

Irenides Teixeira

**O Jornal do Tocantins de 1988 a 1991: o texto, o contexto e a
imagem fotojornalística na formação do Estado do Tocantins**

Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero
Mestrado em Comunicação e Mercado
São Paulo - SP / 2003

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Irenides Teixeira

**O Jornal do Tocantins de 1988 a 1991: o texto, o contexto e a
imagem fotojornalística na formação do Estado do Tocantins**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação e Mercado da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre, sob a orientação do Prof. Dr. Ivan Santo Barbosa.

Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero

São Paulo - SP / 2003

ADVERTÊNCIA AO LEITOR

Este trabalho, em sua proposta inicial, deveria obedecer às configurações estabelecidas pela ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). No entanto, no decorrer da elaboração do texto mudanças foram feitas na padronização e na escolha do papel, a fim de facilitar a leitura. Inicialmente, faz-se a escolha pela fonte *Bookman Old Style*, já que a mesma possui um espaçamento maior entre as letras. E o tamanho 10 se dá pela aproximação da fonte *Times New Roman* no tamanho 12. Justifica-se também a escolha do papel *color plus* 100g na cor *baunilha*, porque esse possibilita uma associação direta com o papel usado pelo jornal pesquisado. Acredita-se, que sob qualquer aspecto de mudança de estrutura textual e visual, tais mudanças não irão comprometer o caráter científico dessa pesquisa. Com o respaldo do Professor Orientador Dr. Ivan Santo Barbosa, essas medidas foram tomadas apenas para deixar o leitor mais a vontade.

Irenides Teixeira

***À minha mãe
e ao meu pai.***

AGRADECIMENTOS

A Deus, por chegar até aqui.

A minha **mãe**, que com sua pouca idade me fez entender que tudo o que fazemos com responsabilidade e amor será reconhecido; que me mostrou a liberdade, mas ensinou que limites são necessários; que sonha com um mundo melhor e que muito contribuiu para minha vontade de lutar e vencer.

Ao meu **pai**, que com carinho me conduziu pelo caminho do bem e da honestidade; que me ensinou a ser simples e me ajudou a ter coragem; que sempre teve medo das minhas escolhas súbitas. Mas confia, sempre.

Ao meu irmão **Clisio**, que fez questão de acompanhar meus primeiros passos em São Paulo, mesmo sabendo que logo iria retornar. Esse gesto não me faz esquecer de sua generosidade. Obrigada.

A minha irmã **Darlene**, a caçula a quem ajudei a dar os primeiros passos; que sempre esteve presente em momentos memoráveis, seja nas conquistas, nas diversões, nas dificuldades, no trabalho. E que ainda continua a dividir comigo muitos sonhos.

Ao meu irmão **Paulinho**, um presente de Deus, que trouxe alegria e sorte para a nossa família; que trouxe luz a uns, mas que insiste em viver na escuridão. Mesmo assim, não deixa de ser meu amado irmão.

Ao amigo **Padre Alano**, que com sua bondade me ensinou que “ter” não é o mais importante. O importante é “ser”. E que para “sermos” precisamos ser dignos de “fê”; que através dos seus atos me mostrou que a sabedoria está em nossas escolhas;

A amiga **Karylleila**, que nesses 20 e poucos anos de amizade tivemos a escolha de sermos cada vez mais nós mesmas. Estórias à parte, jogos perdidos, vitórias alcançadas, audiências conquistadas. E a vida vem sendo encenada pela nossa crença em sermos melhores. E os nossos sonhos? Objetivos. O Sucesso? Uma consequência.

Ao amigo **Ricardo**, que pensou um dia ser príncipe para sempre, mas que precisou deixar o Paraíso e descobriu que o mundo poderia ser bem mais que um “Paraíso”. E se aventurou por aí, Engenharia, Agronomia, Contábeis, Economia. E acabou sendo “o mestre” e, que entre um bandeirão e outro, me mostrou a Unicamp.

A amiga **Parcilene**, que tinha planos e que entrou no seu “mundo” para criar “uma linguagem para suportar outra linguagem...” que na “TPD” oscila entre silêncio absoluto e xingamentos absurdos, que entre um bolo de neve, um pão de leite e um café médio doce descobriu emocionada que “homem não chora nem por dor nem por amor.”

Ao amigo **Fabiano**, pela seleção “restrita” de mp3 que embalou as tardes e as noites sombrias, nos momentos mais críticos da minha falta de inspiração; que formatou sem dó nem piedade o “começo”. E no “meio” se perdeu, mas logo entendeu que chegar ao “fim” era impossível. Assim, foi se encontrar em um “Porto Seguro”.

A amiga **Darlene**, a lindinha superpoderosa, que quis, numa noite de lua cheia, mostrar seu poder de bruxinha e percebeu que não era o “fogo”, mas “o quinto elemento”, e acredita que é melhor o “homem” do que a “voz”.

À **Vilma, Renata e Junior**, pela acolhida em São Paulo, e pela confiança. Pelos momentos que passamos juntos, obrigada.

Aos professores que contribuíram para a minha formação, em especial o Prof. **Ivan Santo Barbosa**, meu orientador. Obrigada pela experiência compartilhada. Agradeço ainda ao Prof. José Coelho Sobrinho e o Prof. Calazans por confiar. Obrigada pelas sugestões durante a qualificação, muito me foram oportunas.

Ao **Fernando**, por dividir “sexta-feira” comigo.

Aos meus **alunos**, que proporcionaram momentos únicos durante a minha caminhada em busca do conhecimento. A sensação de dever não cumprido me fez buscar novos rumos. A aprendizagem continua sendo recíproca.

À **Arurielly e ao Lailton**, alunos, amigos, generosos. Obrigada por confiar e aceitar tão pouco como sendo muito.

A **Paula, D. Carmem e ao Prof. Hugo** pela confiança.

Ao fotógrafo **Henri Cartier Bresson**, que através de suas imagens me fez entender que “olhar” implica em reflexão e que “não importam as respostas, só as perguntas. Devemos questionar tudo e sempre.”

“Uma vez que a imagem processada tecnicamente se impõe como entidade “objetiva” e “transparente”, ela parece dispensar o receptor do esforço da decodificação e do deciframento, fazendo passar por “natural” e “universal”, o que não passa de uma construção particular e convencional. É exatamente nesse ponto que as mídias mecânicas e eletrônicas do nosso tempo se tornam o terreno privilegiado das formações ideológicas: o fetiche de sua “objetividade”, no qual se acham mergulhadas massas inteiras de espectadores, é a máscara formal que oculta a intenção formadora que está na base de toda significação.”

Arlindo Machado em *A ilusão especular*.

Banca Examinadora

1° miembro

2° miembro

Prof. Orientador

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1 - O ESTADO DO TOCANTINS.....	19
1.1 O Estado do Tocantins e os fundamentos de sua existência	19
1.2 Aspectos geopolítico-econômico-culturais do Estado.....	23
1.3 A mídia impressa a partir do século XVIII e os principais jornais que divulgaram o Estado do Tocantins e sua história.....	26
CAPÍTULO 2 - A ORGANIZAÇÃO JAIME CÂMARA – OJC E O JORNAL DO TOCANTINS - JTO.....	28
2.1 Histórico da Organização Jaime Câmara	28
2.2 A atuação da OJC na mídia impressa	29
2.3 A criação e a implantação do Jornal do Tocantins - JTO	30
2.3.1 Aspectos gerais da linguagem do JTO.....	32
2.3.2 Os cadernos integrantes do JTO	33
2.3.3 Distribuição e divulgação do JTO.....	34
2.3.4 O Jornal do Tocantins no contexto editorial brasileiro.....	35
CAPÍTULO 3 - IMAGEM E SIGNIFICAÇÃO.....	38
3.1 Semiologia e Semiótica - Ciências da Significação	39
3.2 A intencionalidade na comunicação.....	41
3.3 Categorias comunicacionais	42
3.4 Imagem, texto e intertextualidade.....	46
3.5 A forma significante e o conteúdo semântico na narrativa fotográfica como produção de significações.....	48

CAPÍTULO 4 - DA DIACRONIA DO FOTOJORNALISMO À SUA LEITURA NO JTO	51
4.1 Por uma diacronia fotojornalística	51
4.2 A linguagem fotográfica na mídia impressa – O fotojornalismo	54
4.3 Do processo de produção à emissão / veiculação	55
4.3.1 Os componentes visuais da fotografia	57
4.3.2 A imagem fotográfica como texto visual	61
4.3.3 A inter-relação do texto visual com o texto verbal (legenda).....	62
4.3.4 Da atuação do fotojornalista à edição e a manipulação visual.....	69
4.4 O processo de leitura	74
4.4.1 Leitura das denotações às conotações para uma decodificação visual.....	77
4.4.2 Da análise da imagem às suas inter-relações e o contexto no JTO	81
4.5 A leitura da imagem fotojornalística	82
CAPÍTULO 5 – IDEOLOGIAS	85
5.1 Diacronia dos aspectos ideológicos da imagem impressa	85
5.2 Dos Aparelhos de Estado aos Aparelhos Ideológicos de Estado em sua prática fotográfica como difusora / manipuladora da Ideologia	87
5.3 Barthes e a constituição da linguagem do mito	92
5.4 A mensagem fotográfica e a produção/criação/reprodução de mitos no jornal impresso	94
5.4.1 manifestações ideológicas e a produção de mitos no Jornal do Tocantins	95
CONSIDERAÇÕES FINAIS	102
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106
ANEXOS	113

RESUMO

A mídia impressa teve um papel importante para a criação do Estado do Tocantins, antigo norte de Goiás, que foi promulgada no ano de 1988. A Organização Jaime Câmara, através do Jornal do Tocantins, propaga a edificação desse Estado desde 1979. A partir de então, esse estudo tem como objetivo conhecer e compreender como se dá a produção de significação no Jornal do Tocantins, especialmente entre os anos de 1988 a 1991, época da criação e promulgação do Estado. Através dessa análise, pretende-se verificar quais os principais conceitos/ideologia que foram difundidos pelo Jornal nesse período.

Assim, faz-se necessário identificar o papel do discurso jornalístico em particular no aspecto da imagem (fotojornalística) no Jornal do Tocantins, seja ele de informação, ilustração ou até mesmo de divulgação de ideologias; reconhecer-lhe o caráter retórico na estruturação das mensagens difundidas por intermédio da imagem visual e do texto (legenda), seus valores, sua ênfase e seus ocultamentos. Procura-se ainda, perceber a relação de intertextualidade e a refração de sentidos entre a produção jornalística e sua contextualização sócio-política no tempo e espaço aí circunscrito. E, assim, verificar prováveis co-relações entre tal veículo e a identidade que se buscava instituir.

Palavras-chave: Tocantins, significação, ideologia, mídia impressa e discurso fotojornalístico.

ABSTRACT

Printed Media played an important role in the creation of the State of Tocantins, proclaimed in 1988, previously known as the north of Goiás. The organization 'Jaime Câmara' has however, through the newspaper 'Jornal do Tocantins' propagated the building of this state ever since 1979. A study since that period has the objectivity of trying to know and comprehend how one produces with significance. Especially during those specific years between 1988 and 1991, which was a period of creation and proclamation of the state. Through this analysis we intend to establish which prime concept/ideology was diffused as such, by the newspaper during this specific period.

As such, it becomes necessary to identify the role which journalistic "speech" and in particular the image aspect (Photojournalism) in the 'Jornal do Tocantins' plays, be it informational or illustrative or even to publicize ideologies; to recognize messages with rhetorical character even when diffused by ways of images and text (inscription), its values emphasis and concealments. Further, one seeks to understand the inter-relation and distortions of meaning between journalism and its socio-economical contextualization within this limited time. And in so doing, we hope to establish a probable co-relationship between such medium and the identity it originally hoped to institute.

Key words: Tocantins, significance, ideology, printed media and photojournalistic speech.

ÍNDICE DAS FIGURAS

Figura 1 -	Mapa político do Brasil	22
Figura 2 -	Mapa rodoviário do Estado Tocantins	23
Figura 3 -	Mapa turístico cultural do Estado do Tocantins	25
Figura 4 -	Exemplar nº 186 do JTO, primeiro exemplar, veiculado na semana do dia 15 a 22/11/1988, após a promulgação do Estado.	31
Figura 5 -	Exemplar nº 2.769 do JTO, veiculado no dia 04/03/2003	32
Figura 6 -	Capa do caderno 2 do JTO veiculado na semana do dia 02 a 08/01/1990.	64
Figura 7 -	Exemplar nº 190 do JTO veiculado na semana do dia 13 a 20/12/1988.	65
Figura 8 -	Exemplar nº 193 do JTO veiculado na semana do dia 03 a 10/01/1989.	66
Figura 9 -	Exemplar nº 213 do JTO veiculado na semana do dia 23 a 29/05/1989.	67
Figura 10 -	Exemplar nº 307 do JTO veiculado na semana do dia 19 a 25/03/1991.	68
Figura 11 -	Zonas de preferência páginas pares.....	73
Figura 12 -	Zonas de preferência páginas ímpares.....	73
Figura 13 -	Visualização das zonas de preferências de página dupla	74
Figura 14 -	Processos de construção de realidades	76
Figura 15 -	Processo que configura a expressão fotográfica	81
Figura 16 -	A imagem fotográfica como documento/representação.....	83
Figura 17 -	Variáveis de análise do ponto de vista do leitor da imagem	84
Figura 18 -	Exemplar nº 187 do JTO veiculado na semana do dia 22 a 29/11/1988	98

INTRODUÇÃO

Qualquer prática de comunicação pode ser considerada uma prática ideológica, na qual propagam-se significações que podem atuar por seu intermédio, formando, através da linguagem jornalística, uma forma representativa que busca entender os fatos, atribuindo-lhes determinados significados.

Diante dessa preocupação a pesquisa em comunicação social de um modo geral, deve contemplar assim diversas leituras das práticas comunicacionais. No caso específico deste estudo, busca-se examinar a compreensão e a contribuição da linguagem fotográfica em inter-relação com o texto verbal e a intertextualidade histórico-social do Tocantins, na produção de significação no Jornal do Tocantins nos anos de 1988 a 1991. E aqui alertamos para a primeira¹.

Partiu-se do princípio de que “o processo de leitura da fotografia se dá pela percepção, identificação e interpretação” (Barthes, 1962). Através desse processo, a existência da fotografia no jornal impresso, segundo as colocações de Althusser (1996), é considerada como aparelho reprodutor de ideologias. Nesse caso, há uma inter-relação da mensagem fotográfica com o texto verbal, o que reforça essa idéia. Dessa forma, o problema alvo deste trabalho reside na verificação de como se dá a produção de significação no Jornal

¹ delimitação do campo semântico coberto por “significação” opondo-se a “sentido”, isto é, reservando esse último termo para aquilo que anterior à produção semiótica: definir-se-á, assim, a significação como sentido articulado. Significação é também utilizado como sinônimo de semiose (ou o ato de significar) e se interpreta, então, quer como reunião do significante com o significado (constitutiva do signo), quer como relação de pressuposição recíproca que define o signo constituído. Todos esses empregos já são dotados de rótulos semânticos particularizantes, por isso, reservamos o termo significação para aquilo que nos parece essencial, ou seja, para a “diferença” – para a apreensão e produção dos desvios – que define, segundo Saussure, a própria natureza da linguagem. (Greimas, 1980)

do Tocantins nos anos de 1988 a 1991, através da inter-relação da mensagem fotográfica e o texto produzido.

A importância de se estudar o Jornal do Tocantins nesse período decorre por ser a época de implantação do Estado (Tocantins) e da sua capital (Palmas). Tem-se também a intenção de analisar o caráter documental e ideológico do processo de produção de significação da Organização Jaime Câmara, através da linguagem do Jornal do Tocantins. Isso porque o mesmo tem contribuído de forma a entender a formação histórica, política, sócio-cultural do Estado.

Quando nos referimos ao papel da fotografia², em nossa sociedade, é importante não abordar somente a foto propriamente dita e os fotógrafos que atuam nesse processo, mas também o uso social da imagem, enquanto mensagem, e a leitura que fazemos da mesma. Contudo, é importante ressaltar que, nesse trabalho, estudou-se não apenas o aspecto ideológico da imagem fotográfica, mas também a produção textual (o título, as legendas, as críticas), que pode ser vista como manifestação ideológica.

Desde a sua implantação, a importância do fotojornalismo se reconhece pela realidade por ele representada no meio impresso, assim como pela sua repercussão causada junto ao receptor. Ele transmite visões de mundo representativas da época, permitindo então uma leitura do passado, que é melhor compreendido através da fotografia de imprensa que o registrou e o construiu.

Na linguagem verbal e na visual a produção do Jornal do Tocantins, a grosso modo, trabalha com as temáticas que valorizam a construção positiva da imagem de quem detém o poder no Estado, nesse caso o governador³. Inserções diárias na mídia impressa e eletrônica noticiam os acontecimentos do governo. Essa superexposição tende a manter quem está no poder. Ainda que o Jornal do Tocantins tenha sofrido algumas alterações, esse estudo procura verificar se esse veículo continua na essência com a mesma política editorial.

² A fotografia jornalística é uma mensagem e, como tal, é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor. A fonte emissora é a redação do jornal, o meio receptor é o público que lê o próprio jornal. E o canal de transmissão é próprio jornal; os complementos que circundam a fotografia são o texto, o título, a legenda, a diagramação e, de maneira mais abstrata o nome do próprio jornal. (Barthes, 1982)

³ Nesse período estudado, este é configurado na figura do Sr. José Wilson Siqueira Campos

A imagem divulgada pela imprensa local até os dias de hoje, em específico o Jornal do Tocantins, transforma o governador na imagem do homem-mito. Além da presença diária nos meios de comunicação, o governo se faz presente em materiais didáticos. Cartilhas, agendas e livros, que retratam a história política e pessoal do primeiro governador do Estado do Tocantins. A produção desse material é custeada pelo governo, e a distribuição acontece de forma gratuita em escolas, órgãos públicos e privados, creches etc.

A pesquisa trabalha sobre a hipótese de que existe uma inter-relação entre a linguagem fotográfica e o texto na produção de significação no jornal. Aqui se faz necessário esclarecer que além da inter-relação que se aplica a qualquer jornal, nesse trabalho o diferencial é que, no Jornal do Tocantins, percebe-se uma parcialidade dos fatos produzidos de acordo com a intenção dos responsáveis pela produção do jornal. Há uma inserção excessiva do governo como principal “fonte” de matérias jornalísticas, o que invalida a premissa de que a mídia impressa deva ser imparcial, tendo responsabilidades éticas para com a sociedade. Ainda assim, outro fator de pretensa análise é que o governo é o maior produtor e consumidor desse produto.

Esse estudo tem como objetivo conhecer e compreender que a produção de significação no Jornal do Tocantins nos anos de 1988 a 1991 foi realizada através da inter-relação da mensagem fotográfica com o texto (legenda) produzido, exatamente da época da criação e implantação do Estado do Tocantins. Assim, pretende-se verificar, no decorrer do trabalho, quais os principais conceitos/ideologia que foram difundidos pela imprensa naquela época.

Propõe-se ainda analisar e descrever, sob a abordagem teórico-metodológica dos autores Barthes (1980), Bakhtin (1999), Vilches (1984, 1987), Althusser (1996) entre outros; identificar o papel da fotografia jornalística no Jornal do Tocantins seja ela de informação, ilustração, e até mesmo de veículo difusor de ideologias; reconhecer o caráter ideológico da mensagem difundida por meio da imagem e texto, seus valores, sua ênfase e seus ocultamentos. Além disso, possibilita perceber a relação de intertextualidade e a refração de sentidos entre a produção jornalística e sua contextualização sócio-política nesse tempo e espaço.

