durante o século XX vem sendo caracterizada por dois componentes principais: exposição das negociações para a mídia e conversas diretas entre líderes de cargos altos. Talvez, mais do que qualquer outro fenômeno, encontros de cúpula entre líderes protagonistas procurando uma abertura para a resolução de conflitos e possivelmente reconciliações de relações ainda mais duradouras vividamente demonstram estes dois componentes (...). Eventos midiáticos dramáticos, ao final, representam o melhor da diplomacia midiática. (GILBOA, 2002, p. 742)

Valente e Santoro (2005) defendem que as ações de diplomacia midiática buscam o espaço da mídia noticiosa, em virtude da propaganda teoricamente não atestar a credibilidade desejada. “A principal característica hoje das estratégias bem sucedidas de diplomacia midiática é o uso implícito e indireto, porém de grande efeito, da mídia global privada” (VALENTE, SANTORO, 2005, p. 11). Entrando na pauta das agências a partir de enquadramentos positivos, as ações diplomáticas poderão auxiliar na constituição de uma imagem internacional favorável. Em questões pontuais, as

atividades de diplomacia midiática poderiam ter, junto à influência sobre constituição dos imaginários, resultados “diretos” observados ao final de um encontro de cúpula entre chefes de Estado, por exemplo. Gilboa (2002), citando Dayan e Katz (1992), sustenta que entre os efeitos de eventos midiáticos na diplomacia estariam a banalização do papel dos embaixadores, a quebra de impasses para criação de clima favorável à condução de negociações e a instituição de situação propícia ao fechamento de tratados.

O jornalismo internacional é percebido pelos corpos diplomáticos como um espaço de batalha, no qual “aparecer bem” corresponde a marcar sua posição em relação a um outro Estado ou mesmo à totalidade deles. Importa dizer que não há, contudo, uma definição única do que seria uma boa exposição: para alguns formuladores das relações externas, significa ser representado no material noticioso como uma unidade administrativa com forte poderio político-militar; para outros, é mais importante ser mostrado como uma nação de credibilidade a partir de valores como a defesa de direitos humanos, da igualdade entre os povos, etc. Ao cabo, como defendem Gilboa (2002) e Valente (2007), o interesse maior dos diplomatas é que a imprensa mundial reconheça como válidas as posições que sua unidade nacional expôs no jogo das negociações internacionais, pois, desta forma, estas tornariam-se validadas frente à uma hipotética opinião pública de alcance mundial.

Neste trabalho, enfocaremos, a partir de uma breve exploração de três registros fotográficos publicados na cobertura do site VEJA.com sobre o acordo mediado por Brasil e Turquia para a resolução da questão nuclear iraniana, entre abril e maio de 2010, a busca pela utilização das imagens jornalísticas dentro do contexto da diplomacia midiática. Foi efetivada uma intensa tentativa de divulgação do acontecimento, e os meses de negociações, levadas à cabo pelos corpos diplomáticos dos três países (PREISS, 2011), resultaram em um fim de semana de exposição de encontros oficiais entre os líderes das nações, numa estratégia para dar visibilidade ao tema. As várias reuniões realizadas em Teerã, com a presença da imprensa internacional, resultaram em notícias e fotografias que correram o mundo, colocando em evidência a interação entre personagens como o ex-presidente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva, o primeiro-ministro turco Recep Tayyip e o presidente iraniano Mahmoud Ahmadinejad.

3 A COBERTURA DA DIVULGAÇÃO DO ACORDO BRASIL-IRÃ-TURQUIA A PARTIR DAS IMAGENS PUBLICADAS EM VEJA.COM

Partindo da concepção de Arheim (apud AUMONT, 2006, p. 80) acerca da utilização das imagens, podemos estabelecer três modos (não-exaustivos) principais para categorizar suas funções:

a) O modo simbólico, no qual as representações visuais servem como símbolos; b) o modo epistêmico, quando há uma veiculação de informações visuais sobre o mundo, que pode assim ser conhecido, mesmo em alguns de seus aspectos não visuais; e c) o modo estético, no qual o uso da imagem tem por meta oferecer sensações (*aiesthesis*) específicas, agradando ao espectador. Podemos dizer que as três divisões podem ser buscadas como fonte de análise das imagens, mas trabalharemos em especial com a função epistêmica.

