

HELENA FERREIRA & ALINE FERREIRA

hcarla@ua.pt; aline@ua.pt

UNIVERSIDADE DE AVEIRO, PORTUGAL

YANIS VAROUFAKIS: CHEGUEI, FUI VISTO E VENCIDO! – UMA ANÁLISE SOCIOSSEMIÓTICA

RESUMO

Neste texto pretendemos mostrar que nas representações visuais divulgadas pelo jornal *Público*, Yanis Varoufakis se encontra em posição de desvantagem, nas negociações relativas às dívidas da Grécia, face ao Eurogrupo. Partindo de um extenso *corpus* de análise constituído por 63 fotografias de Yanis Varoufakis, publicadas no jornal *Público* entre 28 de Janeiro a 31 de Julho de 2015, utilizamos a abordagem da Semiótica Social (Kress & van Leeuwen, 1996) uma vez que esta permite “descrever e analisar todos os signos em todos os modos” (Kress, 2010, p. 59). Os significados visuais são descritos a partir da grelha de análise de Mota-Ribeiro e Pinto-Coelho (e.g. 2011), baseada na Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (1996).

PALAVRAS-CHAVE

Representações visuais; fotografias; jornal *Público*; Yanis Varoufakis; Semiótica Social

1. INTRODUÇÃO

Em Janeiro de 2015, Alexis Tsipras do Syriza foi eleito na Grécia para formar Governo, tendo por base eleitoral um programa de esquerda com várias medidas internas e exigências a nível europeu que dependiam inteiramente de negociações com a Europa. Tsipras nomeia Yanis Varoufakis para o cargo de ministro das Finanças, que sendo conhecido por ser um crítico das políticas da União Europeia (UE) e do Fundo Monetário Internacional (FMI), tem a seu cargo a responsabilidade de negociar com o Eurogrupo, adquirindo de imediato o estatuto de uma figura mediática. Assim, esta investigação centra-se nas representações visuais de Yanis Varoufakis no

jornal *Público*, procurando dar resposta à seguinte questão: É ou não visível, nas fotografias de Yanis Varoufakis, divulgadas pelo jornal *Público*, que este se encontra numa posição de desvantagem nas negociações face ao Eurogrupo? Entenda-se que, quando se refere “posição de desvantagem”, referimo-nos às características dos negociadores, ou seja, aos recursos ou falta deles, aos pontos fortes e fracos que conduzem a uma situação de poder que leva à possibilidade de certos participantes agirem sobre outros ou de gerar um maior ou menor grau de dependência. Falamos de relações de poder. Foucault (1982) defende que o ser humano, para além de estar imerso em relações de produção e significação, também se encontrava imerso em complexas relações de poder. Para este autor, a única forma de compreender em que consistem as relações de poder, é analisar as formas de resistência e as tentativas que foram feitas para dissolver essas relações, sendo esse o caso de Varoufakis face à Europa.

Aborda-se, primeiramente, a União Europeia e a Zona do Euro, insistindo na situação da Grécia na Europa e passando por uma caracterização de Varoufakis, refletindo essencialmente nos estereótipos e na sua mediatização internacional, apenas para situar a questão que aqui se coloca. Explora-se o conceito de fotografia como mensagem, caracterizando o fotojornalismo e explicitando a sua dinâmica própria, com base numa pesquisa da documentação existente.

De seguida, e para dar resposta à questão de investigação acima enunciada, foi realizado um estudo empírico, partindo de um extenso *corpus* de análise constituído por 63 fotografias de Yanis Varoufakis, publicadas no jornal *Público* entre 28 de Janeiro a 31 de Julho de 2015, que se dividem da seguinte forma: 1) fotografias em que este se encontra com outros participantes; 2) fotografias em que este se encontra só; e 3) fotografias tipo passe. A perspetiva de análise escolhida foi a socio-semiótica visual de Kress e Van Leeuwen (1996), uma vez que se pressupõe que as imagens enquanto práticas comunicativas se encontram inseridas num contexto social e cultural específico.

2. A UNIÃO EUROPEIA E A ZONA DO EURO

A União Europeia (UE), actualmente constituída por 28 países, é um projecto ambicioso porque pretende que haja um entendimento a nível monetário, comercial e económico entre todos os países que a integram (Rehman, 2015), tendo como base uma promessa de paz, solidariedade e prosperidade partilhada (Jonckeer & Simon, 2015). A parte mais ambiciosa

é a União Económica e Monetária, edificada por 19 países membros da UE — Zona do Euro (Rehman, 2015).

Esta experiência enfrenta recentemente uma crise financeira internacional que teve a sua origem nos Estados Unidos, em 2008 (Freire & Moury, 2014). Vários países europeus entraram em crise e foram obrigados a pedir empréstimos à UE e ao Fundo Monetário Internacional (FMI). Esses empréstimos foram concedidos, com condições rigorosas, nomeadamente no que diz respeito às reformas políticas do papel do Estado e às taxas de juro, que levaram a que os países aprovassem grandes medidas de austeridade (Teperoglou & Tsatsanis, 2014), sem resultado (Keller & Sanz, 2015). O espaço de manobra das decisões dos Governos Nacionais diminuiu, dando lugar às imposições da UE e do FMI, evidenciando uma clara transferência de poderes ao nível nacional para o nível europeu de áreas tão fundamentais como a política económica e social. Para além disso, regista-se a tendência para dividir a Europa em “países bons” e “países maus”, facto que fragmenta e divide a zona euro e desafia a legitimidade da UE (Freire & Moury, 2014). O facto de existir um acordo de unificação da moeda entre países membros com diferentes graus de vulnerabilidade financeira, levou ao uso do lema: “todos os países são iguais, mas alguns são mais iguais que outros” (Rehman, 2015, p. 214). Esta crítica aponta para a existência de uma “arrogância nacionalista” entre os cidadãos dos países que não possuem dívidas: vêem-se como exemplos e consideram os outros culpados, consideram mesmo que deveriam sentir-se envergonhados (Keller & Sanz, 2015, p. 62). Atualmente, o rating de crédito dos membros da Eurozona, varia de estado de “lixo” (nota mais baixa do grau especulativo), como o caso da Grécia, para AAA (nota mais alta do grau de investimento), que é o caso da Alemanha.

2.1. GRÉCIA – SYRIZA: SOLUÇÃO OU PROBLEMA?

A Grécia foi dos países mais afetados pela precipitação económica e política da crise (Vasilopoulou et al., 2014). A principal causa apontada para esta grave crise grega, é o facto do Governo ter fornecido dados estatísticos falsos ao Eurostat. Durante alguns anos, a Grécia distorceu as estatísticas com o fim de desvalorizar a dívida real. E, defende-se que os gastos públicos na Grécia foram sempre elevados, devido a gastos militares excessivos e a elevados gastos com a Administração Pública (Krajewska, 2014).