A relevância desse estudo para a comunidade acadêmica é fomentar o reconhecimento do papel do jornal impresso no desenvolvimento do Tocantins, enquanto documento histórico-social. A pesquisa poderá contribuir para suprir a falta de material de cunho

científico concernente à linguagem verbo-visual, referente à história do Estado. Isso porque um dos objetivos é analisar e descrever esse material para dispor à comunidade.

Sendo o estudo de caráter aplicativo, os resultados obtidos poderão contribuir com pesquisas voltadas à análise e à descrição da linguagem jornalística no período de 1988 a 1991, bem como disponibilizar à comunidade uma leitura semiológica e semiótica do Jornal do Tocantins nesse período.

Em relação aos processos de estudo, sendo a pesquisa de ordem “estrutural histórico-crítica”, deverá avaliada a estrutura do sistema montado como um todo, bem como a contextualização histórica do objeto em estudo de forma crítica. Para fins de análise, foram trabalhados dados primários, colhidos em primeira mão, no CEDOC – OJC / GO (Centro de Documentação da Organização Jaime Câmara / Goiás). O *corpus* compreendeu um total de 113 jornais, que foram publicados e veiculados nos anos de 1988 a 1991.

Os métodos de análise levaram a uma construção de modelo no qual se pretende fazer uma leitura do processo de significação no Jornal do Tocantins, produzido nos anos de 1988 a 1991. Isso possibilitará uma possível reconstituição de conteúdo ideológico da realidade daquela época. É importante ressaltar que a criação e implantação do Estado do Tocantins ocorrem nesses anos.

Esse trabalho foi desenvolvido em cinco capítulos. Inicialmente, são abordados os fundamentos da criação e promulgação do Estado do Tocantins, bem como seus aspectos geopolíticos, econômicos e culturais. E é abordada ainda a atuação da mídia impressa na região.

O segundo capítulo é uma complementação à contextualização histórica em que se desenvolve a pesquisa. Há um histórico da Organização Jaime Câmara, sua atuação e desenvolvimento e a criação e implementação do Jornal do Tocantins. Ainda nesse capítulo são abordadas a descrição, a linguagem, a distribuição e divulgação do Jornal do Tocantins.

No capítulo seguinte, é apresentada uma abordagem das principais pesquisas que se tornaram referências para o desenvolvimento desse estudo. Abordagens semiológicas e semióticas, a intencionalidade da comunicação, leitura e intertextualidade são algumas

discussões teóricas desenvolvidas nesse capítulo. Tendo como base os estudos de autores como Barthes, Vilches, Bakhtin, Greimas, Dubois, Chaparro entre outros.

No quarto capítulo, são apresentados o histórico e evolução do fotojornalismo, a linguagem fotográfica na mídia impressa e seus componentes visuais, a atuação do fotojornalista e a manipulação visual no processo de produção, emissão e recepção da linguagem jornalística. De acordo com essas abordagens é que se torna possível identificar o processo produtivo de significação no objeto de estudo.

No último capítulo, são apresentadas abordagens dos aspectos ideológicos no jornal impresso. Os Aparelhos Ideológicos de Estado e os mecanismos que serviram como base para a manutenção e a reprodução de condições materiais, ideológicas e políticas.

CAPÍTULO 1 - O ESTADO DO TOCANTINS

1.1 O Estado do Tocantins e os fundamentos de sua existência

O Estado do Tocantins foi criado pelo Artigo 13 do Ato das Disposições Transitórias da Constituição da República Federativa do Brasil, promulgada em 5 de outubro de 1988, mediante o desmembramento de uma área de 277.321 km², antes pertencente ao Estado de Goiás. Foi instalado pelo primeiro Governador, José Wilson Siqueira Campos, em 1º de janeiro de 1989, na cidade de Miracema do Tocantins, escolhida como capital provisória do novo Estado.

A palavra *Tocantins*, na acepção de Eugênio de Castro (Geografia Lingüística e Cultura Brasileira) significa “nariz de tucano”, e era o nome de uma tribo indígena com nariz comprido que habitava a região. Para o tocantinense Lysias Augusto Rodrigues (*Rio dos Tocantins*), o vocábulo *Tocantins* foi aplicado por viver nas margens desse rio os índios tocantins, daí a ser conhecido como Rio Tocantins. (Silva, 1996)

A autonomia era um desejo antigo do então norte de Goiás. Segundo Paternostro (1945), a primeira tentativa de colonização do Tocantins aconteceu na metade do século XVII, quando o Padre Antônio Vieira, da Companhia de Jesus, lidera as Missões Jesuítas nos aldeamentos de Cametá (PA), de Santa Teresa (MA), de São João da Palmas (Paraná) e de Duro (Dianópolis) na região do atual Estado do Tocantins.

De acordo com Paternostro (1945), o plano colonizador de Vieira foi frustrado. A rivalidade entre o Governo de Portugal e a Companhia de Jesus interrompeu o sonho do grande Jesuíta. Pela primeira vez na história do Brasil, repercutiu no antigo Norte de Goiás o drama das lutas políticas e religiosas da Europa.

Ao criar a Companhia de Comércio do Grão-Pará e Maranhão, o marquês de Pombal reconhecia a posição estratégica do Tocantins: “É o mais seguro caminho para levar a civilização e o progresso ao interior da colônia”. (Paternostro, 1945).

O desbravamento para ocupar os barrancos do Baixo Tocantins passou a atrair gente de toda a parte, principalmente do Nordeste brasileiro. Começava, então um ciclo de intenso desenvolvimento na região do Vale do Tocantins que passou a gerar riquezas para o reino em troca da mão-de-obra escrava africana e produtos do reino (ferramentas, tecidos, entre outros). Com a queda de Pombal, extinguiu-se a Companhia de Comércio Pará-Maranhão.

Em setembro de 1821, o desembargador Joaquim Teotônio Segurado proclamava o governo autônomo do Tocantins. Nomeado desembargador em 1809 por D. João VI, depois de prover a prosperidade da Região incentivando o transporte mercantil pelo rio Tocantins até o mercado de Belém, revolta-se contra a pesada carga de impostos cobrados da Região sem que nela nada se investisse.

Diante disso, liderada a rebelião dos separatistas, Teotônio Segurado instala o seu governo provisório inicialmente em Cavalcante, transferindo depois para São João da Palma (hoje Paranã) e para Natividade. Mas o movimento separatista se esvazia com a Independência do País. Assim, seu governo tem pouca duração, mas que serviu para espalhar o sentimento separatista entre a população.

Nesse momento da história, o tumulto nas minas era generalizado: paulistas e portugueses de um lado, e as capitanias do Maranhão e do Grão-Pará do outro, disputavam a posse das lavras. As dificuldades de acesso e penetração ao norte levaram, entretanto, a uma enorme concentração ao sul, que atingia, no máximo, até à altura do Médio Tocantins. O rarefeito povoamento, ao norte do Estado, foi alcançado com o crescimento das atividades econômicas regionais, enquanto a mineração diminuía de importância no sudeste.

O marco separatista, cujas primeiras manifestações se fizeram sentir pelas reações às cobranças de pesados tributos da mineração, aconteceu, efetivamente, em 18 de março de 1809. Assim, por alvará da Coroa, o norte foi desmembrado da Ouvidoria sediada em Vila Boa, constituindo-se em Comarca com sede em São João das Duas Barras. O isolamento levou o norte a desligar-se gradativamente do sul, firmando vínculos comerciais com o Maranhão e Pará.

De acordo com a historiadora Cavalcante (1999), na primeira metade do século XX, tornaram-se mais evidentes algumas manifestações separatistas isoladas, por intermédio do jornalista Abílio Nunes da Silva; do prefeito de Natividade, Otton Maranhão; do Secretário da Prefeitura de Pedro Afonso, Teixeira de Freitas; e de Lysias Augusto Rodrigues – concentradas em Porto Nacional e Pedro Afonso.

Em 1956, o juiz de direito da comarca de Porto Nacional elaborou e divulgou um Manifesto à Nação, assinado por numerosos nortenses, deflagrando um movimento nessa comarca, revigorando a idéia da criação de um novo Estado, com a divisão de Goiás. O movimento repercutiu na Assembléia Legislativa de Goiás, onde foi apresentado um projeto de criação do Estado do Tocantins, através da Emenda número 1 do Ato Constitucional.

Na década de 1980, o plano ganhou força e, em forma de projeto de Lei do deputado federal José Wilson Siqueira Campos, foi por duas vezes aprovado pelo Congresso Nacional (1985), e nas duas ocasiões vetado pelo presidente da República, José Sarney, que alegou ser a medida onerosa e desprovida de interesse público. Por decisão soberana da Assembléia Nacional Constituinte, instalada em fevereiro de 1987, incluiu-se na nova Carta, promulgada em outubro de 1988, a criação do novo Estado de Tocantins (Cavalcante, 1999).

A escolha da capital do mais novo Estado foi marcada por controvérsias políticas. Araguaína, Gurupi e Porto Nacional estavam entre as prováveis possibilidades de se tornar a capital. Mas, Miracema do Norte, devido a sua posição geográfica, foi escolhida pelo então presidente da República José Sarney como capital provisória, enquanto se discutia onde ficaria a capital definitiva.

Em julho de 1989, a Assembléia Legislativa do Estado aprovou projeto de lei do Executivo que criava a cidade de Palmas, a ser construída no centro geográfico do Estado, para ser a capital definitiva do Tocantins. Palmas começou a ser construída no dia 20 de maio de

1989, e em 1º de janeiro de 1990 tornou-se capital do Estado, conforme figura 1 . Nos últimos cinco anos, Palmas exibiu uma taxa de crescimento médio de 28.7%, enquanto o País cresceu a taxas de 3%. Sendo a última cidade planejada no País no século XX, Palmas já abriga cerca de 150 mil habitantes⁴.



Figura 1 - Mapa político do Brasil⁵

O crescimento do Tocantins, não se restringe somente à capital. Nas cidades-pólo de Gurupi, Porto Nacional e Araguaína registraram-se também índices de crescimento socioeconômico. Centenas de pequenos, médios e micro empresários foram atraídos de várias regiões do País e até do exterior para atender à demanda crescente de bens de consumo e serviços gerada por milhares de famílias que vieram para o mais novo Estado da Federação.

⁴ História do Tocantins, *apud* homepage do Guia do Tocantins, 2003

⁵ disponível em <http://www.guianet.com.br/guiacidades/>, acesso em 03/03/2003

1.2 Aspectos geopolítico-econômico-culturais do Estado

Decorridos quatorze anos de sua criação, o Tocantins, com seus 129 municípios, já ocupa lugar de destaque na economia da região Norte. Localizado estrategicamente no centro do território brasileiro, o Tocantins é a passagem de ligação entre o sul e o norte do país. Geograficamente, o Estado faz parte da região Norte do Brasil e da Amazônia Legal, limitando-se com os estados do Pará, Maranhão, Piauí, Bahia, Goiás e Mato Grosso.



Figura 2 - Mapa rodoviário do Estado Tocantins ⁶

⁶ disponível em <http://www.guianet.com.br/to/mapato.htm>, acesso em 03/03/2003

O principal setor econômico do Tocantins é a agropecuária, que responde por 40% de seu PIB, estimado em R\$ 1,940 bilhão (dados da Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente do Estado do Tocantins, SEPLAN)⁷. Entre tais atividades, a pecuária bovina de corte é a mais importante, enquanto que entre os produtos agrícolas destacam-se o arroz, a soja, o milho e o feijão. A produtividade agrícola é uma das mais altas do país, sendo a quinta maior produção de arroz em casca do país, representando 4% da participação nacional, e a maior produção de soja da Região Norte. A fruticultura também vem obtendo bons resultados no Estado, com destaque para o abacaxi, que é cultivado numa área de 2,5 mil *ha*, com produção de 50 milhões de frutos. (Furtado & Bonacelli, 2002)

Além do vasto potencial que caracteriza a produção agrícola, não pode ser desprezada a abundância dos recursos minerais existentes na região. Outra vantagem comparativa do Estado é o turismo. O Tocantins, Ilha do Bananal, a maior ilha fluvial do mundo, composta pelo Parque Nacional do Araguaia e pela reserva indígena Carajás e as belezas naturais da região do Jalapão, colocam-no como uma região propícia ao eco-turismo, que o torna um grande atrativo no mercado nacional. Porém, a oferta de serviços e de estrutura turística ainda é incipiente em relação ao seu grande potencial.

No aspecto cultural, durante o processo de colonização, a região recebeu fortes influências da cultura indígena, negra e portuguesa, que resultaram em danças, músicas, lendas, festas religiosas e culinária típica do então norte de Goiás, que foi herdado pelo Tocantins. Após a sua promulgação, procurou-se dinamizar, documentar e resgatar aspectos histórico e cultural da região. O governo, a partir dessa intenção, procura reconhecer a memória cultural que faz parte do antigo Norte de Goiás e, a partir disso, construir uma possível identidade histórico-cultural tocantinense.

⁷ Estes dados estão também disponíveis no Balanço Anual Gazeta Mercantil Tocantins 2001

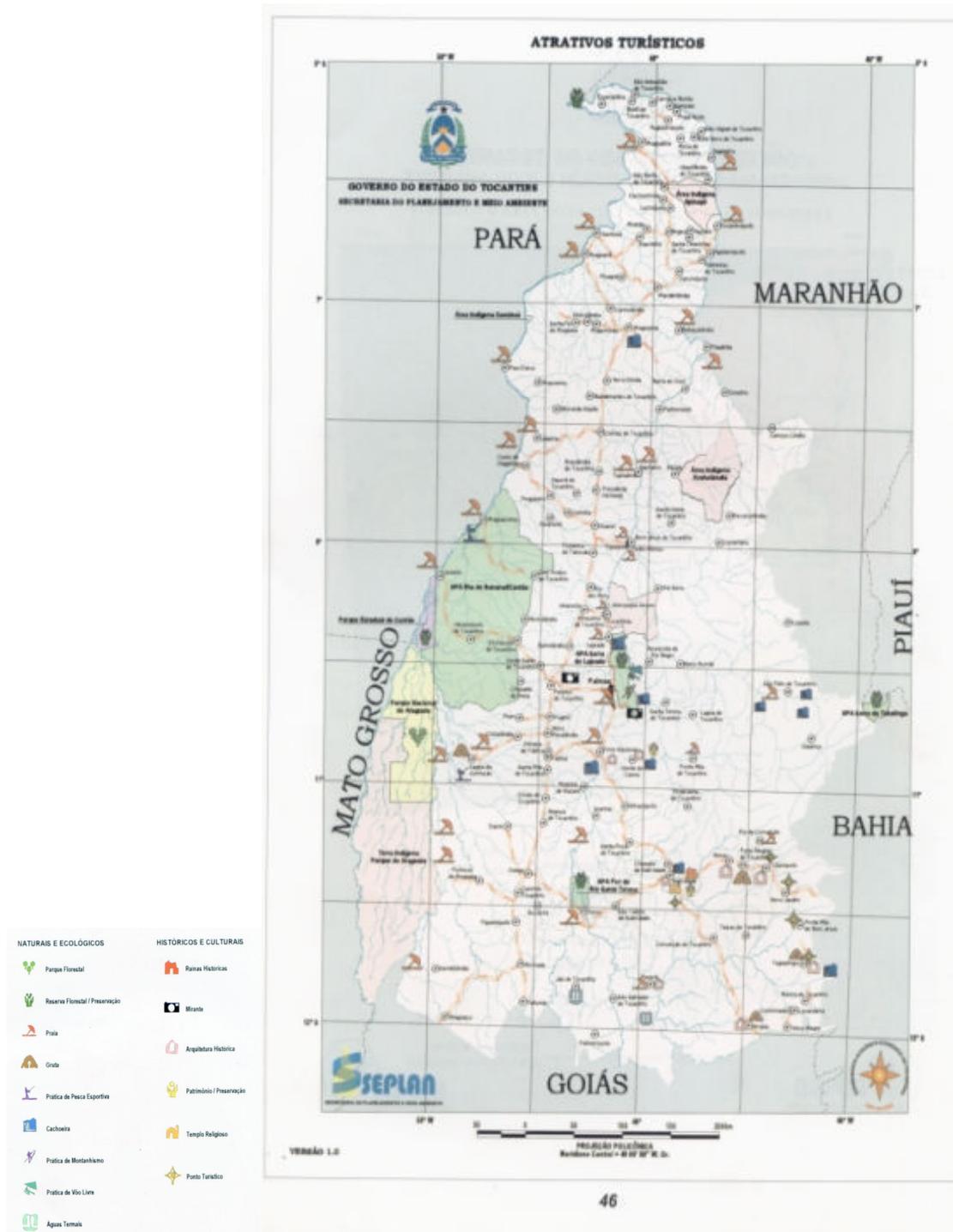


Figura 3 - Mapa turístico cultural do Estado do Tocantins ⁸

⁸ disponível em folder de divulgação pela Secretária de planejamento e meio ambiente.

1.3 A mídia impressa a partir do século XVIII e os principais jornais que divulgaram o Estado do Tocantins e sua história

A mídia impressa no norte goiano iniciou-se na década de 1830 com um artigo publicado no *Matutina Meiapontense*, primeiro jornal do centro do Brasil, editado em Pirenópolis – GO. (Silva 1996)

Segundo Silva (1996), a história se faz presente em diversos jornais que contribuíram para a construção do Estado do Tocantins, embora houvesse outros jornais que eram contra os interesses do então norte de Goiás. Dentre eles destacam-se *O Correio Oficial de Goiás* (1837), onde eram publicados os atos do governo de Goiás. Mais tarde, esses atos passaram a ser divulgados pelo jornal *O Tocantins*, que era o porta-voz do governo de Vila Boa de Goiás e não mostrava interesse em defender a emancipação política do antigo norte.

Em 1860, foi criado *O Alto Tocantins*, que tinha caráter político e era impresso na Tipografia de *O Tocantins* e em 1866, o jornal, *Alto Araguaia*. Em 1891, *Folha do Norte* e *O Incentivo*, em 1901. Contrário a essa política e com intenção de desmembramento, citamos o jornal *Norte de Goyaz* criado no ano de 1905 em Porto Nacional por Francisco Ayres da Silva. Quinzenalmente circulou quase meio século ininterruptamente, sendo que na década de 40 foi contra a criação do Território Federal do Tocantins e contra o movimento para criação do Estado do Tocantins na década de 50.

No entanto, surgiu em 1920 *O Tocantins* e 1921 *A Tarde*, esses eram porta-vozes da criação do Tocantins. Mais adiante surge, em 1946, *O Araguatins*, que se mostrou contrário à Criação do Tocantins. Em 1951, a favor de um Estado independente é criado o jornal *Ecos do Tocantins*, sob a direção de Trajano Coelho Neto. Já em 1956, também defendendo os interesses do norte é lançado o jornal *Estado do Tocantins*; e em 1957, sob a direção de Trajano Coelho Neto, surge o *Anuário do Tocantins*, considerado a obra-prima do jornalismo impresso tocaninense.

Por volta de 1960 a 1980, o vereador José Wilson Siqueira Campos assume o comando da campanha Pró-Criação do Estado do Tocantins. No discurso de posse, na Câmara Municipal de Colinas, então Goiás (01/02/1966), a imprensa participa mais direta na luta libertária.

Segundo Silva (1996) com o lema da campanha divisionista: “*O congresso Nacional não negou Brasília a Goiás, a sua Assembléia Legislativa não negará o Estado do Tocantins ao Brasil*” foi instituído a Comissão de Propaganda, com a finalidade de divulgar os acontecimentos promovidos pela Comissão de Estruturação Jurídica do Estado do Tocantins (CEJET). Essa comissão, era um Órgão de Assessoria de Imprensa que se encarregava de emitir aos municípios tocantinos e para a imprensa do Sul do país. Isso se deu porque na época os veículos de comunicação em Goiânia eram radicalmente contra a independência do Norte de Goiás.