Para a consecução da análise, buscamos trabalhar com o sistema texto-imagem. Rodrigues (1994) afirma que há uma divisão quase dualística entre os domínios textual e imagético, e que essa barreira foi erguida, entre outras razões, pela instituição de uma tradição ocidental iluminista de considerar o texto escrito como vinculado à racionalidade, como passível de controle, enquanto que o domínio das imagens é identificado à irracionalidade, às emoções, conseqüentemente àquilo que escapa à tutela dos processos conscientes. Em concordância, Para Joly (2002, p. 133), “[...] quer queiramos, quer não, as palavras e as imagens revezam-se, interagem, completam-se e esclarecem-se com uma energia revitalizante. Longe de se excluir, as palavras e as imagens nutrem-se e exaltam-se umas às outras”.

A exploração da temática proposta passa pela dinâmica entre os interesses que os setores diplomáticos querem efetivar e a atuação da instância noticiosa internacional. Devemos ter em consideração as convenções definidas para a construção de representações visuais no domínio das relações diplomáticas, e protocolos rígidos costumam ser seguidos para a disposição dos personagens no momento de exposição das reuniões ou dos anúncios oficiais. Há um investimento na criação de encenações específicas, tendo em vista que trata-se de um espaço representado – por exemplo, tenta-se fazer com que as conversas registradas pela imprensa correspondam à “verdadeira” imagem das negociações, o que poderá suscitar maior peso institucional às decisões dali advindas. Buscando utilizar os mais básicos critérios de noticiabilidade, como a relevância dos envolvidos no acontecimento, nos momentos de anúncios oficiais as representações diplomáticas diminuem a presença em cena de seus funcionários, que, apesar de presentes às discussões (e, com certeza, responsáveis pelo arranjo político das decisões), tornaram-se secundários. No caso que analisamos, Lula, Tayyip e Mahmoud Ahmadinejad representam suas nações, e a visibilidade das ações dos Estados passa, de forma decisiva, pela sua exposição à esfera midiática noticiosa. É essencial também considerar as metas de cada país e, no caso do Brasil, há interesse histórico, reforçado contemporaneamente, de afirmar-se como nova potência, cujo poder, ao invés de militar, é caracterizado por posições universalistas e multilaterais, encampadas pela autopromoção como

força intermediária – entre os países *desenvolvidos* e os *em desenvolvimento* (NASCIMENTO PLUM, 2011).

Para construirmos a análise, separamos três imagens divulgadas no VEJA.com dentro da cobertura das negociações entre brasileiros, iranianos e turcos.

Figura 1 – *Irã convida Brasil para uma "nova ordem mundial"*



Fonte – VEJA.com (origem: AFP), publicada em 27 abr. 2010.

A primeira (*figura 1*), publicada no site em 27/04/2010, corresponde à notícia *Irã convida Brasil para uma “nova ordem mundial”*⁵, exibindo como legenda o texto “*O chanceler Celso Amorim em encontro com o presidente iraniano, Mahmoud Ahmadinejad*”. A composição da cena aqui é exemplar dentro das metas dispostas em eventos diplomáticos para a mídia: vai desde a disposição dos personagens (à esquerda, o ministro das relações exteriores do Brasil, Celso Amorim, à direita o presidente iraniano, Ahmadinejad, e, ao centro, um funcionário não identificado, provavelmente um diplomata designado para a tradução) à utilização de objetos na cena. O enquadramento é fechado sobre os três participantes da negociação. Dois elementos afora os personagens se destacam: a bandeira iraniana, ao fundo, e as flores sobre uma mesa, entre Amorim e Ahmadinejad. Enquanto o papel institucional da bandeira é, de certa forma, óbvio, as flores podem estar em cena para representar um clima de cordialidade e entendimento. À primeira vista, trata-se de uma conversa oficial entre o representante do governo brasileiro e o líder do Irã, o que, no âmbito das negociações para a assinatura do acordo, seria uma cena usual.