As Instituições Europeias, apoiadas pela Alemanha, levaram a Grécia a aceitar um empréstimo de resgate que se destinava ao pagamento da dívida existente e tinha como condições a implementação de duras

reformas de ajustamento estrutural no país (Vasilopoulou et al., 2014). Sob o olhar da Comissão Europeia, do Banco Central Europeu (BCE) e do FMI – da chamada Troika - o governo grego implementou graves medidas de austeridade, cortando no orçamento, à custa principalmente dos serviços públicos (Campbell, 2015). Os condicionalismos punitivos do pacote de resgate têm sido uma receita para o enfraquecimento da economia, sem um vislumbre de recuperação. A reestruturação da dívida grega nunca esteve na ordem do dia. Em 2010, após uma reunião do Conselho do FMI, o verdadeiro motivo do empréstimo à Grécia saltou para a comunicação social: “Este pode ser visto não como um resgate da Grécia, que terá que sofrer dolorosos ajustes, mas como um resgate dos detentores privados da dívida grega, principalmente as instituições financeiras europeias” (Campbell, 2015, p. 16). Os repetidos fracassos nas respostas por parte da Grécia para cumprir com o estipulado, conduziram a novas injeções de capital por parte da Europa e ao aumento das condições do programa de austeridade.

O governo do Pasok, que se encontrava no poder quando “rebentou a bomba” da dívida grega e negociou os termos do primeiro acordo de resgate, em 2010, perdeu terreno e assistiu à sua própria queda, de forma dramática. Quem ganhou com isto, foram os pequenos partidos, em particular, o Syriza, de esquerda. O discurso do Syriza é organizado com base no esquema antagónico “de nós, o povo, contra eles, o poder instalado”, opondo as pessoas que são atingidas pelas políticas de austeridade (nós), ao poder instalado que impõe as políticas ditadas pela Troika (eles), delimitando claramente a sua oposição (Stavrakakisa & Katsambekis, 2014, p. 130). A esta iniciativa política pode denominar-se de populismo, uma vez que marca uma nova linha que se afasta da corrente política principal (Świeboda, 2015).

Sendo populista, ou não, no dia 25 de Janeiro deste ano, o Syriza ganha as eleições na Grécia, prometendo acabar com o pesadelo de seis anos de austeridade económica, desferindo assim, um golpe nas elites políticas europeias que defendem uma severa austeridade. Além disso, demonstrou que novas forças políticas progressistas podem emergir contrárias às políticas estabelecidas pela Europa, alterando as regras do jogo e assumindo um plano anti austeridade (Keller & Sanz, 2015). O Governo Syriza, com Alexis Tsipras como Primeiro Ministro, enfrentou enormes desafios, principalmente porque existe nas elites europeias uma espécie de “demofobia” face aos partidos apelidados de populistas que se centram no “povo” e que são, por isso, estigmatizados e reprimidos (Marlière, 2013). Com efeito, as acusações contra o Syriza pelos políticos e meios de comunicação são constantes. O Syriza é retratado como perigosamente populista, defensor do “lobby

drachma”, anti União Europeia e como uma força política incompatível com os valores democráticos europeus (Stavrakakisa & Katsambekis, 2014).

2.1.1. VAROUFAKIS: O NEGOCIADOR

É neste contexto que Yanis Varoufakis, professor de economia da Universidade de Atenas e da Universidade do Texas, apresentando-se como marxista errático, assume a pasta de Ministro das Finanças. Passa a ser o responsável pelas negociações com a Europa, com o objectivo de conseguir um novo acordo para o país. Desafio que aceitou, com entusiasmo: “(...) se somos nós, os marxistas erráticos, os mais adequados para tentar salvar o capitalismo europeu de si mesmo, assim seja” (Varoufakis, 2015, p.18). Forte crítico das políticas de austeridade, logo depois das eleições comprometeu-se a colocar fim à sobrecarga fiscal e defendeu sempre que o pagamento da dívida teria de estar aliado à sua capacidade para restabelecer o crescimento (Georgakas, 2015).

O Ministro das Finanças é visto desde o início como um herói pelos gregos. Tanto que é descrito desta forma: “Yanis Varoufakis, montou na sua Yamaha 1300cc, direitinho ao Muro de Berlim. (...) captando a atenção do mundo, com o seu olhar de águia e as suas camisas brilhantes azuis, sem gravata (...)” (Margaronis, 2015, p. 13). Para a grande maioria dos gregos, a posição do Ministro das Finanças foi um alívio, porque acreditavam que ele era capaz de negociar de igual para igual com a Europa. Para os representantes das instituições europeias, a notícia não foi bem acolhida. Desde o primeiro dia esteve na mesa o risco de rutura com a Europa, algo que os gregos também não desejavam. Na Alemanha, Varoufakis foi interpretado como “arrogante e grosseiro” (Margaronis, 2015, p. 13). Os credores das Instituições Europeias foram sempre rejeitando as suas propostas. Em Junho, apresentaram-lhe um ultimato com um novo pacote de austeridade. Tsipras levou este programa a referendo, tendo Varoufakis clarificado que a escolha era entre continuar com as políticas da UE que levaram o país à ruína, ou recomeçar com um plano concreto de recuperação económica (Žizek, 2015). Os gregos votaram contra o programa. Depois desta maioria absoluta do “não” contra o ultimato da UE, Varoufakis demite-se com a aprovação de Tsipras, levando a crer que se tratou de uma concessão aos credores (Georgakas, 2015).

Durante os cinco meses em que ocupou o cargo de Ministro das Finanças, Varoufakis encheu páginas de jornais, quebrando ou vinculando estereótipos. Realmente, a imagem e perfis dos líderes políticos são cada vez mais debatidos nas sociedades contemporâneas, facto que se atribui,

entre outros aspectos, ao processo de individualização (Silva, 2014). No círculo político, o género está associado com estereotipadas presunções sobre a competência para lidar com questões específicas, pelo que os homens encontram-se mais vocacionados para as questões internacionais, terrorismo, crime e economia (Dolan, 2004; Sanbonmatsu, 2002). Economia é a área de Varoufakis. No entanto, não foi esse o motivo que originou um autêntico *buzz* a seu respeito na imprensa e nas redes sociais (Figueira, 2015). As atenções concentraram-se em algo que não faz parte dos estereótipos de um ministro das Finanças: um estilo descontraído, sem gravata, com camisas chamativas e casacos de cabedal (Figueira, 2015). Para Dhellemmes (2015) “Varoufakis tem mais de Bruce Willis que de Michel Sapin”, e isto porque “tem um estilo rock’n’roll, com o porte de um jogador de rãguebi, (...) cabeça rapada e maxilares quadrados”. Fox (2015) adianta que este usa trajes que não são os habituais e que o seu casaco de cabedal parece vir de um “traficante de droga”. O jornal *The Telegraph* (s.a., 2015, 3 de Fevereiro) descrevendo a sua roupa, apelida-o de “leopardo revolucionário”; o jornal *The Toc* (s.a., 2015, 3 de Maio) classifica-o como “rock star” e Ferreira (2015) refere que “por 2.212€” se pode copiar o estilo do ministro grego e “com sorte, (...) chegar a ministro das Finanças”. O jornal *La Nueva España* (s.a., 2015, 7 de Julho) refere que as redes sociais o transformaram em “super herói ao estilo de Terminator ou Super-Homem”; o *Público* (s.a., 2015, 9 de Fevereiro) discute o seu cachecol, dizendo que este “parece um pedacito coçado”; o *ABC* (s.a., 2015, 19 de Fevereiro) descreve-o como tendo uma “aparência cool”, alguém que “frequenta o ginásio”. O canal televisivo *Euronews* (s.a., 2015, 6 de Julho) assinala que “não tem a imagem nem o comportamento de um ministro das Finanças típico”. Varoufakis, transformou-se num “ícone da cultura pop”, sendo representado nas redes sociais, em montagens photoshop como “uma estrela de Hollywood ou personagens de jogos-vídeo” (s.a., 2015, 6 de Julho, *Euronews*) e foi alvo de uma música produzida pelo programa satírico alemão *TV Neo Magazin Royale*, onde é apelidado “Ministro grego do Fantástico” (*Euronews*, 2015, 6 de Julho).