Com o aumento dos interesses pela criação do Tocantins, o jornalista Otávio Barros em 1975 relança o jornal *Estado do Tocantins*. Em 1979 começa a veicular o *Jornal do Tocantins*, da Organização Jaime Câmara; *O Regional* e o *Correio do Norte*, esse último, reeditado pelo Jornalista Luiz de Sousa Pires. Todos esse jornais eram editados em Araguaína. Assim, com o crescimento da mídia impressa, os jornalistas Oswaldo Ayres e César Freire criam a Associação Tocantinense de Imprensa na década de 1950, entidade que iria congrega os jornalistas do então sonhado Estado do Tocantins.

Conforme as pesquisas do jornalista Luiz de Carvalho (2000), atuaram na mídia impressa no Tocantins nos primeiros anos após a criação pela constituinte alguns jornalistas: Andréa Sarmiento, Celi Camargo, Décio Batista, Gilson Cavalcante, Ivonete Mota, Iberê Barroso, José Galvão de Castro, José Gomes Sobrinho, José Sebastião Pinheiro, Júnio Veras, Luzinete Bispo, Luiz Pires, Luiz de Carvalho, Marie Mônica, Marli Santos, Olga Cavalcante, Otávio Barros, Osmar Casagrande, Rui Bucar, Salomão Wenceslau Rodrigues, Sandra Miranda e Wilson de Oliveira (texto); Benhur de Oliveira, Élson caldas, Edson Lopes, Luciano Ribeiro, Luiz Bala, Márcio di Pietro e Ricardo Almeida (fotografia).

O jornal *Tocantins É*, fundado em maio de 1989 na capital provisória Miracema do Tocantins, foi o primeiro jornal a circular na capital. Somente três números foram publicados. Já o primeiro redigido e impresso em Palmas foi o *Jornal do Comércio do Tocantins* em abril de 1991. Esse com periodicidade semanal viria a circular apenas alguns números. O *Correio Tocantinense* foi o primeiro diário da capital, fundado em setembro de 1991, mas deixa de circular em 1993.

Após as considerações relativas ao papel da imprensa na luta libertária do Tocantins, verifica-se que os jornais citados, com a intenção de divulgar as informações referentes ao processo de tramitação do Projeto de Criação do Estado do Tocantins, tornaram dessa luta uma realidade.

CAPÍTULO 2 - A ORGANIZAÇÃO JAIME CÂMARA – OJC E O JORNAL DO TOCANTINS - JTO

2.1 Histórico da Organização Jaime Câmara

Na cidade de Goiás, em 1935, foi fundada a firma Jaime Câmara e Companhia, conhecida hoje como o maior complexo de Comunicação do Centro-Oeste. Até 1937, era apenas uma papelaria e tipografia. Nesse mesmo ano a empresa transferiu-se para Goiânia, numa sociedade que reunia os irmãos Joaquim Câmara Filho, Vicente Rebouças Câmara e Jaime Câmara, já falecidos.

A idéia de fazer circular um jornal na região de Goiás foi consolidada no dia 3 de abril de 1938 quando, com apenas 10 funcionários e sob a direção de Joaquim Câmara Filho, circulou pela primeira vez o jornal *O Popular*. Inicialmente circulou como bi-semanário e tinha uma tiragem de três mil exemplares e tornou-se diário somente em 1944.

Carro-chefe dos veículos da Organização Jaime Câmara, o jornal *O Popular* abriu caminhos para que fossem criados os demais veículos que a integram. No dia 24 de outubro de 1954, foi fundada a *Rádio Anhanguera*, incorporada definitivamente ao grupo em 1961. Dois anos depois, em 1963, a *Televisão Anhanguera* colocou no ar suas primeiras imagens. Hoje a Televisão Anhanguera, filiada à Rede Globo, é líder absoluta de audiência em todo o Estado de Goiás e Tocantins.

Em dezembro de 1972, foi inaugurado o *Jornal de Brasília*, veículo de reconhecido prestígio junto aos centros decisórios nacionais. Em março de 1980, foi inaugurada a *Rádio Jornal de Brasília – FM*. Hoje, a emissora ocupa posição de liderança entre os resultados de uma grande expansão, agregando emissoras de rádio ao seu conglomerado de empresas. Na mesma época foi fundada a *Rádio Araguaia – FM* de Goiânia que, com sua programação diversificada, garante maior número de audiência na capital goiana.

A Organização Jaime Câmara é comandada a partir de sua sede própria, construída no alto do Setor Serrinha, em Goiânia – GO. Possui hoje 22 empresas voltadas para o segmento de comunicação, entre jornais, rádios, TVs, gráfica e editora gravadora. É o único grupo brasileiro que edita diariamente jornais em três capitais diferentes: Palmas, Goiânia e Brasília.

Em 1995 foi criada a *Fundação Jaime Câmara*, com o objetivo de desenvolver e promover atividades culturais, sociais; conhecimentos técnicos, científicos e tecnológicos. Em 1998, a Organização Jaime Câmara deu início às atividades da 22ª empresa, a *Anhanguera Discos*.

2.2 A atuação da OJC na mídia impressa

A Organização Jaime Câmara, líder absoluta em mídia impressa e eletrônica nas regiões centro-oeste e norte, têm registrado, ao longo do tempo, a história do Estado de Goiás, Tocantins e Distrito Federal, através do jornalismo e da Publicidade.

Com o jornal *O Popular*, a empresa acompanhou e divulgou importantes e decisivos acontecimentos no cenário político da região e continua a ser veiculado em Tocantins.

Além das notícias que divulga, diariamente seus veículos de comunicação, promovem o desenvolvimento social, cultural, político e econômico de importantes regiões do Estado.

A OJC dando continuidade a sua hegemonia comunicacional percebe a necessidade da circulação de um jornal que na região norte do Estado de Goiás. Diante desse quadro, começa a ser veiculado em 1979 o novo jornal da empresa, o *Jornal do Tocantins*.

2.3 A criação e a implantação do Jornal do Tocantins - JTO

Com a preocupação em ser líder na mídia impressa na região, a Organização Jaime Câmara no dia 18 de maio de 1979, lançava a primeira edição do Jornal do Tocantins. Disponíveis nas bancas de Araguaína e municípios vizinhos, o Norte de Goiás contava com um veículo que viria a somar na luta pela promulgação do Estado do Tocantins. As edições eram quinzenais e as primeiras edições do JTO eram do tamanho de Almanaque, chamado de tablóide⁹.

Na época da criação do Tocantins, O JTO era distribuído gratuitamente aos Órgãos Públicos. Porém, logo após esse início o mesmo teve um grande índice de crescimento, o que se fez necessário mudanças na política de distribuição do jornal. Logo, o Jornal passaria a ser vendido nas bancas e também por intermédio de assinaturas. Assim, a periodicidade do jornal passa a ser semanal, narrando os acontecimentos que envolviam aspectos relevantes à criação e implantação do Estado.

⁹ formato de jornal, equivalente à metade de um jornal do tamanho *standard*. Possui normalmente 28 cm de largura por 38 cm de altura, com 5 colunas (de dez ciceros) em cada página. O jornal tablóide oferece comodidade de manuseio e de leitura. (Rabaça & Barbosa, 1995)

Jornal do Tocantins

ANO VIII Nº 186

15 a 22 de Novembro de 1988

R\$ 100,00

**O centenário
sonho agora
é realidade**

Os sonhos de
independência em 1821
são realidade. Foi o
processo legislativo que
determina o Tocantins.
(Página 4)

**Expectativa e
dúvida marcam
tocantinenses**

Em muitos de nos
registros de trabalho
e de vida, os tocantinenses
aguardam, agora
precisam em voltar para o
Tocantins. (Página 2)

**Mecanizar, a
solução para
agropecuária**

A maior reserva natural
do Estado, o rio Tocantins,
agora precisa ser explorado
para a agricultura.
(Página 11 e 12)

**Têm que fazer
opção 12 mil
funcionários**

Dois 143 mil servidores de
Goias, sendo 143 mil do
Tocantins, 12 mil 143 que
devem fazer opção de
administrativa.
(Página 14)

**Sarney define
Capital. Mas
só provisória**

A lei define o local de
capital provisória do
Estado, sendo o local
de capital provisória o
local de capital provisória.
(Página 14)

**Após eleições
o Ministério
será alterado**

O presidente José Sarney
espera passar o cargo
para o primeiro vice do
do novo ministério de
Estado. (Página 15)

Obatismo das urnas Voto histórico ao primeiro Governo

Nesta terça-feira, 438 mil 982 tocantinenses, habilitados a votar em 1 mil 230 seções de 22 Zonas Eleitorais, escolherão entre 108 candidatos de 10 partidos os primeiros governadores, vice-governadores, 100 vereadores, 100 deputados estaduais, 24 deputados estaduais do Estado. O governador eleito em exercício dos próximos dois anos tempo que falta para completar os mandatos dos governadores dos demais Estados. O senador menos votado terá mandato de dois anos, os dois mais votados permanecerão até 1992 no cargo, que deixarão ao seu eleito em 1992. Deputados federais e estaduais terão mandatos de dois anos.



Santillo - Com maioria das intenções de voto, anuncia 150 mil novos empregos e prioridade na abertura de estradas, escolas e postos de saúde.



Fátima - Segundo fazer nas pesquisas, promete eleger o homem como meta prioritária, implantar projetos de turismo, obras de saúde e educação.

Saudação aos bravos irmãos do Tocantins

Está me aqui o Governador de Goiás, a saudar efusivamente o Estado do Tocantins. E contra o que alguns de nós corajosos, ao se partir, já me meo Estado. As circunstâncias dessa transformação e a história de Brasília, estranho, me reafirmam e tranquilizam, convencendo-me de que assim é melhor para a nossa Unidade da Federação e para o Brasil.



Tocantins a maior parte das tribos indígenas. Dos 4 mil 770 indígenas existentes no antigo território de Goiás, 80% residem no atual Tocantins. E são 600 os povos indígenas vivendo no Norte do Paraná. 13. Muitos ainda vivem em contato com grande parte de si, com o ambiente, no meio integrado, com o tempo e cultura dos brasileiros, dependendo-se apenas do isolamento de suas próprias tradições. (Página 11)

Figura 4 - Exemplar nº 186 do JTO, primeiro exemplar, veiculado na semana do dia 15 a 22/11/1988, após a promulgação do Estado.

Em 25 de outubro de 1991, os leitores podiam ler o JTO duas vezes na semana: às terças e às sextas-feiras. Somente em março de 1998, a equipe que produzia o JTO foi transferida para Palmas, disponibilizando o jornal nas bancas diariamente. Nessa época, o jornal era editado na capital Palmas, mas impresso em Goiânia. A partir da edição de nº 2.730, do dia 05 de fevereiro de 2002, o Jornal do Tocantins passa a ser impresso na cidade de Palmas, facilitando ainda mais sua distribuição na região.

2.3.1 Aspectos gerais da linguagem do JTO

O Jornal do Tocantins apresenta uma concepção visual moderna, com páginas mostrando leveza e portas de entrada de leitura muito bem definidas; modulado em blocos horizontais para facilitar a leitura.

De acordo com Rabaça & Barbosa (1995), linguagem visual é articulação do diversos significantes visuais (sejam cores, formatos, papéis, gêneros de impressão, famílias, corpos, mediadas, cortes, fios, e outros), em coerência ou não com as idéias expressas no texto.



Figura 5 - Exemplar nº 2.769 do JTO, veiculado no dia 04/03/2003

Em vermelho e azul, o logotipo¹⁰ do jornal apresenta uma dinâmica de contraste de cor que nos chama atenção pela vivacidade do vermelho e a sobriedade do azul. Um aspecto importante no que diz respeito à cor azul é que a mesma está presente nas cores da bandeira do Estado.

Desde sua implantação, a empresa OJC procura ser um diferencial na área da comunicação. Vem inovando seu estilo na linguagem jornalística e procura manter sua marca registrada que é a de ser um veículo de integração e de registro de expressão das atividades políticas, judiciárias, esportivas, culturais filosóficas, religiosas e de resgate a cidadania tocantinense.

Na parte superior, o espaço é reservado a acontecimentos nacionais ou internacionais. Enquanto, na parte inferior, é reservado ao governo. Isso leva a concluir que a presença constante do governo no Jornal postula a idéia da parcialidade jornalística.

No sentido da pragmática, os efeitos da presença constante do governo nos lides e imagens do Jornal acionam no intérprete sentido ideológico. Reforçando o pensamento de Bakhtin, a ideologia possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Para isso o resultado ideológico é parte da realidade, seja ela natural ou social.

2.3.2 Os cadernos integrantes do JTO

De acordo com o material pesquisado, nos anos de 1988 a 1991 eram parte integrante do Jornal do Tocantins os cadernos: *Opinião, Política, Estado, Nacional/Internacional, Esporte, Lazer e Especial*. A partir do número 231, veiculado na semana do dia 3 a 9/10/1989, um novo caderno passa a integrar o Jornal: *Caderno 2*.

Atualmente, o Jornal do Tocantins assim é estruturado:

¹⁰ Na acepção de Rabaça e Barbosa (1995), logotipo é símbolo constituído por palavras ou grupo de letras; apresentadas em desenho característico, destinado a funcionar com elemento de identidade visual de uma empresa, de uma instituição, de um produto etc.

No **Primeiro Caderno**, encontram-se as notícias mais atuais sobre economia, política, esporte e atualidades no Estado, Brasil e no mundo;

No **Caderno Dois - Arte e Vida** assuntos abordados como entretenimento, cultura e lazer e os acontecimentos culturais e sociais da cidade de Palmas e região;

Nos **Classificados**, de terça a domingo, as propostas de empregos, vendas, aluguéis, compras, oportunidades de negócios na região;

Aos sábados, o **Jornal do Campo** oferece ao leitor as últimas novidades do campo, mantendo o produtor informado sobre tudo o que acontece no mercado;

Aos domingos, através da **TV Revista**, o Jornal do Tocantins oferece aos leitores as novidades das novelas, filmes e bastidores da Tv;

Semanalmente, colunistas como Alexandre Garcia, Arnaldo Jabor, Armando Nogueira, entre outros, contribuem com artigos que validam ainda mais o sucesso do Jornal do Tocantins na região.

2.3.3 Distribuição e divulgação do JTO

O Jornal do Tocantins se coloca no mercado como sendo o primeiro jornal da região em distribuição e se apóia na campanha de divulgação: “o *JTO cresce porque tem credibilidade ou tem credibilidade porque é do Tocantins*”.¹¹

Em sua performance em vendas, atinge os percentuais de 88% em assinaturas e 12% em vendas avulsas. Esse último dado, inclusive dobra seu valor aos domingos direto nas bancas de jornal. Atualmente, a tiragem do JTO alcança o número de cinco mil

¹¹ campanha veiculada no ano de 2002 na mídia eletrônica

exemplares nos dias úteis e sete mil aos domingos. Através dos dados obtidos, estima-se que na capital há uma vendagem de 200 a 300 jornais avulsos¹², sendo esse número distribuído em aproximadamente 55 bancas. A OJC disponibiliza como cortesia para alguns órgãos públicos como creches e escolas especiais. A distribuição do jornal contempla todos os municípios do Estado do Tocantins¹³.

Diante desses números, esclarece a Diretoria de Marketing da OJC-Palmas que um dos objetivos da empresa, no que se refere ao Jornal do Tocantins, é trabalhar campanhas que reforçam os seguintes pontos: provocar e criar o hábito de ler nas pessoas, visto que o jornal é um ótimo meio de informação; segmentar o público-alvo (estudante/universitário/criança/homem/mulher); facilitar a aquisição de assinaturas; estimular novos anunciantes; destacar os colunistas, cadernos especiais e classificados.

2.3.4 O Jornal do Tocantins no contexto editorial brasileiro¹⁴

Através da OJC, que atua na mídia impressa e eletrônica no Estado, o Jornal do Tocantins vem sendo destaque na imprensa local desde seu lançamento, isso acontece porque o mesmo ao ser veiculado pela Organização valida a credibilidade de que é um jornal sério e confiável. Conforme sua tiragem, de três mil exemplares no ano de 1988 a sete mil exemplares nos dias de hoje, percebe-se o quanto o JTO cresceu.

O JTO vem conquistando cada vez mais um espaço na mídia Através do estudo realizado pela ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância, sistematizado pelo

¹² esse número é atingido de acordo com a data e notícia de capa. Por exemplo: copa do mundo, resultado de vestibular, concurso público.

¹³ dados atuais obtidos com o departamento de circulação do JTO / Palmas, em fevereiro de 2003

¹⁴ dados obtidos com o Departamento de Marketing da OJC – Palmas-TO

Departamento da Criança e do Adolescente (DCA-MJ), Órgão do Ministério da Justiça e pela Associação de Apoio à Criança e ao Adolescente (AMENCAR), o Jornal do Tocantins, alcançou o 1º lugar no ranking da imprensa nacional, na frente de O Globo e Folha de S. Paulo (50 jornais foram avaliados), no ano de 2001. Esse estudo teve como tema: “A Violência contra a criança e o adolescente”.

Com 39,1 pontos o Jornal do Tocantins, destacou-se em primeiro lugar na classificação de veículos acima da média geral em um ranking estabelecido pela Agência. Com a publicação do estudo Balas Perdidas, que aponta os 22 jornais brasileiros que fazem a melhor cobertura dos fatos quando à criança e o adolescente estão na pauta da violência.

O jornal O Globo se posiciona em segundo lugar com 38,5 e a Folha de S. Paulo em terceiro, com 38,2 pontos. O estudo Balas Perdidas foi lançado na 4ª Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente que aconteceu, no período de 19 a 22 do mês de novembro de 2001, em Brasília (DF). Suas conclusões discutidas em um seminário realizado nos dias 10 e 11 de dezembro de 2001, no Rio de Janeiro (RJ), com a participação de 36 jornalistas da Região Sudeste.

A pesquisa que apontou o Jornal do Tocantins na primeira posição do estudo da ANDI contou com a parceria do Instituto Ayrton Senna, do Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), da Comissão Européia e da Organização Internacional Kindernothilfe.

Para se chegar a essa conclusão um Grupo de Análise da Mídia, segundo a ANDI, reuniram-se consultores técnicos em busca de uma visão sistêmica sobre como a imprensa vem cobrindo uma das questões que maior perplexidade causa à sociedade brasileira: a violência, em vários níveis, envolvendo crianças e adolescentes como suas vítimas ou agentes.

De acordo com a ANDI, para se obter o ranking dos 22 acima da média geral, foram cruzadas informações de reportagens publicadas em 45 jornais de 24 estados ao longo de 12 meses (de 1º de julho de 2000 a 30 de junho de 2001). O grupo de consultores se debruçou principalmente sobre o comportamento da imprensa e sobre a qualidade do tratamento que é dado às temáticas relacionadas com a violência.

Foram considerados os seguintes campos de análises para que o Jornal do Tocantins se posicionasse à frente de veículos da chamada grande imprensa:

Campo substantivo: houve uma avaliação para se saber se o jornal cobre exclusivamente os crimes ou se analisa também as suas causas e se aponta soluções para os mesmos.

Campo da linguagem escrita e visual: os consultores analisaram se os veículos se rendem ao apelo fácil do sensacionalismo, trazendo descrições minuciosas e desnecessárias dos corpos das vítimas e se exploram “a autópsia” narrativa e psicológica de fatos em que se procura chocar o leitor.

Campo da pluralidade das informações: o grupo verificou se a atividade jornalística se resume a repercutir os boletins das delegacias de polícia ou se procura ouvir outras fontes como especialistas, conselhos tutelares, jovens, etc. E também se discute ou promove debates em torno das políticas públicas de responsabilidade do Estado.