Contudo, a construção de sentidos apoiada pelos elementos textuais aponta para significados diferentes: a ideia de convite para fazer parte de uma “nova ordem mundial” (a denominação

⁵ <http://veja.abril.com.br/noticia/internacional/ira-convida-brasil-nova-ordem-mundial>, acessado em 02/08/2012.

aparece entre aspas), em especial liderada por um país que é representado pelo meio informativo específico como um pária, é indicativo de preocupação. O texto da notícia trata justamente da falta de credibilidade com que a nação persa é tomada pelas potências ocidentais, e que a associação pode ser um erro.

O tom de preocupação e de alerta da matéria é reforçado por um fator de importância no exame da imagem: a interação entre os personagens. O particular gestual e a feição do ministro Amorim podem ser interpretados como indício do sentimento de lisonja, tendo em consideração que o Brasil almeja um maior protagonismo internacional, e poderia aceitar participar dessa nova dinâmica (caracterizada como negativa). Pensando no conceito de condensação do momento pela imagem afirmado por Aumont (2006) e sua relação com o tempo, pode-se pensar que o mandatário persa está em plena entrega do convite evocado pelo título da notícia.

Figura 2 – *Irã assina acordo nuclear com Brasil e Turquia*



Fonte – VEJA.com (origem AFP), publicada em 17 out. 2010.

A segunda imagem⁶ (*figura 2*) foi publicada junto à notícia *Irã assina acordo nuclear com Brasil e Turquia*, do dia 17/05/2010. A legenda é “*Amorim, Lula, Manuchehr Mottaki, Ahmadinejad, Recep Tayyip e Ahmet Davutoglu comemoram acordo*”. Os líderes mais importantes estão presentes na parte de dentro da moldura, quase espremidos, com as bandeiras de Brasil e Irã como balizas de cada lado. A foto possui elementos que levam à compreensão de movimento, sendo menos estática que a representada na figura 1. É curioso notar que, mesmo aparentemente quebrando o protocolo, pois os personagens, na imagem, estão em momento de comemoração (numa atitude menos “engessada”) – como se o resultado alcançado fosse tão significativo que motivasse o abandono das rígidas convenções associadas às negociações diplomáticas –, a ação é descrita dentro dos paradigmas da diplomacia midiática por Gilboa (2002) como fator de dramaticidade, elemento de grande valor no presente contexto. Mesmo a divulgação do acerto, realizada ao final da noite de domingo (16/05/2012), resultando em registros fotográficos de líderes políticos vibrantes, erguendo os braços em profusão. A garrafa d’água, no centro inferior da fotografia, também ajuda a criar uma aura de exaustão física dos envolvidos.

A disposição de alguns dos personagens é uma questão interessante. O centralizado é Ahmadinejad, o que pode incorrer na concepção de uma vitória pessoal do presidente iraniano, e em uma união ao redor do Irã, com o intuito de protegê-lo. Ao mesmo tempo, enquanto todos fitam o horizonte, o chanceler Manuchehr Mottaki lança um olhar ao presidente brasileiro, cuja interpretação não se mostra tão clara – e que, desta forma, pode ser concebido como um elemento

⁶ <http://veja.abril.com.br/noticia/internacional/ira-assina-acordo-nuclear-brasil-turquia>, acessado em 02/08/2012.

enigmático. Outro elemento a ser destacado no exame da imagem é a falta da bandeira turca – ela estava presente? Se sim, qual a intenção em suprimi-la no resultado final? O que importaria mesmo, nesse evento, é a interação entre Brasil e Irã?