Varoufakis tornou-se um político lendário, não só porque lutou contra o domínio da Alemanha, ironizou com os políticos da União Europeia e demonstrou conhecimento e experiência (s.a., *Euronews*, 2015), mas principalmente devido ao seu aspecto. De facto, a imagem pessoal de um político é importante porque revela a sua personalidade. Uma imagem, quando cuidada, habilmente transmite a ideia de poder, autoridade e outros atributos políticos (Gonçalves 2005). Mas, Varoufakis apresentou-se como um homem comum, com um estilo muito próprio, que hoje em dia se designa

de *ubersexual*. O *ubersexual* é um homem que valoriza o seu aspecto varonil, tem um estilo próprio e exhibe-o, mostrando confiança em si mesmo, mas sem cair no narcisismo característico do metrossexual (Vallenila, 2010). Para Sevilla (2006), tanto o metrossexual como o *ubersexual* são sujeitos sociais porque são uma das consequências da revolução levada a cabo pelas mulheres; e são uma construção publicitária porque são fruto da observação e análise das empresas que, a partir de uma tendência socialmente minoritária, os converteram, mediante a publicidade, num fenómeno de massas.

3. FOTOJORNALISMO

A nível global, a comunicação política faz-se numa arena mediática repleta de imagens (Campbell, 2007) que “estabelecem visibilidades (e policiamentos invisíveis), estereótipos, relações de poder, a capacidade de conhecer e verificar” (Rogoff, 2000, p. 20). De facto, na época actual, a imagem, especialmente a fotografia, tem um grau elevado de importância e ocupa um lugar central no quotidiano da sociedade. Benjamim (2011) refere que não é aquele que ignora a escrita, mas aquele que ignora a fotografia, que será o analfabeto do futuro.

A maioria dos fotógrafos e dos visualizadores de fotografias na imprensa, durante grande parte do Séc. XX, viam a imagem fotográfica como o testemunho da realidade que acontecia em frente a uma câmara, no momento em que se tirava a fotografia. No entanto, essa visão da realidade não é tão absolutamente objetiva como se pretende. Cada fotografia é uma manipulação da realidade pelo fotógrafo ao eleger um enquadramento e não outro, este ponto de vista e não aquele, para que sobressaia a ideia que quer transmitir e o que quer representar (Gayol, 2014). A produção da fotografia passa pelo meio social e cultural do fotógrafo, pelo que existe sempre a possibilidade deste interferir e seleccionar a realidade que representa. Nenhuma visão é objetiva, as câmaras são usadas e acionadas pela vontade humana. Os fotógrafos não tiram só fotografias, tomam partido por posições e tornam-se parte daquilo que fotografam. As próprias fotografias tomam posições, mesmo que o fotógrafo se considere imparcial (Tomaselli, 2011). Daí que, as imagens fotográficas sejam fontes de informação histórica que não podem ser analisadas como espelhos fiéis do real. O seu carácter informativo só pode ser alcançado decifrando os seus elementos simbólicos e ligando-os ao contexto histórico que a imagem representa (Kossoy, 2000).

Também os editores manipulam e modificam a imagem que recebem do fotógrafo, uma vez que sentem a necessidade de lhe imprimir os

discursos que pretendem no momento. Aliás, a própria escolha do fotógrafo com um determinado perfil para determinados temas, a seleção das fotografias, a decisão de qual a melhor maneira de as colocar no contexto da publicação é uma resolução do editor com o intuito de corresponder às suas necessidades e do seu público (Gayol, 2014). A fotografia de imprensa é produzida para colmatar as necessidades de consumo do jornal. Já Barthes (1995) afirmava que há uns que tiram as fotografias, outros que as elegem e tratam, e finalmente outros colocam-lhe os textos e comentam-na. Defendia, ainda, que uma fotografia pode mudar todo o seu sentido, se colocada em jornais com linhas editoriais completamente diferentes.

O realismo fotográfico que surgia como garantia da verdade numa reportagem jornalística foi relegado para o plano da ficção desde os anos setenta. A partir daí, ficou claro que o fotojornalismo é a construção de uma representação baseada numa “particular interpretação da realidade em cuja elaboração confluem os interesses dos donos dos media, dos editores, dos chefes de secção e dos fotógrafos em função das regras do marketing e da política” (Gayol, 2014, p. 123).

No entanto, há que ter em consideração que: “toda a imagem possui um referente de realidade independentemente de qual seja o seu grau de iconicidade, a sua natureza ou o meio que a produz” (Villafañe, 2006, p. 30). Para este autor, mesmo as imagens imaginárias, mantêm nexos com a realidade mais sólidos do que se possa pensar. E, quer se queira ou não, a imagem será sempre reconhecida pela sociedade como uma fiel reprodução da realidade (Minguez & Villafañe, 2006). Poderá então dizer-se que as “coisas” se tornam reais quando são fotografadas (Sontag, 1986), ou ainda, que depois do assunto ser representado na imagem, se idealiza e se interpreta um novo real (Kossoy, 2000). Nas páginas de um jornal, a fotografia é o foco de atenção, funcionando como um íman e transformando-se num grande factor de hierarquização que atribui uma aparente importância à notícia (Erausquin, 1995). Para além disso, estas imagens da imprensa já não são mais uma ilustração do texto ou um reforço, como no início, “(...) a imagem já não ilustra a palavra; é a palavra que se converte, estruturalmente, em parasita da imagem; (...) a palavra aparece para sublimar, tornar mais patética ou racionalizar a imagem (...)” (Barthes, 1995, p. 22).

4. A SOCIOSEMIÓTICA VISUAL E AS FOTOGRAFIAS DE VAROUFAKIS

A sociosemiótica visual (Kress & van Leeuwen, 1996, 2006) é “uma teoria que trabalha com o significado em todas as suas aparências, em

todas as ocasiões sociais e em todos os contextos culturais” (Kress, 2010, p. 2). Deste modo, considerou-se que esta seria a melhor abordagem para tratar as fotografias de Varoufakis “como textos comunicativos visuais, não como um texto fechado em si próprio, mas, inseridas no contexto social e cultural de que fazem parte” (Ferreira, 2014, p. 103), tendo em conta que analisar imagens implica tratá-las “como instrumentos de poder e controlo, e também como instrumentos de construção social da realidade” (Pinto Coelho & Mota Ribeiro, 2012, p. 206).