Conforme declara a diretoria da Organização Jaime Câmara no Tocantins, o Jornal do Tocantins não faz mais do que toda a imprensa nacional vem fazendo. Além de criticar, divulgar fatos do dia-a-dia, deve mostrar soluções bem sucedidas e debater mais a questão da violência, que se repete cada vez mais na sociedade. A responsabilidade não deve estar somente nas mãos dos governantes, mas também da imprensa que tem um poder muito grande. Atribuindo assim à postura ética do jornal o motivo principal para tal premiação. Além da premiação o que importa para a empresa é que o leitor tenha consciência de que esse veículo trabalha com credibilidade e que pode ser apontado na região como sendo um dos mais promissores meios de divulgação da história tocantinense.

Diante desses aspectos gerais, o que possibilitou conhecer melhor a proposta editorial do JTO, é que se faz necessário no momento fazer mais que uma leitura visual desse jornal, é preciso entender e analisar a forma que informa o conteúdo jornalístico, que forma as significações da visualidade do jornalismo impresso, enfim será preciso discernir quais foram às práticas discursivas inseridas na linguagem do Jornal. Assim, o próximo capítulo aborda esses aspectos discutindo sobre a imagem e suas significações.

CAPÍTULO 3 - IMAGEM E SIGNIFICAÇÃO

Duas particularidades são indissociáveis do termo imagem: a idéia de algo que se projeta e o sujeito na produção material da imagem. Nas palavras de Joly, “embora (a imagem) nem sempre remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual (e) passa por alguém que a produz ou reconhece”¹⁵.

A imagem técnica está intrinsecamente envolvida no plano estético e ideológico, sendo assim necessário estudá-la como representação da realidade. Ou melhor, como produto constitutivo das novas realidades a que a imprensa se propõe.

Inicialmente incompreendida como uma forma de conhecimento e relegada a um segundo plano da ciência, as imagens técnicas vão tornar-se objeto de estudo das ciências da significação¹⁶, a semiologia e a semiótica, na segunda metade do século XX. (Tacca 1999)

Para Greimas (1980), a semiótica e a semiologia constituem duas tradições ou paradigmas. Deely (1990) diz que isso tem "até certo ponto prejudicado o desenvolvimento contemporâneo por existir dentro dele em condições sociológicas de oposição. Essas condições de oposição, todavia, não são apenas desnecessárias logicamente, mas dependem para seu sustento de uma sinédoque perversa pela qual a parte é tomada erradamente pelo todo. A semiótica forma um todo do qual a semiologia é uma parte”.

Para o autor, em semiótica visual, a imagem é considerada como uma unidade de manifestação auto-suficiente, como um todo de significação, capaz de ser submetido à

¹⁵ JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 1999.

¹⁶ Aqui, a significação inscreve-se como “sentido articulado” na dicotomia sentido/significação. Percebe-se, então, que a significação não é apreensível senão no momento da sua manipulação, no momento em que, ao interrogar-se sobre ela em uma linguagem e num texto dado, o enunciador é levado a operar transposições, traduções de um texto para outro texto, de um nível de linguagem para outro, de uma linguagem, enfim, para outra linguagem. A significação se acha, portanto, suportada e sustentada pela intencionalidade, o que pode ser compreendido como uma outra maneira de parafrasear a significação. (Greimas, 1980)

análise. Em se tratando da semiologia da imagem, que se refere à teoria da comunicação, considera-se a imagem como uma mensagem constituída de signos icônicos.

Para as ciências da significação, a imagem assume a condição de texto na imprensa, o discurso fotográfico juntamente com o texto verbal através de suas marcas discursivas vem compor uma nova imagem. Assim, a imagem passa a ser um texto¹⁷ e o texto se torna imagem. O sentido do texto final se constrói no espaço discursivo dos interlocutores.

3.1 Semiologia e Semiótica - Ciências da Significação

A Semiologia, também conhecida como a Lingüística saussureana, é ciência da linguagem verbal, e a Semiótica é a ciência de toda e qualquer linguagem.

Saussure partiu do sistema de comunicação humana para definir a língua: o signo lingüístico é um signo ao qual subjaz a intenção de comunicar. Barthes (1980), por outro lado, encara o signo unicamente do ponto de vista da significação e alarga desse modo a noção de signo e de língua a tudo o que significa. Assim, enquanto a semiologia preconizada por Saussure é uma semiologia da comunicação, a de Barthes é uma semiologia da significação.

Assim, Barthes (1980) coloca:

"Postular uma significação é recorrer à semiologia. Não quero com isto dizer que a semiologia dê igualmente conta de todas essas investigações; elas têm um estatuto comum: são todas ciências dos valores; não se contentam em deparar com um fato: definem-no e exploram-no como algo que vale por".

O nome semiótica vem da raiz grega *semeion*, que quer dizer *signo*. Segundo Santaella (1983), semiótica é a ciência dos signos, e também é a ciência de toda e qualquer

¹⁷ nesse trabalho texto é entendido como a unidade complexa de significação cuja análise implica as condições de sua produção (contexto histórico-social, situação, interlocutores). (Brandão, 1997)

linguagem. Tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis. Ou seja, tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido.

Conforme Santaella (1983), Charles Sanders Peirce (1839-1914), cientista, matemático, historiador, filósofo e lógico norte-americano, pode ser considerado o fundador da moderna Semiótica. Uma das marcas do pensamento peirceano é a ampliação da noção de signo e, conseqüentemente, da noção de linguagem.

Nöth (1995) esclarece que a semiótica, propriamente dita, teve seu início com filósofos como John Locke (1632-1704) que, no seu *Essay on human understanding*, de 1690, postulou uma "doutrina dos signos" com o nome de *Semeiotiké*.

Diversos são os focos de pesquisa da semiótica, a semiótica peirceana (Peirce), a estruturalista/Semiologia (Saussure; Lévi-Strauss; Barthes; Greimas) que tem como foco de atenção os signos verbais, e a semiótica russa ou semiótica da cultura (Jakobson; Hjelmslev; Lotman), com pesquisas em linguagem, literatura e outros fenômenos culturais, como a comunicação não-verbal e visual, mito, religião.

As "semióticas" se voltam à investigação de signos e/ou de significação. O que diferencia um tipo de semiótica de outro é a concepção e a delimitação de seu campo de estudo. Assim, segundo Santaella (1983), essa variedade foi construída à medida que os estudos divergiam em seus pressupostos.

Foi Morris (1996), em *Fundamentos da teoria dos signos*, quem se debruçou sobre a semiótica, cujas raízes estão em Peirce (2000), e explicou o seu emprego nas ciências da linguagem. Deu a ela três subdivisões: a dimensão sintática, que implica outros signos e suas construções de enunciados gramaticalmente perfeitos; a dimensão semântica, que designa objetos e ocupa-se dos significados dos signos em geral; e a dimensão pragmática, que expressa mensagens entre os usuários das línguas.

Por meio dessas dimensões da linguagem, o jornalismo opera a leitura de mundo, produzindo sentidos, unificando contradições, desconstruindo e construindo novos significados. Através da linguagem jornalística, expressa-se o pensamento social fazendo uso de elementos e técnicas discursivas, designando as versões do acontecimento real.

3.2 A intencionalidade na comunicação

No jornalismo, as ações, os fazeres e seus contextos são de alta complexidade, pois se trata de um processo social e cultural de intermediação, com múltiplos emissores produtores (de informações e opiniões) e receptores usuários.

Chaparro (1993) não se ocupa da notícia como discurso, mas sim da ação jornalística, da sua compreensão como linguagem e de como a pragmática¹⁸ dá conta disso. A conexão teórica entre jornalismo e pragmática está fundamentada no reconhecimento de que a utilização da língua não se reduz a produzir um enunciado, já que esse enunciado é a execução de uma ação social.

No que se refere ao fazer jornalístico, fica nítido nos discursos a intencionalidade da comunicação. Assim, verifica-se que a intenção¹⁹ é um elemento de consciência que controla o fazer. Chaparro (1993) questiona que se a intenção controla conscientemente a *ação*, quando se trata da comunicação social, em especial quando a ação está na esfera da informação de interesse público, e acrescenta: “A intenção impõe o caráter moral à ação, e esse caráter moral, por sua vez, deve estar conectado a um princípio ético orientador”.

Com base nesse estudo, Chaparro (1993) estabelece que o jornalismo é um processo social de ações conscientes, controladas ou controláveis – portanto, *fazeres* combinados com *intenções*. Dessa forma, se as ações são conscientes, controláveis e intencionadas, cada jornalista se faz responsável pelos seus fazeres.

¹⁸ Entende como sendo o fenômeno das relações dos elementos discursivos com os usuários, falante produtor e ouvinte interpretador do enunciado, e com as condições ambientais em que se produz a intercomunicação. (Chaparro, 1993).

¹⁹ O termo intenção deriva do latim *intentio*, por sua vez de *in* e *tendo*, e *este do grego* teinô, que significa *tender, desenvolver-se, dirigir-se* para algo. (Chaparro, 1993).

O interesse pode ser considerado, portanto, o atributo de definição do jornalismo. O autor acrescenta que esse atributo pode alcançar maior ou menor grau, de atributos de relevância no conteúdo. Ao que considera o mesmo, atributos de relevância, Warren (*apud* Chaparro, 1993) chama de *elementos da notícia*, e propõe: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção, conseqüências. Com base nesses elementos, o autor modifica parcialmente substituindo *emoção* e *suspense* por *dramaticidade*; *proeminência* por *notoriedade*; com a inclusão de novos elementos. Afirma-se que quanto mais numerosos e mais intensos forem os atributos de relevância num dado conteúdo, maior será o nível de interesse desse conteúdo para o leitor.

Sob o ponto de vista ético, a intencionalidade jornalística precisa do *porquê* (motivo), não do *para quê* (propósito). Conectada aos motivos éticos, Chaparro (1993) coloca que a intenção controla a utilização das técnicas, inspira a curiosidade, ativa a compreensão. Enfim, gera critérios valorativos para a apuração, depuração e ordenação das informações e opiniões coletadas.

Tais critérios ou atributos são utilizados na construção do texto jornalístico. Esses critérios são determinados pela mídia para melhor produção e emissão das mensagens. Chaparro (1993), à categoria de *conteúdo*, considera os itens: objetividade, exatidão/precisão, veracidade, honestidade, imparcialidade e independência. Esses últimos incluem-se nas categorias *formais*: clareza, simplicidade, concisão, ordem direta, rapidez e criatividade.

3.3 Categorias comunicacionais

Chaparro (1998), com base nas experiências criada por Buckley²⁰, diz que a cultura jornalística criou o paradigma que até hoje divide o jornalismo em *Opinião e Informação*.

²⁰ Diretor do jornal inglês *The Daily Courant*, Samuel Buckley introduziu no jornalismo o conceito da objetividade, tornando-se o primeiro jornalista a preocupar-se com o relato preciso dos fatos, tratando as notícias como notícias, sem comentários. Criou assim, estratégias e um estilo que influenciariam todo o jornalismo mundial: separou as notícias dos artigos - *news* em um lado, preponderantes, *comments* em outro, para não "contaminar" as informações, porque "os leitores são capazes de refletir por eles próprios". Chaparro(1998)

O paradigma *Opinião x Informação* tem condicionado, há décadas, a discussão sobre gêneros jornalísticos, impondo-se como critério classificatório e modelo de análise para a maioria dos autores que tratam do assunto. A conservação dessa matriz reguladora gera efeitos que superficializam o ensino e a discussão do jornalismo e tornam questionável a sua prática profissional.

Acredita Chaparro (1998) que toda essa discussão trata-se de um falso paradigma, porque o jornalismo não se divide, mas se constrói com informações e opiniões. Pois, várias revoluções culturais, políticas e tecnológicas mudaram a sociedade e as interações humanas, impondo adequações aos saberes e fazeres jornalísticos. Nessa evolução, há mais de um século que o jornalismo deixou de se expressar apenas por notícias e artigos.

A mídia impressa, nos últimos cem anos, transformou a simples reportagem em uma forma discursiva na qual predomina a intencionalidade ligada ao fazer jornalístico, mudando assim o caráter informativo em caráter formativo.

Além disso,

“(…)surgiram e desenvolveram-se a entrevista e o fotojornalismo, técnicas de relato cuja eficácia, tal como acontece na reportagem, está na aptidão de associar os fatos às idéias, os dados às emoções, os acontecimentos à reflexão, os sintomas ao diagnóstico, a observação à explicação, o pressuposto à observação. O próprio desenvolvimento da diagramação e da infografia, com a utilização dos modernos recursos electrónicos de edição gráfica, cria e amplia campos de relação interativa, dialética, entre a informação e a opinião. E disso resultam ganhos significativos para a apreensão e/ou a atribuição de significados na realidade, entendida, na sua totalidade, como sinônimo de mundo, espaço do que existe e acontece, e do que falta e não acontece.” Chaparro (1998).

Não há como ajustar as formas discursivas do jornalismo ao critério que divide os textos em *informativos* e *opinativos* - até por serem coisas de esferas diferentes. Na teoria dos gêneros, a divisão dos textos em classes e tipos (artigo, notícia, reportagem, entrevista, crônica...), resulta da diversidade nas estruturas externas, identificando formas. Já as propriedades informativas e opinativas das mensagens são como que substâncias na natureza do jornalismo, no sentido em que se constituem suportes que permanecem na totalidade da ação jornalística, quer se relate ou se comente a atualidade.

Não existem, pois, espaços exclusivos ou excludentes para a opinião e a informação, o que torna ingênuo e inútil o paradigma criado a partir das experiências de Buckley, como base classificatória para as classes e espécies de texto, no jornalismo.

Pesquisas desenvolvidas por Marques de Melo, citado por Chaparro (1998), sobre os gêneros jornalísticos, propõem uma classificação que reafirma o paradigma, dividindo os textos jornalísticos nas categorias *Informação e Opinião*. A proposta do autor se sustenta nos critérios que usa para estabelecer sua proposta de classificação.

Ele entende, preliminarmente, que um gênero jornalístico se caracteriza pela "conjunto das circunstâncias que determinam o relato que a instituição jornalística difunde". Para exemplificar, escreve Marques de Melo: "(...) a fotografia ou o desenho são perfeitamente identificáveis como notícias (quando apreendem a faceta privilegiada de um fato), como complemento de notícias (e aí a notícia é compreendida como uma estrutura articulada entre texto e imagem) ou como reportagem (quando as imagens são suficientes para narrar os acontecimentos)". Aceita como válida, porém, "a autonomia da opinião ilustrada (caricatura), por se tratar de uma forma de expressão que ficou reduzida à imagem no nosso jornalismo". (Marques de Melo *apud* Chaparro, 1998)

Depois, para organizar sua classificação, o autor estabelece que as duas categorias em que agrupa os gêneros jornalísticos "correspondem à intencionalidade determinante dos relatos". E nesse sentido, identifica duas vertentes: a vertente da "reprodução do real" (informação) e a vertente da "leitura do real" (opinião). Explicação: "Reproduzir o real significa descrevê-lo jornalisticamente a partir de dois parâmetros: o atual e o novo. Ler o real significa identificar o valor do atual e do novo na conjuntura que nutre e transforma os processos jornalísticos". (Chaparro, 1998)

Segundo Chaparro (1998) no reforço dessa proposta, Marques de Melo defende a idéia de que o jornalismo articula-se em função de dois núcleos de interesse: a descrição e a versão dos fatos - "daí o relato jornalístico haver assumido duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos". Assim, nessa visão, Marques de Melo propõe e defende a bifurcação dos gêneros jornalísticos, agrupando-os nas categorias do *Jornalismo Informativo* e do *Jornalismo Opinativo*.

A divisão dos textos jornalísticos em duas categorias deriva da convicção (essa é a segunda linha de argumentação com que Marques de Melo sustenta a sua proposta) de que os gêneros jornalísticos identificam-se a partir da natureza estrutural dos relatos

observáveis nos processos jornalísticos. O autor propõe a seguinte classificação, com a listagem de 12 gêneros:

Jornalismo Informativo – *nota, notícia, reportagem, entrevista.*

Jornalismo Opinativo – *editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura, carta.*

Entretanto, Vilches (1987) acredita que na mídia impressa são produzidos discursos políticos, religiosos, pedagógicos, morais, econômicos, artísticos e que os mesmos se confundem entre si, inviabilizando definições tão restritas. E só através dessa mistura é que os discursos exercem suas práticas ideológicas.

Exemplifica o autor, em seu trabalho, que quando se lê uma informação marcada como “Nacional” é provável que semanticamente, a informação tenha presente outros gêneros como “Economia”, “Política” entre outras.

Mesmo diante de uma intencionalidade proposta pelo jornal, seja a matéria categorizada ou não conforme os estudos acima, a imagem será usada sempre como um objeto que recebe determinados “tratamentos” com o simples intuito de direcionar a leitura dos diferentes receptores.

Para Kossoy (1999:55), a imagem é reelaborada – em conjunto com o texto – e aplicada em determinado artigo ou matéria como comprovação de algo ou, então, de forma opinativa, com o propósito de conduzir, ou melhor, dizendo, *controlar* ao máximo o ato da *recepção* numa direção determinada. São, enfim, as interpretações pré-construídas pelo próprio veículo que irão influir decisivamente nas mentes dos leitores durante o *processo de construção da interpretação*.

3.4 Imagem, texto e intertextualidade

A ideologia e o contexto sócio-histórico determinam a construção do processo de significação da inter-relação dos discursos presentes na mídia impressa. A compreensão dos sentidos criados não ocorre através de uma leitura linear, mas sim, através de uma leitura feita em condições sócio-histórica-ideológicas determinadas pela linguagem jornalística.

Faz-se, portanto, necessário analisar o diálogo intertextual, segundo a concepção bakhtiniana de dialogismo e intertextualidade²¹ dos discursos como suportes ideológicos da imprensa, sendo necessário sempre o resgate contextual a que se encontra cada jornal a ser analisado.

Bakhtin (1999) foi um dos primeiros teóricos a apresentar a noção de intertextualidade, considerando que os textos mantêm um diálogo entre si. Para ele, o princípio dialógico permeia a linguagem, sendo impossível conceber o discurso ignorando-se o dialogismo, que constitui, na concepção bakhtiniana, a condição de sentido do discurso. O dialogismo discursivo manifesta-se através da relação entre o enunciador e o enunciatário, e, também, pela intertextualidade no interior do discurso.

Entende-se que o conceito de intertextualidade aponta para a produtividade de textos, para como os textos podem transformar textos anteriores e reestruturar as convenções existentes (gêneros, discursos) para gerar novos textos. (Fairclough, 2001).

²¹ o termo “intertextualidade” foi cunhado por Kristeva no final dos anos 1960 no contexto de suas influentes apresentações para audiências ocidentais do trabalho de Bakhtin. Embora o termo não seja de Bakhtin, o desenvolvimento de uma abordagem intertextual (ou em seus próprios termos “translingüística”) para a análise de textos era o tema maior de seu trabalho ao longo de sua carreira acadêmica e estava estreitamente ligado a outras questões importantes incluindo sua teoria do gênero. (Fairclough, 2001).

Segundo Barbosa & Casaqui (2000), o discurso jornalístico elabora sua linguagem com vistas a pretensas "objetividade" e "imparcialidade", procurando eliminar os traços da subjetividade da enunciação, construindo um efeito de sentido de verdade. Tanto o discurso jornalístico quanto o publicitário, sendo objetos de consumo, frutos de uma cultura e usuários da tecnologia de comunicação disponível, são representados por discursos marcadamente ideológicos, que não existem somente como parte de uma determinada realidade, mas também refletem e refratam uma outra.

O discurso jornalístico, assim como qualquer outro discurso, está em permanente diálogo com os outros discursos que fazem parte da sua esfera de circulação, do cenário social no qual se insere, e com os quais interage na produção de sentido. (Barbosa & Casaqui, 2000).