O título de certa forma simples da matéria leva a conceber que o Irã assinou um acordo com Brasil e Turquia, mas a análise textual parece reforçar a ideia de que esse tratado é uma “ação entre amigos”. É colocado que a comunidade internacional e, especialmente os Estados Unidos, não participaram dessas negociações, e que os iranianos possuem um histórico de desrespeito aos acordos nucleares firmados por meio de negociações multilaterais, o que incorre em descrença dos setores diplomáticos acerca do tratado. Ademais, é destacado que Israel, país declaradamente inimigo do Estado persa, denuncia que brasileiros e turcos foram manipulados pelo Irã. Ao mesmo tempo, o chanceler Amorim pede mais paciência e negociações como o governo de Ahmadinejad, como se fizesse um esforço pessoal para que não sejam impostas sanções ao país.

Figura 3 – *Aiatolá elogia Lula e diz que Irã e Brasil são parecidos*



Fonte – VEJA.com (origem: AFP), publicada em 17 out. 2010.

Por fim, a terceira imagem (*figura 3*) é publicada na reportagem *Aiatolá elogia Lula e diz que Irã e Brasil são parecidos*, também do dia 17/05/2010, e conta com a legenda “*Encontro aconteceu no último domingo em Teerã*”. A composição da cena é mais próxima à apresentada na figura 1, com um plano enfocando líderes de Brasil e Irã, no caso Lula e Ali Khamenei, aiatolá-supremo (e, a exemplo da primeira foto, não há a presença de representantes da Turquia). No entanto, a disposição de contato entre os dois é apresentada em um espaço distinto, aparentemente mais reservado, e mesmo a conversa acontece sem a participação aparente de um tradutor – que,

mesmo que esteja sendo utilizado (e provavelmente está), não foi incluído na imagem. O contraste entre as vestes do chefe de Estado brasileiro e do persa também é um ponto de observação, pois funciona como representação de uma tensão entre Ocidente e Oriente. A protocolar bandeira do Irã tem espaço destacado, mas a centralidade do espaço é ocupado por uma fotografia do aiatolá Ruhollah Khomeini, falecido em 1989 e principal personagem da Revolução Iraniana, que derrubou o governo do Xá Reza Pahlevi, apoiado pelos EUA, e instaurou um regime político teocrático baseado na *sharia*, a lei islâmica. A dualidade Ocidente-Oriente atinge, aqui, níveis elevados, visto que, no primeiro, as instituições políticas procuram distanciar-se da influência religiosa.

Outro fator de destaque é que, nesse instante pós anúncio da assinatura do acordo para a resolução da questão do combustível nuclear iraniano, o próprio presidente Mahmoud Ahmadinejad é retirado de cena, abrindo espaço para a entrada do personagem de maior importância nas estruturas políticas persas. O contato entre Lula e Khamenei implica algumas considerações: o aiatolá não havia aparecido na divulgação do tratado na noite anterior, e mesmo que seja reconhecido como uma liderança política, sua pouca exposição parece indicar que ele se encontra em um domínio imaginário diferenciado. Para o mandatário brasileiro, o encontro com uma personalidade controversa, reclusa e especialmente poderosa poderia render frutos no plano de afirmação de sua importância – representando seu sucesso na tentativa de diálogo com a ala mais “assustadora”, ao senso comum da mídia ocidental, da administração persa. A ideia parece ser instituir a imagem de um líder de relevância global, o que é vinculado à afirmação do Estado brasileiro no mesmo patamar.

Numa construção incomum, metade do texto da notícia é composto pela transposição literal de algumas das afirmações de Khamenei, enfocando, especialmente, críticas às potências mundiais e aos EUA, ao mesmo tempo que sustentam interesses em comum do Brasil e do Irã. Proferidas por uma liderança político-religiosa sob os auspícios do “olhar” de Khomeini, pode-se conceber que o Brasil, a partir da figura de seu presidente, aproxima-se de um universo desconhecido, guiado pela irracionalidade religiosa. Estaríamos, assim, nos vinculando a uma nação culturalmente atrasada, mas perigoso por ser traiçoeiro – vide não ter “a confiança da comunidade internacional” – e, principalmente, por tentar enganar o mundo em seu interesse de construir artefatos nucleares. Mostra-se fonte de preocupação o elogio iraniano à atuação brasileira, e a ideia de que os países sejam parecidos pode ocasionar uma repulsa em que lê a notícia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente artigo, tentamos realizar uma primeira incursão na análise de elementos imagéticos, em relação ao desenvolvimento de nosso projeto de tese. Buscamos, a partir da exploração do conceito de diplomacia midiática na cobertura fotojornalística do portal VEJA.com das negociações diplomáticas Brasil-Irã-Turquia em 2010, o contato entre diversas áreas de conhecimento. Nesse intuito, o estudo das características das imagens fotográficas no caso do jornalismo internacional nos forneceu um amplo espectro de temáticas, e a definição das questões a serem observadas e debatidas passou pelo destaque à relevância da relação texto-imagem na constituição da notícia.