Os recursos visuais utilizados para produzir e interpretar imagens não possuem significados ou representações previamente atribuídas, porque são sempre afetados pelos seus usos passados e potenciais, sendo, por isso, atos de criação de signos activos (Mota-Ribeiro, 2011). Por sua vez, as imagens não devem ser vistas como “objectos inertes que transmitem um significado único, mas como seres vivos, animados, com desejos, necessidades, apetites e pedidos, com uniformidades próprias” (Mitchell, 2005, p. 89). Para este autor, as imagens possuem “sinais vitais” que conduzem à germinação de juízos de valor, motivação, ação e outros indícios, o que significa que as imagens vivem. Depreende-se, então, que os produtores (donos do jornal, editores, chefes de secção e fotógrafos) e os visioadores das fotografias de Varoufakis quando interagem com elas, criam e atribuem-lhe novos significados, mediante as suas próprias necessidades e interesses, considerando também as regras, necessidades e interesses das instituições sociais em que as imagens são criadas, comunicadas e interpretadas.

A sociosemiótica é o enquadramento teórico da Gramática Visual de Kress e Van Leeuwen, que concebe as regras como socialmente produzidas e mutáveis por meio da interação social. Tal como Halliday (1985) na área da linguística, a Gramática Visual identifica três tipos principais de trabalho semiótico, que são sempre desempenhados simultaneamente. Enquanto Halliday as denomina de metafunções ideacional, interpessoal e textual, Kress e Van Leeuwen apelidaram-nas de função representacional, função interacional e função composicional.

5. METODOLOGIA

5.1. A CONSTITUIÇÃO DO CORPUS

A amostra é constituída por 63 fotografias de Varoufakis, publicadas no jornal *Público*, durante o período de 28 de Janeiro a 31 de Julho de 2015.

Durante este período, o *Público* publicou 70 fotografias de Varoufakis. No entanto, algumas repetem-se. Revela-se aqui a totalidade de fotografias exibidas no jornal para transmitir o quanto Varoufakis foi mediático em pouco mais de cinco meses. A grande maioria destas fotografias pertencem a agências como a Reuters e a Agence France-Presse e foram capturadas por vários fotógrafos, tendo assim vários “produtores”.

5.2 INSTRUMENTO DE ANÁLISE (PARÂMETROS VISUAIS) E PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Como instrumento, utilizou-se a grelha de análise construída por Mota-Ribeiro (2011) e Pinto-Coelho & Mota-Ribeiro (2012, 2017) que se baseia nos recursos e estruturas visuais da gramática de Kress e van Leeuwen (2006). Esclarecem-se, então, os recursos e estruturas visuais utilizados:

Dimensão Representacional: atribui-se à capacidade de representar os participantes e as suas relações no mundo, fora do sistema representacional, uma vez que possibilita a construção das experiências dos indivíduos. Segundo a gramática visual ocidental, as estruturas visuais que estão disponíveis para representar o mundo são: representação dos participantes humanos; cenários, fundos, adereços e objetos; tipos de representação: processos narrativos e processos concetuais. Dentro desta dimensão, criou-se uma linha para “Indicadores de relações de poder”, por se considerar um aspeto central nesta investigação, uma vez que se pretende que esta estrutura visual represente elementos na imagem que coloquem em evidência as relações de poder existentes entre os diversos participantes.

Dimensão Interacional: nas imagens existem vários recursos que criam determinadas relações entre o visualizador e o mundo representado no espaço, ou seja, interagem com os visualizadores e dizem-lhes o que fazer, mediante o que é representado. Como dizem Kress e van Leeuwen (2006, p. 15), refere-se ao que “podemos fazer uns aos outros, ou uns pelos outros, através da comunicação visual e as relações entre os produtores e os visualizadores implicados nos textos visuais”. Relaciona-se com os participantes interacionais da imagem, com os indivíduos que produzem e com os que dão sentido às imagens, no contexto das instituições, que regulam “o que pode ser ‘dito’ com as imagens, como deve ser dito, e como deve ser interpretado” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 114). As entidades visuais, que levam à realização destes significados são as seguintes: o ato de imagem e o “gaze”; tamanho de enquadramento/escala de planos; ângulo de tomada de vista–perspetiva e modalidade.

Dimensão composicional: refere-se ao modo como os padrões de representação e os de interação se relacionam e articulam com coerência para criar um todo significativo. São três os geradores de significados composicionais, interrelacionados: valor informativo; saliência e delimitação/ligação.

Quanto ao procedimento metodológico, as 63 fotografias foram analisadas, uma a uma, preenchendo todos os parâmetros (como em Ferreira & Mota-Ribeiro, 2014, Ferreira, 2014, Mota-Ribeiro, 2011, Mota-Ribeiro & Pinto-Coelho, 2011, 2008, Pinto Coelho & Mota Ribeiro, 2012, 2007), tendo como resultado os respectivos 63 quadros descritivos que não se convocam para aqui. Também não usaremos algumas porque não iriam acrescentar informação, devido à sua semelhança com outras.

A análise dos tipos de representação da relação entre os participantes foi feita em função de Varoufakis, isto é, da relação entre Varoufakis e todos os outros participantes representados, na relação que estes assumem com ele. Por questões práticas, para facilitar a análise, dividiram-se as fotografias por categorias que a seguir se descrevem.

6. ANÁLISE, ILUSTRAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Tal como já foi referido, as fotografias encontram-se divididas nas seguintes categorias: 1. Fotografias de Varoufakis com outros participantes; 2. Fotografias em que Varoufakis se encontra só, e 3. Fotografias tipo passe. Não sendo possível referir aqui todas as estruturas visuais, optou-se por mencionar aquelas que se consideraram mais pertinentes em cada grupo de imagens para responder à questão de partida desta investigação. Deste modo, a caracterização pormenorizada de Varoufakis só será efetuada na categoria de fotografias em que este se encontra só. Esclarece-se, no entanto, que os recursos propostos por Kress e van Leeuwen não funcionam isoladamente e que é a articulação das várias entidades visuais que permite atribuir significado à imagem (Mota-Ribeiro, 2011).

6.1. FOTOGRAFIAS DE VAROUFAKIS COM OUTROS PARTICIPANTES

Naturalmente, esta categoria subdivide-se em subcategorias: Fotografias com participantes que lhe são familiares; Fotografias com participantes da UE sem poderes de decisão e Fotografias com participantes da UE com poderes de decisão.

FOTOGRAFIAS COM PARTICIPANTES QUE LHE SÃO FAMILIARES

Nestas fotografias (Figura 1), Varoufakis é representado com participantes que fazem parte do seu quotidiano, não confundindo nunca familiaridade com grau de intimidade, uma vez que não sabemos qual seja.

Nesta subcategoria, atribuiu-se especial importância à dimensão representacional porque é a esta função que é conferido o poder de constituir representações do mundo, através do uso de signos visuais. Sendo assim, Varoufakis surge descontraído (em conversas informais), demonstrando à vontade, conforto e simplicidade (circulando de mota e sentando-se no chão), com participantes maioritariamente do género masculino (apenas numa foto, surge uma mulher), vestidos de forma informal (apenas um usa gravata), mas aparentando bom aspeto. Os participantes demonstram atenção uns para com os outros (ouvem-se, inclinando-se para o “outro”), respeito (cumprimentam-se, com entusiasmo) e confiança (circulam juntos num veículo de duas rodas; abraçam-se). Estes atos evidenciam ações sociais (processos narrativos) em que os participantes representados se apresentam simultaneamente nos papéis de agentes e de alvos de ação.