Os discursos devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também se ignoram ou se excluem. Segundo Foucault (2000:49),

“o discurso nada mais é do que um jogo, de escritura, no primeiro caso, de leitura, no segundo, de troca, no terceiro, e essa troca, essa leitura e essa escritura jamais põem em jogo senão os signos. O discurso se anula, assim, em sua realidade, inscrevendo-se na ordem do significante.”

Dessa forma, os discursos podem apresentar equivalências que são marcadas explicita ou implicitamente e, a partir de tais equivalências, é possível identificar a presença de outros discursos, o que possibilita, na análise de uma formação discursiva qualquer, resgatar outras que já foram enunciadas, reconhecendo-se assim a intertextualidade.

A relação intertextual não é fortuita, mas sim, intencional. Assim, é essencial verificar como se constroem os sentidos nos discursos midiáticos, já que as mensagens transmitidas estão disponíveis a uma diversidade de leitores, com histórias diversas, pertencentes a contextos sócio-históricos específicos, não podendo, por isso, ser considerados leitores indiferenciados.

O leitor se insere no processo de produção do sentido. Assim, aceita-se que a leitura é um processo dialógico e intertextual muito mais amplo e abrangente do que a simples decodificação de um enunciado, pois além da competência lingüística para decodificar o texto, o ato de ler implica o aspecto interativo, persuasivo e ideológico da linguagem.

Não se pode pensar a leitura de um texto (verbal e não verbal) desvinculada da intertextualidade, pois um discurso é sempre produzido a partir de uma multiplicidade de textos.

3.5 A forma significativa e o conteúdo semântico na narrativa fotográfica como produção de significações

Ao referenciar o texto visual, Vilches (1984) coloca que a sintaxe desse discurso corresponde ao que chamamos de plano da “expressão visual” que se organiza tanto segundo as leis da percepção visual como através das diferentes variáveis da manifestação visual. O aspecto semântico da imagem, por sua vez, está constituído por códigos que organizam as formas da expressão em unidades de leitura. O plano da expressão, em outras palavras, organiza a “visibilidade” do texto visual, enquanto que o plano do conteúdo organiza sua compreensão.

Embora não se negue o valor do texto lingüístico e a força que a palavra exerce nas mídias, a imagem hoje assume papel de fundamental importância na comunicação. Na linguagem jornalística, a imagem vem interagindo com a palavra de diferentes maneiras - completando o seu significado, especificando-o, ou até diluindo uma ambigüidade intencional.

Desse modo, a palavra no jornalismo passou a assumir valores diferentes, além do seu significado lexical e simbólico, parece tratar-se de uma feição icônica muito forte – a forma leva à apreensão do conteúdo subjacente. Há uma tendência de reproduzir a informação em bloco e não linearmente, ou seja, a própria diagramação, o uso de tipos diferenciados, a estética geral da peça publicitária passou a evidenciar tal característica.

A palavra e a imagem são discursos que dialogam entre si, na mídia impressa. Tais discursos contam com recursos tecnológicos que atribuem atratividades à linguagem, atratividades para persuadir os leitores. Assim, busca-se com as palavras, as frases e os parágrafos uma conexão de elos coesivos, responsáveis por determinarem as relações

estabelecidas entre os fragmentos. Verifica-se que tais aspectos se sucedem tanto na linguagem publicitária como na linguagem jornalística, especificamente no jornal impresso.

Portanto, na mídia impressa, considera-se o texto como sendo a noção de conjunto texto e imagem marcada pela intencionalidade do produtor de fazer crer na propaganda ideológica que é veiculada. Nesse aspecto, cabe uma sentença assertiva de que na mídia impressa, a escolha do signo, de determinado significante para veicular determinado significado é totalmente intencional, considerando, sobretudo diversas funções de linguagem.

Ao abordar o fato de o jornalismo estar inserido em um determinado contexto de época e lugar válida para os profissionais justificavas sobre as diferenças na forma de se produzir o texto: quando a palavra escrita predominava na sociedade como fonte de informação, quando o texto lingüístico era mais elaborado estruturalmente. O predomínio da comunicação mais dinâmica e a efetiva fusão de diferentes signos no contexto informacional, além da profissionalização daqueles que atuam na comunicação, levam ao uso de um texto lingüístico mais fragmentado, menos estruturado, associado a outros códigos, visando, justamente, representar e atingir o público-alvo educado neste ambiente tecnológico que tanto prima pela imagem.

Quando o leitor olha o jornal não é influenciado somente por seu conteúdo, ou pelos temas abordados que validam as imagens contidas, mas também pela forma com que o jornal se apresenta. Agrega-se à análise alguns valores que facilitam a leitura dos discursos jornalísticos.

Valores técnicos: contraste, fotometria, composição fotográfica, iluminação, disposição dos assuntos, o momento, a utilização das cores, a fotografia como produto final.

Valores artísticos: quanto à estética da imagem, a harmonia dos planos, a beleza da imagem.

Valores jornalísticos: deverá responder às seguintes questões: O que; Quando; Onde; Informa? Questiona? Esclarece? Desperta emoção? Desperta atenção para o texto?

Dessa forma, entende-se o universo jornalístico como um complexo de semioses, explicado pela semiótica em sua relação com a linguagem. Em outras palavras, utiliza um signo para explicar outro, e assim sucessivamente.

Lage (1998) afirma que:

"(...) manchetes, títulos, textos, legenda representam o componente digital da comunicação jornalística. Como é próprio das línguas naturais, a sintaxe lógica é rica e complexa, o que faz do sistema lingüístico o mais adequado à comunicação de conceitos".

No jornalismo a capacidade de organizar e formular idéias através da palavra, só é possível pelo conhecimento da linguagem e de suas possibilidades. O conhecimento básico das ciências da linguagem é fundamental na construção da enunciação jornalística. Daí reside a relação intrínseca da semiótica, ciência que explica o funcionamento dos signos em suas categorias de ícone, índice e símbolo, com o jornalismo, porque este constrói versões de mundo através daqueles.

O jornalismo opera a leitura de mundo, produzindo sentidos, unificando contradições, desconstruindo e construindo novos significados. Através da linguagem jornalística, expressa-se o pensamento social, fazendo uso de elementos e técnicas discursivas, designando assim, as versões do acontecimento real. Nesse jogo discursivo, o jornalismo lida com a palavra e a imagem, tornando incomparável seu poder de argumentação. As regras de linguagem e o conhecimento da retórica permitem a manipulação. Discernir isso, só conhecendo a linguagem em sua plenitude.

CAPÍTULO 4 - DA DIACRONIA DO FOTOJORNALISMO À SUA LEITURA NO JTO

4.1 Por uma diacronia fotojornalística

As origens da reportagem fotográfica remontam a meados do século XIX. Segundo Costa (1993) em 1845, começaram a surgir trabalhos com características de reportagem. Os exemplos mais significativos estão ligados ao trabalho de Roger Fenton que fotografou a Guerra da Criméia em 1855, e Mathew Brady a Guerra da Secessão norte-americana no início dos anos de 1860.

A relação da fotografia com o texto era estática e o seu conteúdo era quase sempre redundante à informação escrita, não ultrapassando o simples papel de ilustração.

Em 1888, a fotografia iria receber um impulso enorme, através da fundação da revista "National Geographic". Com uma orientação para a divulgação do visual, viria a tornar-se um dos maiores expoentes da fotografia mundial na atualidade. Estava aberto o caminho para as revistas ilustradas, que tiveram um papel diferenciador no que concerne ao uso da fotografia na imprensa, consolidando assim, o processo de massificação da fotografia iniciado em meados do século XIX.

O rápido desenvolvimento da imprensa ilustrada exigia mais agilidade na prática fotográfica, já que os equipamentos eram pesados e impediam o fotógrafo de se locomover rapidamente. Com a invenção das câmeras de pequeno formato, esse problema foi solucionado.

O século XIX apresenta particularidades importantes com relação às suas repercussões sociais e aos avanços tecnológicos da humanidade. Um deles relacionado ao uso da fotografia foi a capacidade de registrar em imagens aspectos do cotidiano, conferindo-lhe enorme importância no cenário desse século.

O aparecimento das imagens fotográficas em jornais, por volta de 1890, desperta o interesse dos editores de jornais e, assim, a imprensa adquiriu força com a linguagem do fotojornalismo.

Erich Salomon, fotógrafo alemão, nos anos 1920-1930, teve grande importância para a difusão do fotojornalismo ao trabalhar com a revolucionária câmara fotográfica "Ermanox", de pequeno formato, versátil e compacta. Com essa câmera, ele iria registrar os grandes acontecimentos políticos da época, com originalidade, naturalidade e, assim dando vida nova à fotografia de imprensa. (Costa, 1993)

Freund (1995) destaca o momento revolucionário:

“A introdução da fotografia na imprensa é um fenômeno de uma importância capital. Ela muda a visão das massas. Até então o homem vulgar apenas podia visualizar fenômenos que se passavam perto dele, na rua, na sua aldeia. Com a fotografia, abre-se uma janela para o mundo. Os rostos das personagens políticas, os acontecimentos que têm lugar no próprio país ou fora de fronteiras tornam-se familiares. Com o alargamento do olhar o mundo encolhe-se”.

Com a proliferação fotográfica no jornal impresso viu-se a necessidade da figura do editor²², que teve sua origem na especialização de funções no âmbito da imprensa. A imprensa percebeu, nesse momento, o potencial narrativo da mensagem fotográfica e a possibilidade de multiplicação da sua força persuasiva através da articulação entre texto e imagem e das imagens entre si.

Através do jornal impresso, a multiplicação massiva de imagens tem sido possível em função da “credibilidade” da imagem, fazendo com que sua mensagem, acompanhada das legendas e textos “informativos”, seja aceita e assimilada como expressão da verdade. Sendo assim, são inúmeros exemplos de utilização da fotografia para a propagação de idéias, seja no campo político, religioso, artístico ou científico.

²² pessoa ou instituição que atua como elemento intermediário entre o autor e o público consumidor; que dirige

Percebe-se no processo da nova ordem política que sucedeu a Revolução Russa, ou mesmo durante o governo de Mao Tse Tung, ou ainda na propagação do discurso nazi-fascista, que a informação fotográfica foi utilizada amplamente como falsa verdade. Nesse período, era comum "fabricar fotos" reconstituindo, muito tempo depois, fatos históricos isolados. Sob o prisma de quem detinha o poder. Os exemplos clássicos são as fotos da tomada do Palácio de Inverno de Petrogrado ou ainda a "Grande Marcha" de Mao Tse Tung.

Assiste-se assim não somente a eliminação da própria história e das fotos que a testemunharam, mas também das personalidades que, durante a implantação dos novos regimes, passaram a não ser mais interessantes para as suas respectivas diretrizes governamentais. Outra forma de falsear era registrar fotograficamente, no caso de Mao Tse Tung, - sempre de baixo para cima - com o intuito de enaltecer a grandeza do momento ou da personalidade em questão.

Com a inserção da tecnologia digital, muda-se a captação de imagem na linguagem do fotojornalismo e vantagens são proporcionadas. Uma delas é a velocidade com que são transmitidas as fotos, simplificando o processo de edição. Pelo método tradicional, leva-se mais tempo para completar o processo, que compreende desde a revelação do filme até a produção da foto escolhida pelo editor. Para a mídia impressa, que trabalha com tempos determinados para fechar diariamente suas edições, a câmara digital se revela um instrumento de elevada vantagem competitiva, transformando o jornal em um produto cada vez mais atualizado.

Sousa (2000) afirma que:

"Tendo vantagens técnicas e econômicas, a fotografia digital será difícil de travar no campo da imprensa e não é nítido, sequer, que deva ser travada, inclusive não só porque pode haver alturas em que a manipulação digital dá à imagem valor acrescentado, mesmo em termos de interpretação e análise, mas também porque a digitalização facilita a reescrita de legendas e o arquivo".

Facilita também o trabalho do profissional na captação da fotografia digital, pois o fotojornalista pode conferir no mesmo instante, pelo visor de cristal líquido da câmara, os resultados da imagem. Se a fotografia apresentada não obtiver uma aceitação satisfatória, o fotógrafo a oportunidade de eliminá-la ou refazê-la. Na fotografia tradicional, só após a revelação do negativo é que o fotógrafo analisará o resultado.

A aceitação da fotografia digital na mídia impressa tende a ser cada vez mais positiva, mais isso não nos deixa esquecer que a mesma possui duas desvantagens principais: uma transitória e outra permanente. A desvantagem transitória se refere ao valor de mercado das câmaras digitais profissionais, sendo esse problema típico da era da informática.

Com o aumento da produção em série e da descoberta de novas tecnologias de produção esse problema tende a ser resolvido, pois, a cada lançamento os preços desse tipo de equipamento tendem a ser reduzidos. Já a desvantagem permanente envolve problemas éticos, pois a extrema facilidade de manipulação e alteração das imagens com os programas de edição, oferecidas no mercado, evidencia cada vez mais a produção ideológica no fazer jornalístico.

Resumindo, a diacronia fotojornalística nos mostra que a disseminação da fotografia de imprensa é uma das marcas da internacionalização das estratégias de comunicação de massa e da consolidação de uma cultura moderna predominantemente visual.

4.2 A linguagem fotográfica na mídia impressa – O fotojornalismo

A atividade do fotojornalismo caracteriza-se mais pela finalidade, pela intenção e não tanto pelo produto. É uma atividade de realização de fotografias informativas, interpretativas, documentais ou ilustrativas para a imprensa ou outros projetos editoriais, ligados à produção de informação de atualidade.

Na mídia impressa, a fotografia vem sempre acompanhada do texto, e esse é, ele próprio, um suporte de conotação da imagem. O funcionalismo da fotografia jornalística está ligado a sua forma de utilização como fonte de informação, como formadora da notícia, como imagem, que através da sua funcionalidade proporciona o acesso às informações, e onde esclarece, mostra, informa, enfim supre as necessidades do saber.

A fotografia jornalística deve ser capaz de prender a atenção dos leitores com maior precisão e rapidez. Através de um mero olhar, qualquer pessoa toma conhecimento da notícia e pode ser induzida a ler, com interesse, o texto que a acompanha, desde que a imagem fotográfica seja de qualidade.

Mesmo vivendo numa cultura tida como predominantemente imagética não há uma reflexão específica com relação ao uso da fotografia como representação do real. Já que o objeto de estudo em questão trata-se do Jornal enquanto enunciador.

Vilches (1987), em "*Teoria de la image periodista*", refere-se ao jogo comunicativo que imagem e texto exercem sobre o leitor. Primeiro olha-se a foto, depois o texto para, finalmente, voltarmos à mesma imagem inicial. Essa prática jornalística de legendar fotografias tem um sentido muito nítido: direcionar o ponto principal da imagem. Assim, o leitor não corre o risco de escapar da manipulação a que a mídia impressa nos impõe através do processo produtivo da informação.

4.3 Do processo de produção à emissão / veiculação

Segundo a concepção de Flusser (2002), as imagens técnicas são produzidas por aparelhos²³ (brinquedo que simula um tipo de pensamento). Assim, define o autor que aparelho fotográfico é um brinquedo que traduz pensamento conceitual em fotografias, e o uso que se faz dessas imagens, é distribuída pela mídia impressa em determinadas culturas.

Com o desenvolvimento técnico da fotografia se faz necessário discussões de ordem teórica sobre sua linguagem, ou seja, é necessário entender a fotografia no seu sentido conceitual. Discutir aspectos ligados à produção, uso e recepção da fotografia impressa, o fotojornalismo.

Com a aceitação do invento da fotografia, essa linguagem foi descoberta pelos detentores do poder como uma poderosa arma no processo de representação, visto que o nível de credibilidade se fazia presente.

Por isso, pressupõe-se a fotografia de imprensa como sendo uma mensagem com uma tremenda força de objetividade. Pois, espera-se dessa mensagem, informações que emitam a verdade. Nessa visão o uso da fotografia deixaria de ser mera ilustração e seria

²³ Por definição etimológica a palavra latina *apparatus* deriva dos verbos *adparare* e *praeparare*. O primeiro indica prontidão para algo; o segundo disponibilidade em prol de algo. (Flusser, 2002)

um testemunho fidedigno e transparente do fato. Mas, por diversas razões isso não acontece. Vilches (1987) coloca que toda fotografia produz uma “impressão da realidade”, que no contexto da imprensa se traduz por uma “impressão da verdade”.

O que é preciso, é refletir sobre a maneira que se pode ler e compreender os diferentes significados produzidos pela divulgação das mensagens ideológicas através do texto e da imagem fotográfica. Tal postura se faz necessária para que o leitor possa discernir as intencionalidades discursivas, pois como Flusser (2002) esclarece, quem possui o aparelho não exerce o poder, mas quem o programa. Portanto o que importa é quem de fato define as regras do jogo.

Deve-se considerar ainda o pressuposto de que o ambiente sócio-cultural e econômico também pode diferir as atribuições de significados, permitindo assim uma leitura indiciada pela situação em que cada leitor está inserido.

Precisa-se diante desse quadro, propor uma educação visual da fotografia como acontece com o texto verbal, perpassando pela sintaxe à semântica. Isso possibilitaria aos leitores uma maior compreensão das notícias emitidas pelo jornal impresso. Pode-se, desse modo, interpretar, nas entrelinhas, as informações como propagação ideológica, o que vem a transformar o jornal em um mero produto de marketing ideológico. Partindo dessa proposta é que evidencia-se a necessidade de entender quais são os elementos visuais da composição da imagem.

4.3.1 Os componentes visuais da fotografia

Para a compreensão da linguagem fotográfica, é importante entender suas características peculiares referentes ao processo técnico e estético. Na fotografia a composição, arranjo visual dos elementos, é produzida pela interação de vários componentes visuais. A junção de todos eles faz com que a imagem cumpra seu papel de informar e formar opiniões.

A fim de obter um maior controle dos diferentes componentes da expressão fotográfica e para facilitar a tarefa de análise empírica, com base nos estudos de Vilches (1987) e Dondis (2000), os elementos básicos da comunicação visual podem ser divididos em dois grandes grupos, elementos que compreendem valores cromáticos (relativo a cores) e elementos que compreendem valores espaciais:

1º grupo: elementos que compreendem valores cromáticos

- Contraste

Segundo Dondis (2000), o contraste é o controle mais eficaz do efeito visual e encontra-se no entendimento de que existe uma ligação entre mensagem e significado, por um lado, e técnicas visuais por outro. A importância do contraste começa no nível básico da visão ou da ausência de luz.

Como estratégia visual para aguçar o significado, afirma a autora, o contraste não só é capaz de estimular e atrair a atenção do observador, mas pode também dramatizar esse significado, para torná-lo mais importante e mais dinâmico. Na proposta singular do conceito de contraste seria simplesmente trabalhar com os opostos, seja de elementos como a cor, o tom, a forma.

- Cor

Considerada a mais imediata evidência da visão, a cor pode propiciar uma maior proximidade da realidade. Segundo Dondis (2000), a cor está, de fato, impregnada de informação e é uma das experiências visuais que temos em comum. A escolha de imagens, em preto e branco ou coloridas, determina diferentes possibilidades de leituras, já que as cores ou ausência delas também são uma forma de sugerir uma realidade enganosa. A cor pode e deve ser usada desde que sob um cuidadoso controle estético.

- Nitidez

Dentro dos limites técnicos, temos possibilidades de controlar não só a localização do foco, como também a quantidade de elementos que ficarão nítidos. A escolha depende do fotógrafo, mas a força da mensagem deve muito ao foco. Assim, as escolhas do fotógrafo permitem a valorização de um objeto em detrimento dos outros constantes no enquadramento.