É preciso notar que o tipo de acontecimento exemplificado pelo anúncio do acordo nuclear é um amontoado de níveis de encenação e representação. As discussões já ocorriam há meses, a portas fechadas e em contatos não divulgados. Os responsáveis pelas negociações (os diplomatas) acabam cedendo espaço de visibilidade aos principais líderes dos Estados envolvidos; estes se encontram e interagem – como se fossem os próprios países em ação. A partir daí, o controle foge dos corpos diplomáticos, e o registro fotojornalístico instituirá uma nova gama de possibilidades. O gestual, as expressões faciais, as interações captadas pela materialidade fotográfica terão, por meta, a condensação de todo um acontecimento a partir de um fragmento. Esta dinâmica, calcada em uma operação ilusória, torna-se praticamente natural ao ser veiculada pela mídia jornalística.

A análise das relações diplomáticas por meio da mídia jornalística (e, em especial, dos efeitos que esta instância pode alcançar, considerando-se a extrema variedade de públicos que atinge) ainda é um domínio de investigação pouco representativo. Porém, nosso intuito é poder auxiliar no crescimento dos estudos que enfoquem essas interações, posto que, na contemporaneidade, a influência das imagens torna-se cada vez maior. Não se tem por interesse repetir o velho clichê de que “vivemos em uma sociedade da imagem” (mesmo porque a relação homem-imagem é observada em praticamente todas as civilizações), mas compreender como o poder simbólico dessas representações visuais, em alinhamento aos pressupostos da instância jornalística internacional, influencia na construção social de uma “realidade” global – o que segue, decisivamente, pelas formas com as quais as instituições estatais tentam representar-se aos olhos (e, a partir daí, imaginários) dos indivíduos.

REFERÊNCIAS

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2004.

GILBOA, Eytan. Global Communication and foreign policy. **Journal of Communication**, v. 52, n.4, dez. 2002.

NASCIMENTO PLUM, Mariana. A política externa brasileira e o programa nuclear iraniano: uma análise do Tratado de Não- Proliferação Nuclear e da Estratégia Nacional de Defesa. In: ARIAS NETO, José; ALVES, Vágner; MOREIRA, William. **A defesa e a segurança na américa do Sul**. Campinas: Mercado das Letras, 2011.

PREISS, José. As relações Brasil-Irã: dos antecedentes aos desdobramentos no século XXI. **EMOC ANMO**, África del Norte y Medio Oriente, v. 1, n. 1, 2011.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó: Grifos; Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

STEINBERGER, Margarethe. **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional na América Latina**. São Paulo: EDUC, 2005.

TAVARES, Frederico; VAZ, Paulo Bernardo. Fotografia jornalística e mídia impressa: formas de apreensão. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 1, n. 27, p. 125-138, ago. 2005.

TRAQUINA, Nelson. A redescoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

VALENTE, Leonardo. **Política externa na era da informação: o novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumentos de Estado nas Relações Internacionais**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

VALENTE, Leonardo; SANTORO, Maurício. A diplomacia midiática do Governo Hugo Chávez. **Análise de Conjuntura OPSA**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 1-20, 2005.

Recebido em: 24/02/2014

Aceito em: 22/04/2014

Publicado em: 22/07/2014