Relativamente aos objetos, destaca-se a mota, o telemóvel e a coca-cola. E, aqui, já terá que se falar nos processos conceptuais simbólicos, que implicam construções sociais, uma vez que estes objetos remetem para um processo simbólico atributivo, onde os objetos são o atributo simbólico e Varoufakis o portador, objetos cujo significados são estabelecidos da seguinte forma: a mota simboliza masculinidade e o telemóvel e a coca-cola simbolizam modernidade.

No que diz respeito à dimensão interacional, ou seja, às relações entre os produtores e os visionadores implicados nos textos visuais, relativamente ao tipo de contacto que é estabelecido imaginariamente com o visionador (“gaze”), as fotografias revelam, na sua maioria, “imagens-oferta”, uma vez que não existe um olhar direto dos participantes dirigido ao visionador. Estas imagens oferecem, apenas, momentos do quotidiano do ministro das Finanças grego.

As imagens revelam que existe envolvimento por parte dos visualizadores com os participantes, principalmente com Varoufakis e Tsipras, uma vez que os produtores das imagens os colocaram em ângulos frontais/oblíquos, condicionando os leitores a vê-los com características positivas. É também estabelecida uma relação de igualdade entre os participantes e os visualizadores: os participantes são vistos ao nível do olhar, sendo percebido que os leitores não têm qualquer poder sobre os mesmos, nem

estes sobre eles. A modalidade é elevada, pois remete para o real: trata-se de pessoas reais.

Salienta-se que não existem relações de poder evidentes nestas imagens, nem entre os participantes, nem entre os participantes e os visualizadores.



Figura 1: Fotografias com participantes que lhe são familiares

FOTOGRAFIAS COM PARTICIPANTES DA UE SEM PODERES DE DECISÃO

Nas fotografias da Figura 2, Varoufakis é representado com participantes da União Europeia, que não pertencem às Instituições europeias e por isso não têm poder de decisão: são Ministros das Finanças e da Economia de outros países da Zona Euro, pelo que se assume que são “colegas”.

Nesta subcategoria, continua a atribuir-se especial importância à dimensão representacional. Varoufakis está representado com participantes masculinos, vestidos formalmente: usam fato e gravata e aparentam bom aspecto, embora sejam mais velhos e menos cuidados fisicamente que o ministro das Finanças grego, verificando-se que têm uma barriga saliente.

Os participantes demonstram recetividade (cumprimentam-no com sorrisos), simpatia e boa disposição (sorriem e falam com ele, entusiasticamente), boa vontade e cortesia (seguram-lhe o braço, encaminhando-o). Varoufakis corresponde a todas estas ações sociais (processos narrativos) de igual modo, demonstrando simpatia e boa disposição. Como indicadores de relações de poder, identificamos as roupas dos participantes que se encontram com Varoufakis, uma vez que o uso de fato e gravata simboliza poder, estatuto. E, também, o gesto de cortesia de um participante que o segura e puxa pelo braço como que a indicar-lhe o caminho, revelando assim o poder de conhecimento das regras e do local.

Os participantes interacionais nestas imagens, estabelecem imaginariamente contacto através, em alguns casos, de um olhar direto dos participantes representados para o visualizador, como é o caso da imagem em que Varoufakis simplesmente posa com outro participante e em que os dois pedem ao leitor que se envolva numa relação simbólica de empatia com eles. Noutros casos, pela ausência desse olhar, oferece-se ao visionador apenas momentos onde se revela alguma simpatia pelo ministro das Finanças grego que acabou de chegar.

Nestas imagens evidenciam-se algumas relações de poder entre os participantes representados: Varoufakis encontra-se em desvantagem porque é novo no local e os outros participantes têm o poder do conhecimento das práticas, o que implica que sabem as regras de funcionamento das reuniões das Instituições Europeias. Isto evidencia-se claramente, como já foi dito, na imagem em que o ministro grego é puxado pelo braço e encaminhado pelo outro participante.



Figura 2: Fotografias com participantes da UE sem poderes de decisão

FOTOGRAFIAS COM PARTICIPANTES DA UE COM PODERES DE DECISÃO-I

Na Figura 3, apresentam-se fotografias em que Varoufakis é representado com participantes da União Europeia com poderes de decisão:

com o Presidente do Eurogrupo, o Ministro das Finanças alemão e a diretora do FMI. Optou-se por dividir este grupo de imagens em dois, porque apresentam representações completamente diferentes em termos de grau de agressividade entre os participantes representados.

Nestas imagens Varoufakis surge com participantes maioritariamente masculinos (surtem duas mulheres nas fotos e uma delas sem visibilidade), vestidos de forma formal: os homens usam fato e gravata e aparentam bom aspeto e as mulheres usam saia e *blazer*. Os participantes representados demonstram cordialidade (cumprimentam-no com sorrisos algo forçados), tensão (cumprimentam-no a caminhar), curiosidade (é alvo de olhares onde quer que se encontre) e desconforto (é cumprimentado a correr e olhado de soslaio). Os lugares que se identificam são salas de trabalho das Instituições Europeias. Relativamente aos processos narrativos, maioritariamente, estes são processos acionais e reacionais transitivos bidirecionais. No entanto, existem processos reacionais unidirecionais, em que os outros representados olham para Varoufakis e este olha para outro participante ou para fora da imagem (reação não transacional). Em todos os processos são reveladas ações e olhares irónicos, de estranheza, em que é demonstrado claramente que Varoufakis é um intruso. Como indicadores de relações de poder, identificamos as roupas dos participantes, mais uma vez, mas sobretudo os olhares irónicos e o desconforto evidente dos outros participantes na presença do ministro grego.

Relativamente à dimensão interacional, no que se refere ao “gaze”, na sua grande maioria, estas imagens oferecem momentos onde se revela a relação dos participantes da UE com o ministro das Finanças grego, mas também existem “imagens-pedido”, em que o representado Varoufakis pede ao visualizador que se inteire da situação em que se encontra. Existe envolvimento por parte dos leitores com as situações e os participantes representados, principalmente com Varoufakis, uma vez que representam pessoas relativamente próximas de nós, que fazem parte do nosso quotidiano.

Nesta figura, as relações de poder entre os participantes são evidentes. O que lhes dá visibilidade são, sobretudo, os olhares irónicos, curiosos, de estranheza, como se verifica na imagem em que Varoufakis se encontra no meio da sala, com todos os presentes a observá-lo, ou quando tem atrás de si um participante a olhá-lo de soslaio e com sorriso irónico. Mas, os cumprimentos também demonstram que o ministro grego se encontra em desvantagem. Veja-se o cumprimento com o presidente do Eurogrupo, enquanto caminham para direções opostas, como se este não o quisesse

cumprimentar, ou o cumprimento com a Presidente do FMI, em que esta se encontra parada e ele em movimento, prestando homenagem, demonstrando claramente a hierarquia. Nestas imagens, Varoufakis é claramente o intruso, o “diferente”, o “outro” deste grupo de participantes que se encontram na figura.