- Iluminação

A iluminação fornece inúmeras possibilidades ao fotógrafo. Ela está interligada aos outros elementos da linguagem, funcionando de forma decisiva na obtenção do clima desejado, seja de sonho, devaneio, ou de impacto, surpresa e suspense. A iluminação pode enfatizar um elemento, destacando-o dos demais como também pode alterar sua conotação.

2º grupo: elementos que compreendem valores espaciais

Planos

Quanto ao distanciamento da câmara em relação ao objeto fotografado, levando-se em conta a organização dos elementos internos do enquadramento, verifica-se que a

distinção entre os planos não é somente uma diferença formal, cada um possui uma capacidade narrativa, um conteúdo dramático próprio.

Os planos se dividem em 5 grupos:

- Grande Plano Geral (GPG)

O ambiente é o elemento primordial. O sujeito é um elemento dominado pela situação geográfica. Objetivamente a área do quadro é preenchida pelo ambiente deixando uma pequena parcela deste espaço para o sujeito que também o dimensiona. Seu valor descritivo está na importância da localização geográfica do sujeito e o seu valor dramático está no envolvimento, ou esmagamento, do sujeito pelo ambiente. Pode enfatizar a dominação do ambiente sobre o homem ou, simbolicamente, a solidão.

- Plano Geral (PG)

Neste enquadramento, o ambiente ocupa uma menor parte do quadro: divide, assim, o espaço com o sujeito. Existe aqui uma integração entre eles. Tem grande valor descritivo, situa a ação e situa o homem no ambiente em que ocorre a ação. O dramático advém do tipo de relação existente entre o sujeito e o ambiente. O PG é necessário para localizar o espaço da ação.

- Plano Médio (PM)

É o enquadramento em que o sujeito preenche o quadro - os pés sobre a linha inferior, a cabeça encostando na parte superior do quadro, até o enquadramento cuja linha inferior corte o sujeito na cintura. Como se vê, os planos não são rigorosamente fixados por enquadres exatos. Eles permitem variações, sendo definidos muito mais pelo equilíbrio entre os elementos do quadro, do que por medidas formais exatas. Os PM são bastante descritivos, diferem dos PG que narram a situação geográfica, porque descrevem a ação e o sujeito.

- Primeiro Plano (PP)

Enquadra o sujeito dando destaque ao seu semblante. Sua função principal é registrar a emoção da fisionomia. O PP isola o sujeito do ambiente, portanto, "dirige" a atenção do espectador.

- **Plano de Detalhe (PD)**

O PD isola uma parte do rosto do sujeito. Evidentemente, é um plano de grande impacto pela ampliação que dá a um pormenor que, geralmente, não percebemos com minúcia. Pode chegar a criar formas quase abstratas.

- **Forma**

Forma não é só o contorno; é o modo do objeto ocupar espaço. As possibilidades normais da fotografia fornecem aspectos bidimensionais da imagem. A forma, enquanto aspecto isolado, pode fornecer a sensação tridimensional.

- **Profundidade de campo**

O termo refere-se à zona situada entre os pontos mais próximos e os mais distantes de uma cena, que se estendem dos dois lados do modelo fotografado; quanto mais áreas aparentemente focadas maior a profundidade de campo, quanto mais estreita essa área, então menor é a profundidade de campo.

- **Ângulo**

A câmara pode ser situada tanto na mesma altura do sujeito, como também abaixo ou acima dele. Ao fotografar com a máquina de "cima para baixo", ou de "baixo para cima" será diferenciada a impressão subjetiva causada por essa prática. Na primeira posição tende a diminuir o sujeito em relação ao espectador e pode significar derrota, opressão, submissão, fraqueza; enquanto que na outra, ressalta-se a grandeza, a força, o domínio. Evidentemente essas colocações vão depender da escolha do fotógrafo e do contexto em que as imagens forem usadas.

- **Direção**

O sentido de direção tem a ver com a estabilidade. As forças direcionais: horizontal-vertical, diagonal e curvas são de grande importância para a intenção discursiva do fotógrafo.

O volume dos objetos, as cores, sua posição, sua forma se convertem para o leitor em verdadeiras marcas de reconhecimento ou vestígios para seguir pistas de interpretação de possíveis significados do labirinto semântico da imagem (Vilches, 1987).

É certo que a linguagem fotográfica é um importante recurso de comunicação na mídia impressa e graças às inúmeras possibilidades da construção do alfabetismo visual, através de elementos descritos até aqui, possibilita nos entender as conotações multilaterais da imagem no jornal.

4.3.2 A imagem fotográfica como texto visual

A fotografia de imprensa, como linguagem, em nenhum momento deve ser considerada mais simplista que o texto escrito. Sua estrutura é complexa na mesma proporção que o texto escrito, sendo uma como a outra, produtos de diversas transformações discursivas.

Quando vemos uma imagem não percebemos somente sua estrutura visual, mas também a interpretamos como se fosse um texto que deve ser lido. A linguagem da visão se completa com a linguagem da imagem. A imagem se apresenta como um conjunto de proposições implícitas. Tais proposições se atualizam quando o leitor recorre a sua própria enciclopédia cognitiva, quer dizer, a atualização do conhecimento e experiência que tem o receptor do mundo através da informação recebida e acumulada em sua memória. (Vilches, 1987:39)

Quando Vilches (1984) afirma que a imagem é um texto, trabalha com a noção de que o texto se encontra teorizado pela *lingüística textual e pragmática*, que tem sido selecionado como objeto de análise. O texto deve ser considerado como um meio privilegiado das intenções comunicativas.

A fotografia pode ser estudada como um texto visual a partir das marcas sintáticas (seu plano propriamente expressivo ou significante) e o seu significado denotado. A coerência textual na imagem é uma propriedade semântico-perceptiva do texto e permite a interpretação de uma expressão com respeito a um conteúdo de uma seqüência de imagens em relação ao significado.

Esclarece Vilches (1984) que a fotografia de imprensa não é nenhuma ilustração do texto escrito nem sequer a substituição do mesmo. Possui uma autonomia própria e pode considerar-se como um texto informativo. A fotografia de imprensa se revela particularmente eficaz em certos processos de reconhecimento e identificação, porém sem negar o mesmo para o texto escrito.

O tipo de processo discursivo que pode desenvolver o estímulo da fotografia de imprensa pode ser tão abstrato como o da linguagem escrita. E isso acontece porque tanto a foto como o texto escrito se baseiam em convenções sociais e textuais assumidas anteriormente pelo leitor.

Assim, decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. A função dos textos é explicar imagens, a dos conceitos é analisar cenas. Em outros termos: a escrita é meta-código da imagem. (Flusser, 2002)

4.3.3 A inter-relação do texto visual com o texto verbal (legenda)

A relação texto-imagem é fundamental para a compreensão própria das realidades construídas pela mídia impressa, pois o que Flusser (2002) afirma é que à medida que a ciência vai combatendo ideologias, ela própria vai absorvendo imagens e se ideologizando. O autor esclarece que embora textos expliquem imagens a fim de rasgá-las, imagens são capazes de ilustrar textos, a fim de *remagicizá-los*. Acrescenta ainda que graças a dialética, *imaginação e conceituação*, que mutuamente se negam, vão mutuamente se reforçando. As imagens se tornam cada vez mais conceituais e os textos, cada vez mais imaginativos.

O discurso fotográfico no jornal desperta expectativas no leitor que o mesmo não se satisfaz somente com a imagem. Recorre-se à legenda e logo após ao texto para suprir tais expectativas. Tanto a imagem quanto o texto possuem competências para realizar discursos coerentes do ponto de vista informativo.

Segundo Vanoye (1998), o discurso visual e o verbal não se opõem nem se excluem. Na mídia impressa, eles se interagem, superpõem-se, combinam-se. Há o que o autor chama de “uma verdadeira dialética da imagem e da palavra.” Nela a relação texto-imagem varia segundo a proeminência atribuída um ao outro, apresentando cinco tipos de caso:

1º caso - O texto é auto-suficiente; a fotografia aparece como ornamento²⁴ ou ilustração²⁵.

²⁴ ornamento: descanso para os olhos, alguns periódicos enfeitam seus textos com fotos com a função de “iluminar” a página;

²⁵ ilustração: a foto é redundante em relação ao texto; não traz nenhuma informação suplementar, mas em todo caso autentica com sua verdade os fatos relatados



Figura 6 - Capa do caderno 2 do JTO veiculado na semana do dia 02 a 08/01/1990.

No exemplo acima, percebe-se que o Jornal do Tocantins faz uso das imagens fotográficas como ilustrações, já que as mesmas em relação ao título nada trazem de novo. Ao colocar na chamada “Viagem ao futuro”, o jornal convida o leitor a conhecer e apostar em novas oportunidades; usa-se fotos do presente para garantir a imagem do futuro.

2º caso – Fotografia e texto transmitem informações complementares. Nesse caso, estabelece-se um vaivém entre o texto e a imagem; suas informações juntam-se e completam-se.

Jornal do Tocantins

ANO VIII Nº 190 Miracema do Norte-TO, 13 a 20 de Dezembro de 1988 C\$ 180,00

Capital provoca festa e revolta

Miracema comemora e Araguaína contesta sua escolha



O protesto em Araguaína provocou uma grande fila na rodovia. Prejudicados, os motoristas também entraram na briga



Muita com pouco estrutura, Miracema foi a escolhida...



...razando eufria na população que comemora muito...



... e revolta com festa a governador Siqueira Campos



Siqueira reata à imprensa e analisa a repercussão



A escolha de Miracema do Norte como a Capital provisória do Tocantins, anunciada na última quarta-feira, dia 7, pelo Governador eleito Siqueira Campos após a comunicação do Presidente da República, José Sarney, em Brasília, foi aplaudida pela maioria, mas provocou frustração e revolta em Araguaína, uma das três principais cidades (juntamente com Porto Nacional e Goiatuba) que postularam o direito de sediar mesmo temporariamente a sede do governo tocaninense.

Enquanto a população e as elites locais de Miracema do Norte, cidade situada à margem esquerda do Rio Tocantins e a 115 Km de Goiânia, comemorava efusivamente a inesperada escolha, com sua população saindo de suas cotidianas rotinas comerciais e dando vivas à Siqueira Campos e Sarney, Araguaína deixava claro o seu estado de revolta, com lideranças e populares protestando veementemente.

A primeira medida foi bloquear a ponte sobre o Rio Lezíria, interditando a rodovia BR-153 (Belém-Brasília) e provocando filas enormes de veículos. Farcas registraram a frustração e vários políticos, entre eles o senador Carlos Patrocínio e o prefeito eleito João Ribeiro, apoiaram as reações dos populares. Depois de algumas reuniões e negociações, as lideranças resolveram encaminhar três reivindicações básicas como uma maneira de compensar a não escolha da cidade para ser a Capital.

Querem uma universidade e um Parque Industrial em Araguaína e pagamento de dois estrados que ligam a cidade a outros municípios. A reivindicação, contudo, não pode ser revista a tempo e a meia-noite de quinta-feira, dia 8, quando os estrados estavam impossibilitados de prosseguir viagem, resolveram abrir caminho à força, rompendo dois ombres (um dos quais foi queimado) dos freios e um Fiat, provocando apressos por parte das autoridades que ficaram de prontidão para uma possível intervenção de forças policiais, o que acabou não sendo necessário.

As outras duas cidades que disputaram o privilégio de sediar a Capital provisória do Tocantins, Porto Nacional e Goiatuba, reagiram pacificamente à escolha de Miracema. Políticos e populares de ambas não aprovaram o comportamento de hostilidade e entendem que o local escolhido pelo Presidente José Sarney, representa o consenso, não havendo motivos para protestos como os verificamos em Araguaína. (Págs. 2, 3 e 4)

Totó quer liderar a oposição

Derrotado na candidatura para o Senado Federal em Tocantins, o deputado estadual Totó Iry de Azevedo volta a sua profissão e defende que tem condições de liderar a oposição. (Pág. 5)

Condições ideais para irrigação

O irrigação é essencial para o desenvolvimento econômico, diz o governador Siqueira Campos. (Pág. 5)

Governo fala em racionar eletricidade

Com não serem em condições ideais para racionar a energia elétrica, diz o governador Siqueira Campos. (Pág. 5)

Inabilidade e coragem no lombo do boi

Esperamos que os nossos representantes no legislativo tenham a habilidade e coragem para enfrentar os desafios que se apresentam. (Pág. 11)

Problemas e belezas na I. Bananal

A Ilha do Bananal é uma das mais belas do Brasil. O governador Siqueira Campos quer que ela seja aproveitada para o desenvolvimento do Estado. (Pág. 12)

Corrida ao Planalto racha PMDB

Um novo rumo na secessão do PMDB é apontado pelo governador Siqueira Campos. (Pág. 6)

Figura 7 - Exemplar nº 190 do JTO veiculado na semana do dia 13 a 20/12/1988.

Através desse exemplo fica claro que o leitor precisa da foto, do texto e do título para entender os sentidos discursivos dentro desse contexto, mesmo sendo uma chamada provocativa, a figura do governador vem nesse caso com maior destaque e centralizada em relação à capa. Por meio da diagramação, o governador se torna o centro de qualquer decisão, ou seja, se coloca na figura de gestor. O discurso visual e o verbal complementam-se na medida em que é necessário o vaivém entre imagem e texto para entender melhor o texto proposto pelo jornal.

3º caso – O texto subordina-se à fotografia. O texto pode “informar” a fotografia, ou seja, dar-lhe uma significação que ela sozinha não poderia veicular com clareza. Aqui, a noção de “verdade da imagem” é relativa e que com um pouco de habilidade se pode dar significados bem diversos a uma fotografia: comentários, interpretações, juízos de valor.

Jornal do Tocantins
ANO VIII NÚMERO 193 Miracema do Norte-TO, 03 a 10 de Janeiro de 1989 C\$ 250,00

O sonho agora é pura realidade

O Estado do Tocantins foi instalado dia 1º último, com festa



Dia 1º último, em Miracema, o primeiro Governador do Tocantins, Siqueira Campos, assina o termo de posse

Miracema do Norte, a pequena e tranquila cidade que saiu do anonimato e ganhou as margens do Rio Tocantins para ser a província e primeira Capital do novo Estado, transformou-se em um palco festivo para a instalação, com a posse do Governador Siqueira Campos, seu Vice, Darcy Martins Gomes e deputados estaduais, bem como de seu filho, Sebastião Berta, e seus vereadores, também eleitos em 15 de novembro de 88, do Estado do Tocantins.

Autoridades, lideranças políticas, comunistas e populares tomaram conta da cidade, dia 1º último, provocando uma movimentação nunca antes vista em Miracema, que aconteceu o domingo com alvorada, muitos fogos e o entusiasmo de uma nova etapa. Pela manhã, o governador Siqueira Campos recebeu convidados para um almoço no Clube Ungep de Pálida (Correntinho), onde deu uma entrevista coletiva à imprensa.

A parte da tarde ficou reservada para as solenidades de posse, realizadas sob um toldo no Ginásio de Esportes de Miracema, que ficou completamente lotado. Primeiro a presidente do Tribunal Regional Eleitoral de Goiás, desembargadora Jacqueline Benício de Sá, deu posse à Assembleia Legislativa, com o voto do deputado estadual mais velho, Vicente Torresol (PFL), para dirigir a primeira sessão, com seqüentemente, dar início aos trabalhos que elegeriam a mesa diretora.

O deputado Raimundo Nonato P. dos Santos foi eleito o Presidente da Assembleia, com a indicação que o delegou poderes para o governador e Vice-governador. Após as modalidades de praxe, os eleitos fizeram juramento e assinaram os termos de posse.

Representando o Presidente José Sarney estava o Governador do Distrito Federal, Joaquim Rorato, ao passo que o Procurador geral de Goiás, Gery e Bezerra Tocantins, representou o Governador de Goiás, Henrique Santillo. Após a posse, o Governador Siqueira Campos permitiu que em Miracema, de onde saiu ontem, dia 2, para prestar a posse dos senhores locais (fretes levadas na segunda e do cotidiano de Goiás (que acontece nesta sexta, dia 3), em Brasília, onde também haverá reuniões para o Tocantins, devendo-se encontrar com Sarney.

As audiências públicas se acontercerão a partir do dia 9 deste mês, no Palácio Anagnina, ao passo que no final desta semana a família do governador estará transferindo residência para Miracema do Norte. (Páginas 3, 4, 6, 7, 8, 10 e Editorial).

<p>Governadores querem romper com Sarney</p> <p>Do governador Miguel Arraes, Ministro Federal, até o atual governador de Pernambuco, o governador do Tocantins, Siqueira Campos, estão preocupados com a possibilidade de rompimento com o Governador Federal, Sarney. (Página 9).</p>	<p>Lutando pela implantação do Campeonato</p> <p>Com o término do Campeonato de Futebol da Liga de Futebol, o clube começou a preparar para o próximo ano, o primeiro jogo, em 15 de janeiro próximo. De encontro ao clube de base, o clube irá participar para o Campeonato de Futebol Tocantino. (Página 10).</p>	<p>Economia provoca racha no Governo</p> <p>A expectativa de crescimento da economia, após tantos meses de recessão, levou o governador Siqueira Campos a convocar o Conselho de Governo, para discutir o plano de desenvolvimento econômico e a organização das atividades públicas. (Página 12).</p>	<p>Ex-campeão de motos foi assassinado</p> <p>O ex-campeão de motos do Brasil, João Roberto Pinheiro, foi assassinado em um acidente de trânsito no município de Miracema do Norte. O acidente ocorreu na noite de 1º de janeiro, no município de Miracema do Norte. A polícia está investigando o caso. (Página 10).</p>	<p>Contabilistas reivindicam participação</p> <p>A categoria dos contabilistas do Estado do Tocantins, através do Conselho Regional de Contabilidade, está reivindicando a participação na elaboração do plano de desenvolvimento econômico do Estado. (Página 11).</p>	<p>Municípios empusam os seus eleitos</p> <p>Os municípios do Estado do Tocantins estão empusando os seus eleitos para que possam exercer o cargo de vereador. A categoria dos vereadores do Estado do Tocantins está reivindicando a participação na elaboração do plano de desenvolvimento econômico do Estado. (Página 11).</p>
---	--	---	--	--	---

A equipe que atua com Siqueira

(Página 11)

Figura 8 - Exemplar nº 193 do JTO veiculado na semana do dia 03 a 10/01/1989.

Essa capa nos mostra que a foto utilizada poderia se dissociar do texto. O governador poderia assinar qualquer documento, mas através do título fica explícito que a foto remete ao ato da assinatura do termo de posse do 1º governador do estado do Tocantins.

alto o grande vencedor e “a grande massa popular”, como diz o texto, assiste ao “final de mais uma batalha”; todos comemoram o começo oficial da construção de Palmas.

5º caso – Fotografia e texto separam-se, transmitindo informações paralelas ou contraditórias.



Figura 10 - Exemplar nº 307 do JTO veiculado na semana do dia 19 a 25/03/1991.

Aqui, durante a transmissão de cargo, o governador Siqueira Campos passa a faixa para Moisés Avelino, o novo governador do Estado. Através da chamada principal “Suspensas medidas de Siqueira”, e, logo abaixo, a foto da transmissão da faixa convém afirmar que são discursos a princípio paralelos, o que confunde o leitor. Nessa capa, não há um foco

principal, são várias chamadas dispersando a atenção do leitor. Na escolha do fotógrafo, é apresentado Siqueira Campos à esquerda do novo governador. Através dessa prática a imagem do governador passa a ser a vítima e o elemento à direita o grande vilão.

É evidente que a fotografia de imprensa desperta a atenção do leitor, mas não é suficiente para suprir as indagações provenientes da mensagem fotográfica em relação à narrativa do acontecimento proposto. Assim, faz-se necessário um texto que acompanhe a imagem.