Figura 3: Fotografias com participantes da UE com poderes de decisão I

FOTOGRAFIAS COM PARTICIPANTES DA UE COM PODERES DE DECISÃO - II

Na Figura 4, continuam a apresentar-se fotografias em que Varoufakis é representado com participantes da União Europeia com poderes de decisão: com o Presidente do Eurogrupo, o Ministro das Finanças alemão e a directora do FMI.

Nestas imagens Varoufakis surge com os participantes mencionados na subcategoria anterior, que aqui revelam tensão (expressões faciais duras, demonstrando agastamento), impaciência (gesto com a mão induzindo à palavra “basta”) e mesmo agressividade (gestos com as mãos: o apontar do dedo do ministro alemão que parece uma garra, o sinal de “figas”, do Presidente do Eurogrupo e o sinal de “basta” por parte da Directora do FMI; os olhares são também agressivos). Os gestos com as mãos remetem para um processo simbólico sugestivo, em que os participantes são os portadores, significando que estes têm poder sobre Varoufakis, devido aos cargos que ocupam nas Instituições Europeias, o que implica que o significado e a identidade destes participantes sejam representadas como vindo

de dentro, emanando dos participantes. O poder que possuem deve-se aos cargos que ocupam.

Os processos narrativos, são, na sua grande maioria, processos acionais e reacionais transitivos bidirecionais. Estas acções sociais envolvem atos e olhares agressivos, por parte dos participantes representados face a Varoufakis. No entanto, este não se mostra agressivo, mas mostra-se incomodado, como o indica a sua expressão facial. Como indicadores de relações de poder, identificamos esses olhares e gestos, acrescido do facto que quando se encontram de pé, os participantes parecem todos mais altos do que ele.

Nestas fotografias, os participantes representados são “dados a ver” e exibem uma “oferta” do ambiente tenso e agressivo que se vive entre os participantes da UE e Varoufakis.

As relações de poder entre os participantes representados nestas fotografias são perfeitamente evidentes. Os gestos e olhares agressivos dos representantes da UE demonstram visivelmente que Varoufakis se encontra em grande desvantagem.



Figura 4: Fotografias com participantes da UE com poderes de decisão II

FOTOGRAFIAS EM QUE VAROUFAKIS SE ENCONTRA SÓ

Esta categoria também se divide em subcategorias: Varoufakis: a Europa; Varoufakis: Populismo Mediático; Varoufakis e a sua imagem e Varoufakis: a luta desgasta.

VAROUFAKIS: A EUROPA

A importância da dimensão representacional nestas imagens (Figura 5), também é elevada. Mas neste caso é remetida, fundamentalmente, para os cenários e fundos. Algumas imagens têm como fundo a bandeira da Europa, em grandes dimensões, tão excessivas que as estrelas da bandeira conseguem ser maiores que a cabeça de Varoufakis. Outras, apresentam no cenário as bandeiras da Europa, da Grécia e da Alemanha. Significa isto que estamos perante um processo analítico simbólico sugestivo em que a bandeira é o portador, o que tem poder, grandiosidade, representa uma instituição, e Varoufakis é o ser diminuto perante tanta grandiosidade. Considerou-se ainda ao nível da dimensão composicional que o valor informativo é de vital importância para melhor compreensão destas imagens. Nas imagens em que as bandeiras surgem no cenário, Varoufakis surge à esquerda das bandeiras da Europa e da Alemanha, o que significa que o Varoufakis tem o valor informativo do “Dado”, do adquirido - o Syriza ganhou as eleições na Grécia e o Varoufakis é “dado” como negociador e à direita surge a informação nova – a Europa a ser obrigada a negociar com a “esquerda”, com alguém que é crítico das políticas europeístas. Para além disso, o facto da bandeira surgir na parte de cima da imagem, no espaço do ideal e o Varoufakis na parte inferior, no espaço do real, contribui para a compreensão da Europa enquanto idealização.

Nestas imagens, a relação de poder entre os participantes representados é perfeitamente visível: a Europa é demasiado grandiosa para Varoufakis.



Figura 5: Varoufakis: a Europa

VAROUFAKIS: POPULISMO MEDIÁTICO

O populismo mediático (Figura 6) de Varoufakis é revelado essencialmente através dos objetos: microfones e câmaras fotográficas. Nestas fotografia, a figura de Varoufakis praticamente não se vê, porque é encoberta por microfones e máquinas fotográficas. O processo representacional

dominante é o processo analítico simbólico atributivo em que os microfones e as máquinas fotográficas, pelo seu tamanho exagerado e pela quantidade, são os atributos simbólicos que evidenciam a mediatização de Varoufakis e o poder da comunicação social.

Ao nível da dimensão interacional, destaca-se que existem imagens em que o visualizador vê o ministro grego de cima para baixo (ângulo vertical), o que lhe confere poder sobre ele. Relativamente à dimensão composicional, há que referir que o que se destaca nas imagens são os microfones e as máquinas fotográficas (saliência). Sintetizando os significados, verifica-se que Varoufakis é uma figura mediática, debaixo do poder da imprensa e por sua vez dos visualizadores.



Figura 6: Varoufakis: Populismo Mediático

VAROUFAKIS E A SUA IMAGEM

A partir destas fotografias, vamos fazer a caracterização de Varoufakis: é um homem caucasiano que aparenta 50 anos. É alto, magro e atlético, com um rosto comprido e queixo largo. Os olhos são castanhos, a boca é carnuda e sorri muito. É careca. Apresenta traços bonitos e é charmoso. Tem sempre um ar muito descontraído e informal e mete muitas vezes as mãos nos bolsos das calças. Veste *jeans*, camisas desabotoadas no pescoço, por fora das calças e casacos que vão desde o *blazer* ao casaco de cabedal. Quando usa *blazer*, levanta a gola na parte do pescoço. Usa acessórios como cachecóis e mochila às costas.

Por tudo o que foi dito, verifica-se que Varoufakis rompe com os estereótipos do político e entra no estereótipo do homem que se vê na publicidade: o *ubersexual*.

Nestas imagens, Varoufakis tem poder sobre os visualizadores, facto que se torna visível através do ângulo vertical – na grande maioria das fotos, o participante não surge ao nível do olhar, mas ligeiramente mais acima. Este poder vem-lhe da sua confiança: é um homem bonito, charmoso

e tem confiança em si próprio. Além disso, o seu estilo de vida está acima do estilo de vida do visualizador.



Figura 7: Varoufakis e a sua imagem

VAROUFAKIS: A LUTA DESGASTA

A figura 8 mostra fotografias de Varoufakis em que ele apresenta sinais de desgaste e cansaço. As suas expressões faciais são sempre sérias, pouco amigáveis e apresentam sinais de fadiga. Se por um lado, os gestos com as mãos, quando aponta o dedo, revelam acusações e ainda sinais de luta, por outro, os gestos, quando segura o queixo e toca na garganta, revelam desconforto e cansaço. O fundo preto numa das imagens exprime o quanto a situação é “negra”.



Figura 8: Varoufakis: a luta desgasta

O padrão de interação “ângulo vertical” indica mais uma vez que o visualizador tem poder sobre Varoufakis, uma vez que ele é visto de cima para baixo. Encontra-se numa posição de fragilidade nas negociações que mantém com a Europa.

FOTOGRAFIAS TIPO PASSE

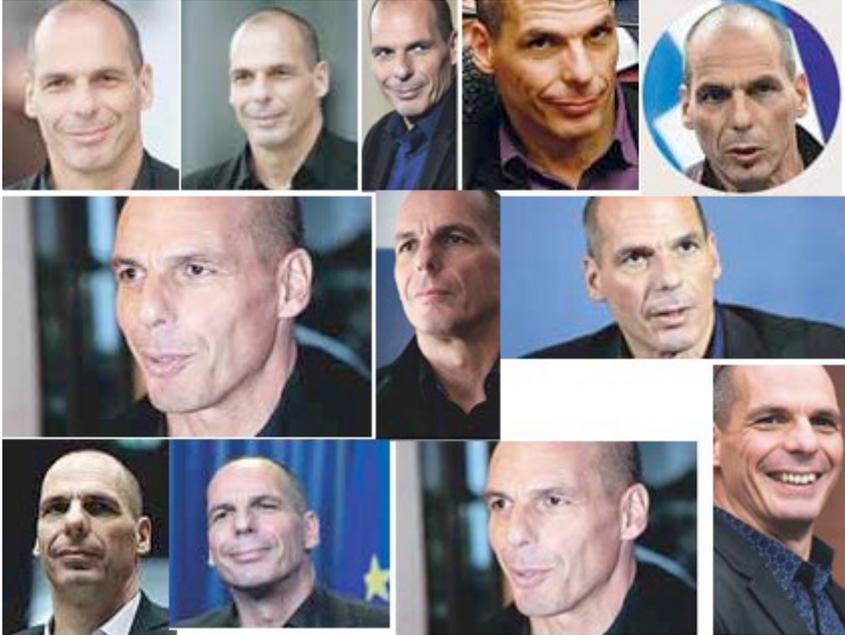


Figura 9: Fotografias tipo passe

Estas fotografias (Figura 9), exibem apenas o rosto de Varoufakis. Elas surgem no jornal para chamar a atenção para a notícia porque não contêm outro tipo de informação. Mais uma vez, verifica-se que Varoufakis tem um sorriso fácil e um rosto muito expressivo. Relativamente à dimensão interacional, no que diz respeito ao “gaze”, estas imagens são um “pedido”: “Olhem para mim! Observem-me! Reconheçam-me!” E, evidentemente, existe uma distância social próxima por parte do visualizador. Varoufakis já é reconhecido e faz parte das nossas vidas e, como tal, os leitores identificam-se com ele.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, todos temos conhecimento do que aconteceu na Grécia. Varoufakis não atingiu nenhuma das metas a que se propôs quando iniciou as negociações com a Europa. Demitiu-se depois de muita luta e desgaste e Tsipras assinou os acordos que as Instituições Europeias desenvolveram como única alternativa. Uma verdadeira tragédia grega! Tragédia que já se poderia adivinhar se dispensássemos a devida atenção às imagens da comunicação social, uma vez que é perfeitamente visível, nas fotografias de Yanis Varoufakis, divulgadas pelo jornal *Público*, que este se encontrava numa posição de desvantagem nas negociações face ao Eurogrupo desde o início.

Essa posição de desvantagem ganha visibilidade nas fotografias em que este se encontra com outros participantes e nas fotografias em que se encontra só. Nas fotografias em que este se encontra com participantes das Instituições Europeias, com poderes de decisão, as relações de poder são mais do que evidentes e este surge como o “outro” que tem que ser submetido. Nas fotografias em que este se encontra só, verifica-se que, para além de se encontrar em desvantagem, se tornou num homem mediático que rompe com os estereótipos do líder político e se aproxima dos estereótipos do “homem da publicidade”.

É imbuído nesses estereótipos de “homem da publicidade”, de *uber-sexual*, que ele se encontra em franca vantagem, com poder sobre os visualizadores. Este poder deve-se à sua confiança e ao seu estilo de vida, que se encontra acima do visionador.

Nas fotografias em que este se encontra com outros participantes, a sua posição de desvantagem ganha visibilidade, essencialmente através dos processos narrativos que ocorrem entre os participantes representados. Nas fotografias em que este se encontra só, a visibilidade desta posição de desvantagem ganha forma essencialmente através de processos analíticos simbólicos.

Como se sabe, os produtores (donos do jornal, editores, chefes de secção e fotógrafos), para além de produzirem as fotografias, mediante as suas próprias necessidades e interesses, têm o poder de condicionar a sua interpretação, pelo que terminamos com esta frase: “Mostrar um feito ou um homem, é fazê-los existir, mas o contrário desta certificação é a anulação social daquilo que se decidiu não mostrar (Debray, 1994, p. 294).

REFERÊNCIAS

- Barthes, R. (1995). *Lo óbvio e lo obtuso - imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós
- Benjamin, W. (2011). *Breve historia de la fotografía*. Madrid: Casimiro Libros.
- Campbell, B. (2015). In Greece, a new government pushes back against austerity. *CCPA Monitor*, 21(9), 16-18.
- Campbell, D. (2007). Geopolitics and visibility: Sighting the Darfur conflict. *Political Geography*, 26, 357-382.
- Debray, R. (1994). *Vida e muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona: Ediciones Paidós.
- Dhellemmes, G. (2015). Qui est Varoufakis, le “monsieur Catastrophe” qui veut sauver la Grèce. *Journal du Dimanche*, acedido em [http://www.lejdd.fr/International/Europe/ Qui-est-Varoufakis-le-monsieur-Catastrophe-qui-veut-sauver-la-Grece-716224](http://www.lejdd.fr/International/Europe/Qui-est-Varoufakis-le-monsieur-Catastrophe-qui-veut-sauver-la-Grece-716224).
- Dolan, K. (2004). *Voting for women: How the public evaluates women candidates*. Boulder, CO: Westview Press.
- Erausquin, M. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Síntesis.
- Ferreira, A. (2015). Como copiar o estilo de Varoufakis, o ministro informal. *Observador*, acedido em <http://observador.pt/2015/02/04/como-copiar-o-estilo-de-varoufakis-o-ministro-informal/>.
- Ferreira, H. (2014). Ver não custa, o que custa é saber ver – A crítica social e política na comunicação visual do Teatro de Revista à Portuguesa no Parque Mayer (1926-2011) – uma análise sócio-semiótica visual. Lisboa: Chiado Editora.
- Ferreira, H., Mota-Ribeiro, S. (2014). “Tirem tudo ao alfacinha, mas não lhe tirem a Revista”: a crítica social e política na comunicação visual da Revista à Portuguesa – uma análise socio-semiótica. Comunicação apresentada no *Congresso Mundial de Comunicação Ibero-americana*, Braga.
- Figueira, R. (2015). Dos protocolos aos corações, Varoufakis quebra tudo. Euronews, acedido em <http://pt.euronews.com/2015/02/03/dos-protocolos-aos-coraces-varoufakis-quebra-tudo/>.
- Foucault, M. (1982). The subject and power. *Critical Inquiry*, 8(4), 777-795.
- Fox, I. (2015). Greek finance minister Yanis Varoufakis goes casual at number 10. *The Guardian*, acedido em <http://www.theguardian.com/fashion/fashion-blog/2015/feb/02/greek-finance-minister-yanis-varoufakis-on-how-not-to-dress-for-a-meeting>.