A conexão entre texto escrito e fotografia é mais complexa do que uma simples funcionalidade comunicativa e se relaciona com as competências tanto icônicas como verbais que, no caso do redator e no outro o leitor, coloca em jogo o entendimento do discurso apresentado pelo jornal impresso.

4.3.4 Da atuação do fotojornalista à edição e a manipulação visual

O processo comunicacional da fotografia, respeitando todas as suas etapas, não fere a tríade da teoria da comunicação: o emissor (fotógrafo), o canal (a fotografia) e o receptor (o leitor). Assim, através de uma fotografia (produto), o fotógrafo (produtor) manifesta sua intencionalidade de comunicação que pode – ou não – ser decodificada como ele intenciona pelo leitor (receptor).

“Para fotografar, o fotógrafo precisa, antes de mais nada, conceber sua intenção estética, política etc. O aparelho obriga o fotógrafo a transcodificar sua intenção em conceitos, antes de poder transcodificá-la em imagens. Toda intenção estética, política ou epistemológica deve, necessariamente, passar pelo crivo da conceituação, antes de resultar em imagem. Fotografia são imagens de conceitos, são conceitos transcodificados em cenas.” (Flusser, 2002).

Com base na afirmação acima é que a fotografia jornalística, como conhecemos hoje, está longe do "caricato" que desempenhava nos primórdios do seu nascimento. Um longo caminho de aperfeiçoamento tanto técnico como de profissionalização foi percorrido até adquirir o *status* que possui hoje. A fotografia de imprensa, desde o seu nascimento,

trouxe consigo o repórter fotográfico, ou o fotojornalista, o que proporcionou a descoberta da importância da imagem como fonte de informação. Uma vez que a caminhada foi percorrida pelo profissional, continua por ele a construção através da linguagem fotográfica, da apreensão da realidade até a produção da notícia.

Para Flusser (2002), o fotógrafo produz símbolos, manipula-os e os armazena. Os resultados dessa ação são mensagens. Através dessa ação novas potencialidades são descobertas pelo fotógrafo. Assim o aparelho fotográfico funciona de acordo com os interesses do fotógrafo, este de acordo com a empresa que produz o jornal, essa de acordo com os Aparelhos Ideológicos de Estado.

O fotojornalista deve saber identificar as imagens que melhor irão informar e de certa forma se adaptar aos textos. A informação, o entretenimento e um grande poder de indução para o jornal fazem parte das qualificações de uma imagem fotojornalística. É certo que os mesmos não são ilustradores de eventos, ou simples retratistas, mas profissionais que devem conseguir passar ao leitor uma visão dos fatos.

Kossoy (1997) afirma que o fotógrafo seleciona o assunto, para a elaboração da fotografia, em função de uma determinada finalidade/intencionalidade. O que irá definir decisivamente na concepção e construção da imagem final. O autor ainda acrescenta que o assunto resulta de uma sucessão de diferentes naturezas – idealizadas e conduzidas pelo fotógrafo – seleções essas que ocorrem mais ou menos concomitantemente e que interagem entre si, determinando o caráter da representação.

Para informar o leitor de acordo com a intencionalidade pré-estabelecida pelo Jornal, deve o repórter fotográfico ter domínio dos recursos técnicos da câmera fotográfica e os elementos constitutivos da linguagem visual.

É notório afirmar que a objetividade vai mais além do simples olhar, ao mesmo tempo em que o fotógrafo emite, através do aparelho fotográfico, sua impressão da realidade, o fotógrafo conta com as diferentes lentes que aproximam objetos distantes, que afastam objetos próximos, podendo-se distorcer a percepção da realidade. Perde-se então o crédito dado à objetividade da realidade capturada, passando a aceitar que a realidade apresentada é uma “realidade construída”, através de emoções do fotógrafo e aspectos técnicos peculiares ao aparelho fotográfico. Tudo isso deve ser de domínio do fotógrafo, no momento decisivo da captação das imagens.

Visto que a captação de imagens sofre mudanças com a era digital, é inegável que os recursos de tratamento de imagens facilitem o trabalho do fotógrafo que pode somar mais qualidade ao produto final. Isso porém não dispensa o olhar artístico e o senso estético na seleção do que pode ser alterado sem prejudicar o efeito que se pretende atingir. Embora o computador e os softwares, assim como a máquina fotográfica digital, estejam cada vez mais acessíveis, tanto financeiramente quanto pela interatividade e familiaridade na manipulação, não se dispensa a mão do bom profissional, cujo toque faz a diferença entre o criativo e o comum.

Segundo Kossoy (2001),

“ao observar uma fotografia deve-se estar consciente de que a interpretação do real será forçosamente influenciada por uma, várias interpretações (...). As possibilidades do fotógrafo interferir na imagem – e portanto na configuração própria do assunto no contexto da realidade – existem desde a invenção da fotografia. Dramatizando ou valorizando esteticamente os cenários, deformando a aparência dos seus retratados, alterando o realismo físico da natureza e das coisas, omitindo ou introduzindo detalhes, elaborando a composição ou incursionando na própria linguagem do meio, o fotógrafo sempre manipulou seus temas de alguma forma: técnica, estética ou ideologicamente.”

Como se vê, o trabalho do repórter fotográfico é algo muito amplo, devendo conter uma produção consciente do que vê, do que retrata e informa através da ação fotográfica, transformando segundos em realidades construídas.

As mensagens verbais e não-verbais, que compõem os discursos veiculados na mídia impressa, relacionam-se entre si, possuindo cada um deles disposições diferentes na página do jornal. Como o impacto da informação levada ao receptor depende dessa disposição. Entendemos esse trabalho, como manipulação, ou seja, qualquer inferência técnica efetuada pelo fotojornalista e editor do jornal, com finalidades expressivas seguindo a um determinado padrão exigido pela empresa responsável pela mídia em questão.

A fotografia como representação e linguagem inserida no jornal impresso, como é tratada pelo fotógrafo, tem seqüência ao longo da editoração da imagem. A esse processo Kossoy (1999) chama de *pós produção*, isto é, quando a imagem se vê objeto de uma série de “adaptações”, visando sua inserção da página do jornal, da revista, do cartaz etc.

Assim, são infinitas as possibilidades de manipulação elaboradas pela mídia impressa. Pois, a imagem, por sua gênese, sempre foi suscetível às alterações de seus significados em função da relação imagem/texto (títulos que recebem, dos textos e legendas que a acompanham, da forma como paginadas).

No momento da diagramação do jornal o editor deve ter habilidades para que as fotografias sejam utilizadas de maneira que apresente ao leitor um conjunto de gêneros informativos (texto, fotos, gráficos) de forma atraente e compreensível. A imagem deve ser avaliada principalmente pelo seu valor informativo. O tamanho que a foto ocupa na página também é um fator decisivo para interpretação do leitor. Devido a seu impacto visual, as fotografias são um ponto chave das notícias.

Deve ser levado em conta questões importantes na produção do jornal impresso como: A fotografia é informativa, interessante? A composição é esteticamente atrativa? A mensagem visual é compatível com a mensagem escrita? Qual a melhor posição na página para valorizar o discurso escrito? É suficiente uma só foto como chamada da matéria?

Vilches (1987) propõe uma estrutura em cubos, que são denominadas “zonas de preferências”, cuja estrutura caracteriza o jornal devido a seu formato e o diferencia dos outros meios de comunicação.

Para analisar a posição de cada imagem na página, Vilches (1987) propõe sete diferentes zonas de preferência que correspondem: canto superior/inferior, esquerda/direita, centro superior/inferior/médio. O autor em seus estudos afirma que tanto para as páginas pares como as páginas ímpares, a tendência consiste em concentrar as fotos na parte superior quando se trata da capa, já dentro do jornal a predileção se dá com a zona da direita e a zona menos usada é o espaço centro-inferior. Fazendo uso dos termos do autor, apresentamos:

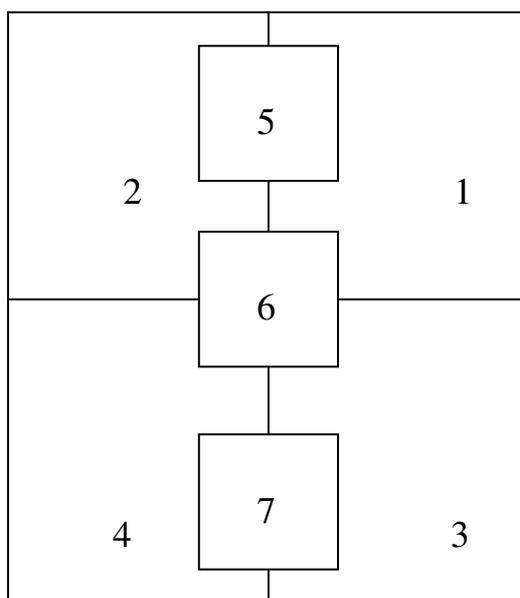


Figura 11 - Zonas de preferência páginas pares

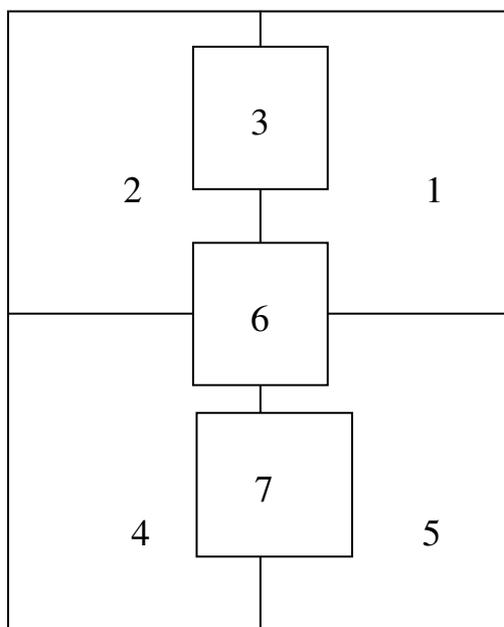


Figura 12 - Zonas de preferência páginas ímpares

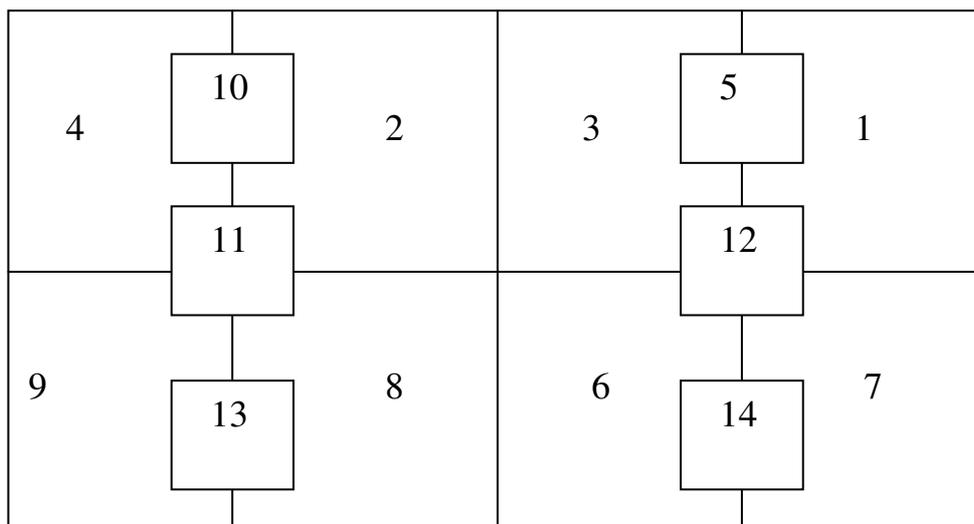


Figura 13 - Visualização das zonas de preferências de página dupla

4.4 O processo de leitura

Ao analisar a imagem fotográfica leva-se em conta aspectos perceptivos que a teoria da Gestalt denomina “lei de agrupamento” que, está vinculada a relação interespacial entre os objetos. Segundo tais estudos quanto mais próximos estão os objetos mais eles se atraem. A dispersão debilita as forças de atração.

Assim, como diferenciar na imagem a figura e o fundo? Pela teoria da percepção afirma-se que a figura possui forma, contorno e organização, enquanto que o fundo é amorfo e indefinido. Na mídia impressa, pensa-se a imagem como sendo uma mensagem sem código, mas que através da leitura da percepção criativa e das competências culturais do receptor muda-se o significado. Visto que a interpretação da mensagem fotográfica se dá também pela leitura do fundo, códigos esses que são dispostos no momento da leitura da realidade construída pela mídia impressa. Busca-se através dessa prática a contextualidade da notícia para melhor entender o discurso e seus atos.

Em *Arte e Percepção Visual*, Arnheim (1980) define a sua idéia de "conceito visual" como a imagem mental de um objeto que se adquire por uma multiplicidade de percepções visuais do mesmo, pela sua captação através de inúmeros pontos de vista e contextos. Sabemos, no entanto, que a percepção é filtrada pelos aspectos sócio-culturais. O conceito de um objeto tanto tem de visual (espacial, sensorial e pictórico) como de lingüístico (convencional pré-determinado pela compreensão e aceitação coletivas). O conceito constitui-se a partir de pontos de vista individuais e atributos convencionais, apreendidos com a educação e os meios de comunicação de massa.

Através desses estudos, é coerente afirmar que há uma complexidade de fenômenos perceptivos que desmentem a aparente neutralidade e imparcialidade das imagens fotográficas veiculadas pelo jornal impresso.

Com base nessas idéias, Vilches (1987:20) afirma que as relações de figura e fundo não são estáticas e sim dinâmicas, e essas dependem do contexto que veicula ambos. Acrescenta ainda que quando existe mais de uma pessoa no campo visual, quem se encontra à esquerda produz maior identificação com o observador, enquanto que o da direita vem sempre percebido como um adversário do anterior. O centro de visão começa pelo lado esquerdo devido ao observador colocar maior ênfase na identificação de objetos nesse espaço, dessa forma o que viabiliza tal leitura é a cultura a que somos educados para a aprendizagem.

Assim, analisar o discurso jornalístico representa resgatar as condições históricas de sua produção, que por sua vez significa desvendar a natureza das relações sociais que concorrem para construir. Os discursos revelam um modo específico de inserção de seus emissores na realidade social. O jornal é tomado como fonte precisa, fazendo a informação valer por si mesma e recuperando o fato histórico. Enquanto agente social, interfere no rumo dos acontecimentos, sugere e condiciona atitudes, ou seja, forma opiniões.

Kossoy (1999:44) trabalha com duas premissas, a polissemia da mensagem e duas recepções atreladas ao repertório do leitor.

“As imagens fotográficas, por sua natureza polissêmica, permitem sempre uma leitura plural, dependendo de que as apreciam (...) A recepção da imagem subentende os mecanismos internos do processo de construção da interpretação, processo esse que se funda na evidência fotográfica e que é elaborado no imaginário dos receptores, em conformidade com seus repertórios pessoais, culturais, seus

conhecimentos, suas concepções ideológicas/estéticas, suas convicções morais, éticas, religiosas, seus interesses econômicos, profissionais, seus mitos”.

Assim, conforme a figura abaixo sugerida pelo autor, há um maior entendimento dos mecanismos internos da produção (construção de realidades) e da recepção das imagens.

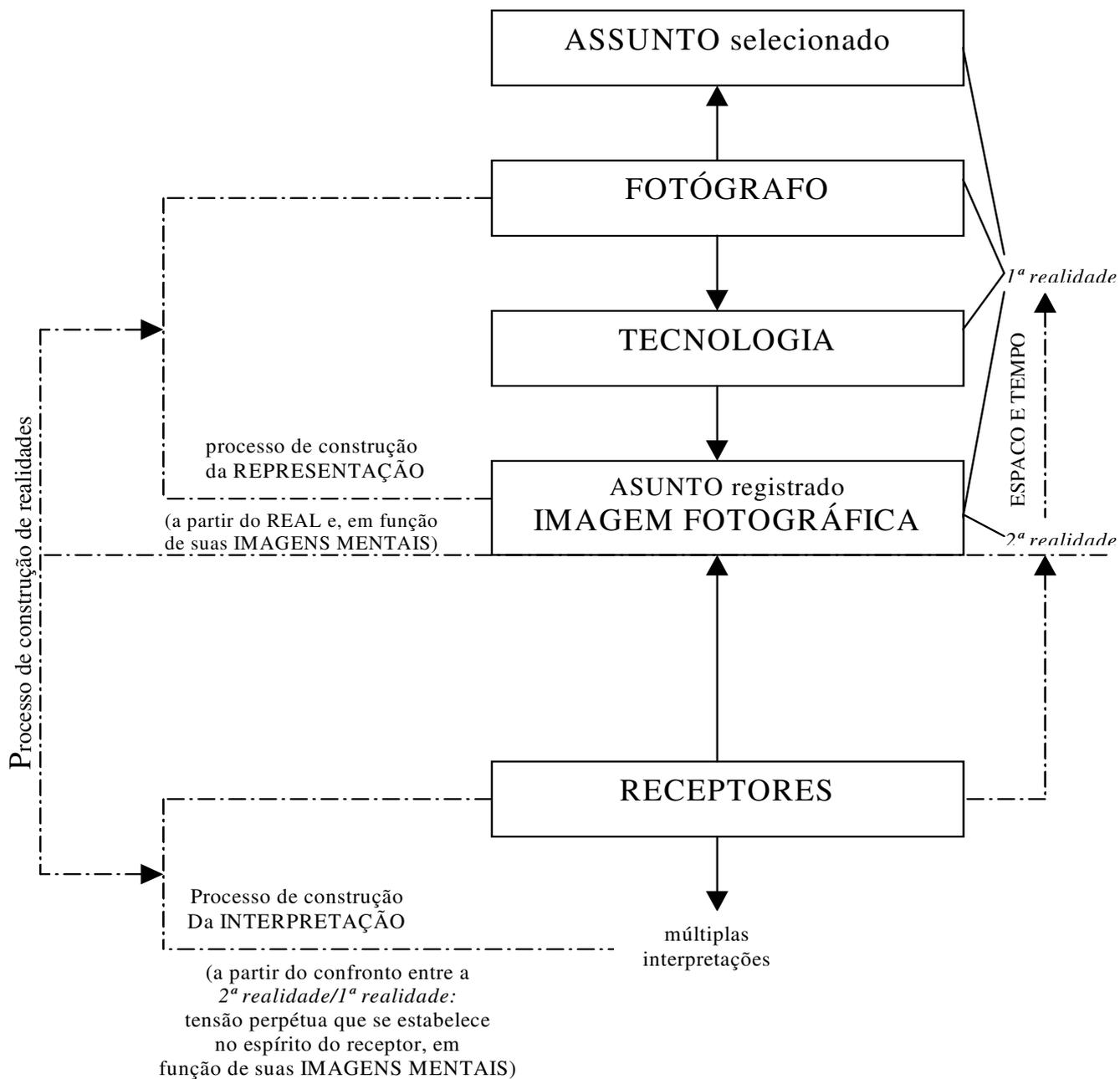


Figura 14 - Processos de construção de realidades

Do ponto de vista do receptor, sempre haverá um confronto entre o documento presente (originado no passado), um confronto entre a realidade que se vê: a *segunda realidade* (a que se inscreve no documento, a *representação*) – através de nossos filtros culturais, estético/ideológicos – e a realidade que se imagina: a *primeira realidade* (a do *fato passado*), recuperada apenas de maneira fragmentária por referências ou por lembranças.

Dessa forma, na elaboração da linguagem fotográfica (concepção/construção/materialização) por parte do fotógrafo, diante da interpretação do tema abordado, mesmo quando a imagem é apreciada e às vezes depreciada, a fotografia é interpretada por diferentes receptores e o jogo de representação eventualmente continua a existir, haverá sempre, como coloca Kossoy (1999:47), um complexo e fascinante *processo de construção de realidades*.