- Freire, A & Moury, C. (2014). O apoio dos «cidadãos» e das «elites» à UE, antes e depois da crise financeira: Os países periféricos da Europa do Sul (Grécia, Portugal e Espanha) numa perspetiva comparada. *Relações Internacionais*, 41, 97-122.
- Gayol, V. (2014) La opaca transparencia. Entre verdad y representación en la imagen fotoperiodística documental. *Relaciones*, 140, 109-126.
- Georgakas, D. (2015). Greece, austerity & Europe's future. "Surrender or Eurozone Exit. Acedido em <http://www.europe-solidaire.org/spip.php?article35800>.
- Gonçalves, V. (2005). *Nos bastidores do jogo político: o poder dos assessores*. Coimbra: Minerva Coimbra.
- Halliday, M. A. K. (1985). *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold
- Jonckheer, P & Simon, K. (2015). For a Europe that unites, rather than divides people. *Green European Journal, Stress Tests The European Project Under Pressure*, Belgium: The Green European Foundation, 5-9.
- Keller, S. & Sanz, M.G. (2015). Europe's survival depends on solidarity. *Green European Journal, Stress Tests The European Project Under Pressure*, Belgium: The Green European Foundation, 61-66.
- Kossoy, B. (2000) *Realidades e ficções na trama fotográfica*. São Paulo: Ateliê Editorial
- Krajewska, A. (2014). Fiscal policy in the EU Countries most affected by the crisis: Greece, Ireland, Portugal and Spain. *Comparative Economic Research*, 17(3), 5-27.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. London: Routledge.
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: the grammar of visual design* (2ª ed.). London: Routledge.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.
- Margaronis, M. (2015). Greece stands up. *The Nation*, 23/30, 13-16.
- Marlière, P. (2013). The demophobes and the great fear of populism. *Open Democracy*. Acedido em <http://www.opendemocracy.net>.
- Minguez, N., & Villafañe, J. (2006). *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid: Pirámide.

- Mitchell, W. (2005). *What do pictures want?: The lives and loves of images*, Chicago: University of Chicago Press.
- Mota-Ribeiro, S. (2011). *Do outro lado do espelho: Imagens e discursos de género nos anúncios das revistas femininas – Uma abordagem socio-semiótica visual feminista*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Acedido em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/12384>.
- Mota-Ribeiro, S. & Pinto-Coelho, Z. (2011). Para além da superfície visual: os anúncios publicitários vistos à luz da semiótica social - Representações e discursos da heterossexualidade e de género. *Revista Comunicação e Sociedade: Publicidade - Discursos e Práticas*, 19, 227-256.
- Mota-Ribeiro, S. & Pinto-Coelho, Z. (2008). A genderização da sexualidade feminina nas imagens publicitárias de revistas para mulheres. In M. Martins & M. Pinto (Eds.), *Actas do V Congresso da SOPCOM*. ISBN: 978-989-95500-1-8.
- Pinto-Coelho, Z. & Mota-Ribeiro, S. (2012). O reino do casal heterossexual na publicidade: uma análise sociosemiótica das estratégias visuais e das inscrições discursivas. *Revista Comunicação e Sociedade*, 21, 205-214.
- Pinto-Coelho, Z. & Mota-Ribeiro, S. (2007). Imagens publicitárias, sintaxe visual e representações da heterossexualidade. *Revista Internacional de Xornalismo Social = Social Journalism International Review*, 1, 79-94. Acedido em http://dialnet.unirioja.es/servlet/listaarticulos?tipo_busqueda=EJEMPLAR&revista_busqueda=11583&clave_busqueda=183863
- Rehman, S. (2015). The future of the European Union. *Global Economy Journal*, 15(2), 213-230.
- Rogoff, I. (2000). *Terra infirma: Geography's visual culture*. London: Routledge.
- s.a. (2015, 7 de Julho). Perfil: El estilo Varoufakis que no gustó a Europa. *La Nueva España*. Acedido em <http://www.lne.es/internacional/2015/07/06/estilo-varoufakis-gusto-europa/1782595.html>.
- s.a. (2015, 6 de Julho). Sete factos que fizeram de Yanis Varoufakis um político lendário. *Euronews*. Acedido em <http://pt.euronews.com/2015/07/06/sete-factos-que-fizeram-de-yanis-varoufakis-um-politico-lendario/>.
- s.a. (2015, 3 de Maio). Yanis Varoufakis's father talks about his son. *The Toc*. Acedido em <http://www.thetoc.gr/eng/people/article/yanis-varoufakis-father-talks-about-his-son>.
- s.a. (2015, 19 de Fevereiro). El estilo Varufakis o cómo ser estupendo en un partido de extrema izquierda. *ABC*. acedido em <http://www.abc.es/estilo/gente/20150209/abci-varufakis-extrema-derecha-201502062133.html>.

- s.a. (2015, 19 de Fevereiro). O cachecol de Varoufakis é muito mais velho do que crise europeia. *Público*. Acedido em <http://www.publico.pt/mundo/noticia/o-cachecol-do-de-varoufakis-tem-12-anos-e-foi-oferecido-pela-mulher-1685995>.
- s.a (2015, 3 de Fevereiro). The revolutionary dress sense of Yanis Varoufakis. *The Telegraph*. Acedido em <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/greece/11384955/The-revolutionary-dress-sense-of-Yanis-Varoufakis.html>.
- Sanbonmatsu, K. (2002). Gender stereotypes and vote choice. *American Journal of Political Science*, 46, 20–34.
- Sevilla, J.R. (2006). Los «metrosexuales» y «übersexuales» como artefactos publicitarios. *Comunicar*, 27, 19-27.
- Silva, F.F. (2014). Líderes políticos e comportamento eleitoral: rumo a uma personalização da política?. *Análise Social*, 211, XLIX (2.º), 469-482.
- Sontag, S. (1986). *Ensaios sobre fotografia*. Lisboa: Publicações D. Quixote.
- Stavrakakisa, Y. & Katsambekis, G. (2014) Left-wing Populism in the European Periphery: The case of SYRIZA. *Journal of Political Ideologies*, 19(2), 119-142.
- Świeboda, P. (2015). What will populism do to Europe?. *Social Europe Journal*, 8(2), 11-13.
- Teperoglou, E. & Tsatsanis, E. (2014). Dealignment, De-legitimation and the implosion of the two-party system in Greece: The earthquake election of 6 May 2012. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 24(2), 222–242.
- Tomaselli, G.K. (2011). Photojournalism, media freedom and Democracy. *Critical Arts*, 25 (2), 304-308.
- Vallenilla, R. (2010). La Revancha ubersexual. *Debates IESA*, Vol. XV, N. 3, 58-61.
- Varoufakis, Y. (2015). Mrs. Thatcher's Lesson. *CCPA Monitor*, Vol. 21, N.9, p.18.
- Vasilopoulou, S., Halikiopoulou, D. e Exadaktylos, T. (2014). Greece in Crisis: Austerity, Populism and the Politics of Blame. *Journal of Common Market Studies*, Vol. 52, N.2, 388-402.
- Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la Imagen*. Madrid: Pirámide.
- Zizek, S. (2015). The chance for Europe to awaken. *New Statesman*, p. 19.