4.4.1 Leitura das denotações às conotações para uma decodificação visual

Ao se pensar a fotografia como linguagem, percebe-se o quanto importa a função referencial da fotografia, a sua capacidade de remissão a um referente real ou a um objeto referente. Nesse caso, a fotografia figurativa veicula uma mensagem denotativa. Por assemelhar-se ao objeto, diz-se que ela é de natureza analógica e a sua mensagem é icônica, portanto, diferente da mensagem lingüística, via de regra não-analógica, arbitrária, convencional, simbólica.

Segundo Dubois (1997), a relação existente entre o plano da expressão e o plano do conteúdo configura aquilo a que chamamos de denotação. Desse modo, significado denotativo é aquele conceito que um certo significante evoca no receptor. Em outras palavras, é o conceito ao qual nos remete certo significante.

Ao abordar o conceito de conotação, Dubois (1997:142) coloca que um termo ou uma palavra, além de seu significado denotativo, pode vir acrescido de outros significados paralelos, de impressões, valores afetivos, negativos e positivos. Assim, sobre o signo lingüístico, dotado de um plano de expressão e de um plano de conteúdo, pode-se construir outro plano de conteúdo constituindo valores sociais, de impressões ou reações

psíquicas que um signo desperta. Esses valores sobrepostos ao signo constituem aquilo que denominamos de sentido denotativo e esse acréscimo de um novo conteúdo constitui a conotação. Assim, o sentido conotativo varia de cultura para cultura, de classe social para classe social, de época para época. Saber depreender a força conotativa das palavras em cada tipo de cultura é indispensável para usá-las bem.

Em síntese, toda palavra possui um significado denotativo, já que em toda palavra se pressupõe reciprocamente dois planos.

Plano de conteúdo (significado)

Plano de expressão (significante)

Sobreposto ao significado denotativo implanta-se o significado conotativo, que consiste num novo plano de conteúdo investido no signo como um todo.

Um dos traços mais marcantes da semiologia de Barthes (1980) é a conotação e a denotação, que reside na focagem da estratificação de sentidos. Existem sentidos primeiros, sentidos segundos assentes sobre os primeiros, sentidos terceiros assentes nos segundos, etc. O sentido aparece como um composto de camadas sucessivas de sentidos.

Não convém atribuir à fotografia apenas a função denotativa. Pois, por trás da câmera, está um observador que decide o que fotografar, o que merece ter ou não destaque, e que por vezes tem objetivos a alcançar, valendo-se, portanto, do uso do código icônico ou imagético com uma intenção premeditada. A posição da câmera em relação ao fotografado, o enquadramento, a composição, a perspectiva, a iluminação, a cor, certamente são decisões que o fotógrafo faz momentos antes do ato fotográfico. Escolhas também são tomadas na fase da edição e montagem do jornal impresso, seja texto verbal ou visual. O editor possui elementos discursivos que efetivam o processo de significação e reafirmam assim, as ideologias intrínsecas na linguagem jornalística.

Os recursos técnicos e estéticos, usados pelo fotógrafo, podem destituir a imagem fotográfica de significados puramente denotativos, deixando-a cada vez mais distante da verdade objetiva. É na publicidade que a mensagem conotativa fica mais evidenciada,

através da manipulação explícita e das trucagens utilizadas na construção do discurso persuasivo. Mas não apenas nela.

Diariamente a mídia impressa também faz valer os recursos da manipulação imagética, hoje potencializados pela ferramenta digital, para atrair o leitor. Nesse caso, a imagem é confundida com o próprio objeto, o significante passa a ser equivalente ao referente tendo assim suas mesmas atribuições discursivas, e as câmeras, continuam a ser compreendidas como aparelhos de reproduzir o real.

Em *Elementos de Semiologia* Barthes (1993) coloca que os sistemas semiológicos conotados são aqueles cujo plano de expressão (significante) é constituído ele próprio por um sistema de significação. Os sistemas primeiros são os denotados. Toda a conotação pressupõe uma denotação que lhe serve de significante ou, como Barthes lhe chama, conotador. "As unidades do sistema conotado não são forçosamente do mesmo tamanho das do sistema denotado". Como conotadores podem servir grandes fragmentos do discurso denotado. Assim, por exemplo, o tom de um texto pode remeter para um único significado ao nível da conotação.

Através da abordagem semiológica de Barthes (1982), a fotografia de imprensa apresenta a co-presença sempre de duas estruturas diferentes: texto e imagem. Para Barthes, a fragilidade conotativa da fotografia, que seria uma "mensagem sem código", coincidem-se com os planos de conotação da linguagem. O autor propõe aprofundar a questão da "insignificância" da fotografia ou da procura de sua conotação, elucidando seus mecanismos de leitura:

A conotação perceptiva – a imagem fotográfica é apreendida por uma "metalinguagem interior", que é a língua.

A conotação cognitiva – a leitura aqui, depender-se-á da cultura, do conhecimento de mundo, ou seja, dos aspectos sócio-culturais inerentes ao leitor.

A conotação ideológica – a possibilidade de conotar uma leitura de esquerda ou de direita ao introduzir-se na leitura da imagem "valores e razões", que podem não estar presentes nela mesma.

A não co-relação com o verbal, porém, não descarta o fato de que a imagem pode ser lida. Propriedades como a representatividade, garantida pela referencialidade, sustentam, por um lado, a possibilidade de leitura da imagem e, por outro, reafirmam o seu *status* de linguagem.

Para analisar a mensagem fotográfica, o leitor deve possuir diversas competências entre elas: sensoriais, psicológicas, culturais, históricas etc. Vilches (1987) recorre a uma série de “atos de leitura” que o autor interpreta, como sendo competências do leitor em função da compreensão do texto visual. De forma resumida, apresenta-se as principais competências semânticas que o leitor deve ter diante do discurso fotográfico.

Competência iconográfica: redundância de certas formas visuais que tem um conteúdo próprio. O leitor interpreta formas iconográficas já presente em seu ambiente.

Competência narrativa: o leitor estabelece seqüências narrativas entre diversos objetos e figuras presentes na imagem.

Competência estética: experiências simbólicas e estéticas. O leitor atribui um sentido dramático à representação dos diversos códigos presentes na imagem.

Competência enciclopédica: baseado na memória cultural do leitor.

Competência lingüístico-comunicativa: baseado em sua capacidade lingüística. O leitor deve atribuir proposições diversas à imagem.

Competência modal: baseado em sua competência espaço-temporal, o leitor interpreta a foto como representação de um duplo espaço: espaço da imagem e espaço da exposição, nesse caso, da veiculação. Baseando-se em sua competência temporal, o leitor deve interpretar a foto como um tempo historiográfico (tempo que o jornal foi veiculado), e um tempo de produção da fotografia.

Assim, tendo o leitor domínio de todas essas competências é possível ainda, um confronto com sua carga emotiva e ideológica. Vilches (1987) assinala que o leitor passa do plano de uma estratégia textual e de discurso simbólico da informação, ao plano passional e de emoções ao ideológico.

4.4.2 Da análise da imagem às suas inter-relações e o contexto no JTO

A fotografia, nesse trabalho, são imagens de múltiplos significados que por sua própria natureza conota representações sociais e sendo um agente transformador através da mídia impressa, a fotografia representa a realidade tão semelhante e tão diferente. Por isso, dentro desse contexto se faz necessário a prática da análise da imagem.

Para Kossoy (1999:26), o processo cultural/estético/técnico configura a expressão fotográfica. Tal ação ocorre num preciso lugar, numa determinada época, isto é, toda e qualquer fotografia tem sua gênese num específico espaço e tempo, suas coordenadas de situação. Assim, o autor propõe uma formulação, como demonstra a figura abaixo:

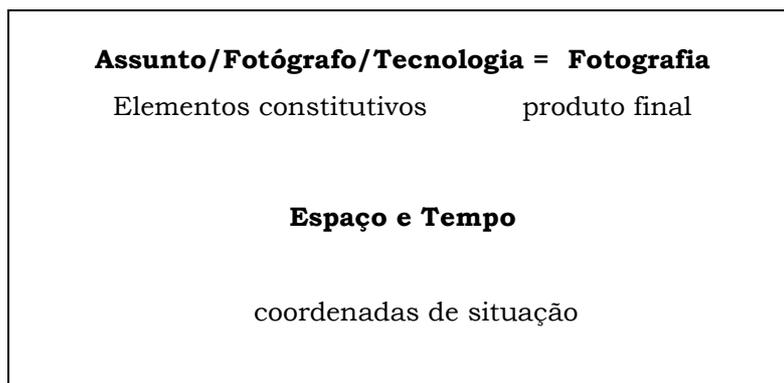


Figura 15 - Processo que configura a expressão fotográfica

O espaço e o tempo, implícito no documento fotográfico, subentendem sempre um contexto histórico específico em seus desdobramentos sociais, econômicos, políticos, culturais.

Associando três áreas do conhecimento - semiótica estruturalista, lingüística textual e pragmática - Vilches (1984) define texto como meio privilegiado das intenções comunicativas; textualidade na qual se realiza a função pragmática da comunicação, podendo este ser composto de signos lingüísticos e não-lingüísticos. O estudo do texto icônico, dentro desse enfoque, vai se valer dos conceitos de enunciado e enunciação, se

resumindo num conjunto de procedimentos que determinam um *continuum* discursivo, numa representação semântico-pragmática.

O texto visual, em seu todo, é tido como um conjunto de estruturas produtivas, cujo modelo pressupõe: expressão visual; elementos de expressão (figuras geométricas e ângulos de câmera); níveis sintagmáticos (figuras iconográficas, tipologia da montagem, relação campo/contracampo, etc); blocos sintagmáticos com função textual (montagem; tipos de enquadre; narrativa/cronologia temporal; diferentes pontos de vista); níveis intertextuais; tópico; gênero e tipologia de gêneros.

Ou seja, pela perspectiva de Vilches (1984), a leitura da imagem se dará pela apreensão da coerência que perpassa todos os elementos de textualidade descritos acima. O que chamamos a atenção nessa perspectiva é, por um lado, a apreensão e o reconhecimento por parte do leitor dos elementos que constituem o texto visual. Que leitor se inscreve aí nesse projeto de leitura? Por outro lado, de que ponto de vista se institui a coerência? De quem produz? Ou de quem recebe?

Segundo o autor, a coerência discursiva, com relação à imagem mais do que a dimensão discursiva, pressupõe uma dimensão cognitiva, na qual a questão da semelhança resulta de um contrato enunciativo no processo da comunicação.

Dadas essas propriedades, diga-se que a imagem também informa, comunica, porque - em sua especificidade - ela se constitui em texto, em discurso. E nesse ponto, sublinhamos que falar dos modos de significação implica falar também do trabalho de interpretação da imagem, procurando entender tanto como ela se constitui em discurso, quanto como ela vem sendo utilizada para sustentar discursos produzidos com textos verbais.

4.5 A leitura da imagem fotojornalística

Entender boas fotos como sendo o domínio apurado da técnica e equipamento não seria coerente, pois ao se pensar na fotografia como sendo uma forma de expressão, sabemos que a mesma é carregada subjetivamente de intenções e que posteriormente será utilizada com determinados propósitos pela mídia impressa.

No momento em que se percebe o que a foto significa é que se coloca toda a técnica a serviço da subjetividade, ou seja, a serviço da empresa que detém a veiculação e emissão do jornal impresso, nesse estudo o Jornal do Tocantins.

A linguagem da imagem é complexa e, como trabalhada no capítulo 4.3, é necessário entender e conhecer os elementos visuais que compõem a imagem fotográfica, talvez por isso a linguagem fotográfica se torna tão atraente e misteriosa. Seus símbolos e signos modificam de leitura durante os tempos e em outros espaços.

O processo de reconhecimento da imagem fotográfica vai mais além do que mostra a mídia impressa, pois “olhar” uma fotografia implica em “reflexão”. A cena fotografada se torna um elo entre as realidades construídas. Assim, trabalhando através dessa representação gráfica o fotógrafo, o que se torna o mediador, confirma que o que esteve lá não está mais, passando da segunda realidade por ele apreendida, e vem apresentada como sendo a primeira realidade para o leitor. Kossoy (1999) coloca, em relação à fotografia, acredita o autor que apesar da vinculação documental com o referente, o testemunho que se vê gravado na fotografia se acha fundido ao processo de criação do fotógrafo. Assim o autor nos apresenta um quadro onde:

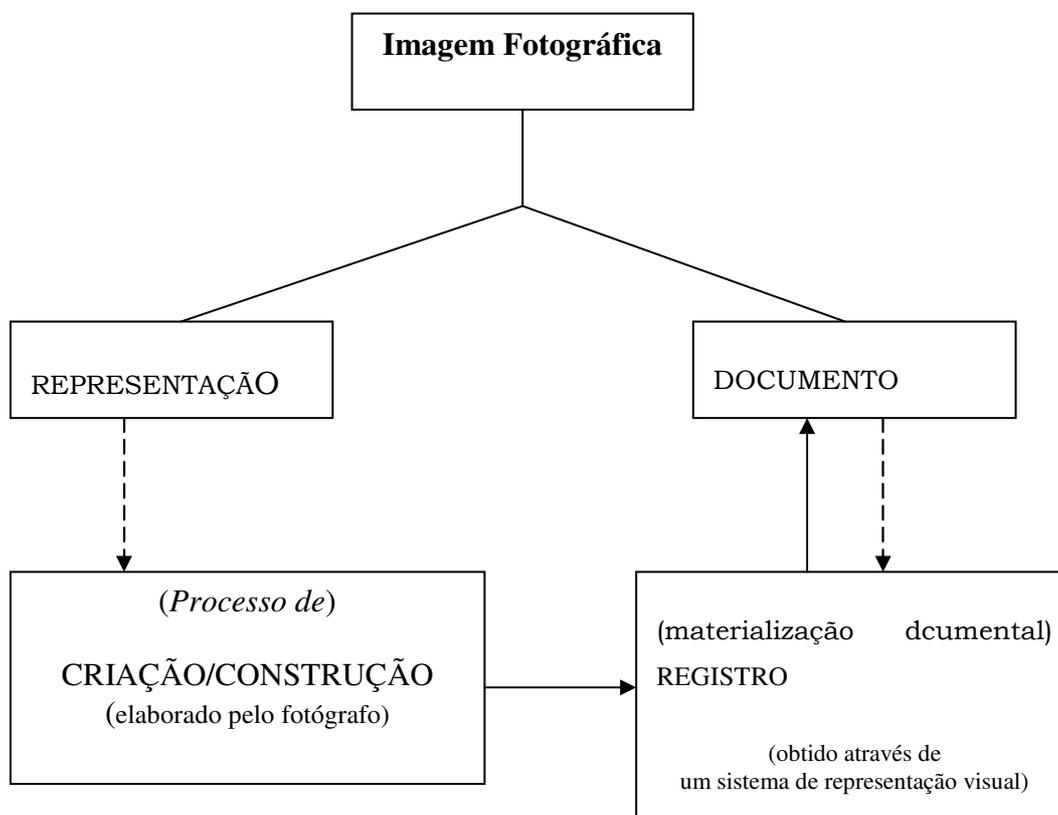


Figura 16 - A imagem fotográfica como documento/representação

A imagem no jornal está para o receptor como uma realidade a ser lida e consumida, sempre a serviço de uma idéia, de um determinado propósito. Diante dessa realidade é que o leitor deveria estar preparado com mais crítica e posicionamento para ter a liberdade de escolha e aceitar em qual realidade acreditar.

Segundo Barbosa (1982) ao analisar a fotografia, os elementos visuais que compõem a imagem assumem determinados valores interferindo na leitura como um todo. Assim, um só elemento não faz sentido, mas é no somatório desses valores que encontra a finalidade específica da mensagem. Partindo disso, o autor propõe algumas variáveis de análise do ponto de vista do leitor da imagem. Desse modo, o elemento que possui maior valor é o elemento que possibilita o desenvolvimento da conotação da imagem.

	Esquerda	Superior	Grande	Próximo	Volume	Iluminad o	Cor	Contra- plongé	
Muito									5
Bem									4
Médio									3
Bem									2
Muito									1
	Direita	Inferior	Pequeno	Distante	Achatado	Sombrio	Não- Cor	Plongé	

Figura 17 - Variáveis de análise do ponto de vista do leitor da imagem

Tendo uma relação entre a fotografia e a legenda no discurso jornalístico, esse discurso deve ser entendido como um maior número de significações, as mesmas implicam no desenvolvimento das teorias ideológicas. Assim, no entanto, um estudo com maior profundidade dessas teorias serão abordadas no próximo capítulo.

CAPÍTULO 5 – IDEOLOGIAS

Se considerarmos que no início do séc XIX, época da invenção da fotografia, a maioria da população era analfabeta e que a informação visual veio suprir essa necessidade, é fácil de entender que a produção de imagens desde então procura, através da mídia impressa, a exatidão, a rapidez da reprodutibilidade de colocar a disposição do leitor a representação ideológica da construção da realidade.

5.1 Diacronia dos aspectos ideológicos da imagem impressa

A fotografia e a teoria da ideologia nasceram quase juntas. Niepce e Daguerre iniciaram na França, na terceira década do século XIX, a sistematização do processo fotográfico, o que então denominaram daguerreotipia. Entre outros precursores, destacam-se na Inglaterra William Henry Fox Talbot, cuja descoberta de um sistema positivo-negativo seria fundamental na história da técnica fotográfica. (CANCLINI, 1987 p.13).

Já o astrônomo e químico Sir John Herschel notabilizou-se pela descoberta, em 1819, do hipossulfito de sódio, tradicional composição química que seria mais tarde utilizada como fixador para fotografias. A ele se deve também o emprego do termo " photography", em 1839. E mesmo antes que a fotografia 'oficial' chegasse ao Brasil, o francês de Nice, Antoine Hércule Romuald Florence realizava no interior de São Paulo, no vilarejo de São Carlos (mais tarde denominado Campinas), experiências pioneiras no campo da fotografia. (KOSSOY, 2001)

Quanto ao termo ideologia, o uso dessa palavra e uma reflexão sobre a mesma começa no século XVIII com Cabanis, Destutt de Tracy. Somente em 1845 é que teve início um estudo mais bem elaborado com os teóricos da filosofia ideológica, Marx e Engels. Para eles, o termo ideologia nada mais é do que o sistema de idéias e representações que domina a mente de um homem ou de um grupo social. (CANCLINI, 1987 p.13)

Posteriormente, em seus estudos Althusser (1996) propõe avançar a teoria das Ideologias antes defendidas por Marx e Engels. Para o autor, uma teoria das ideologias se baseia, em última instância, na história das formações sociais, e, portanto, dos modos de produção combinados nas formações sociais e das lutas de classes que se desenvolvem dentro delas. (ALTHUSSER, 1985 p.83)

Partindo dessa discussão, qualquer prática de comunicação pode ser considerada uma prática ideológica. Portanto, é através dessa prática que propagamos nossas idéias e atuamos através dela representando nossa percepção do real, atribuindo assim inúmeros significados. Nesse caso, a linguagem fotográfica tem um papel diferenciador na prática difusora dos acontecimentos do dia-a-dia.

A falta de uma análise marxista no domínio da filosofia da linguagem, mais notadamente a fotografia, levou Bakhtin a desenvolver, no final da década de 1920, um estudo intitulado *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. O autor sempre acreditou que as ideologias não podem ser tomadas como outra coisa senão como a solidariedade dos sistemas de representação do grupo social que os forjou em uma condição dada.

Dessa forma, Bakhtin (1999) parte da concepção de que tudo o que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. O produto ideológico é parte da realidade, seja ela natural ou social, como todo corpo físico, instrumento de produção ou mesmo de consumo; mas, ao contrário desses, também reflete e refrata outra realidade, que lhe é exterior.

De acordo com o autor, sem signos não existe ideologia. O signo ideológico, desse modo, resulta de um consenso entre indivíduos socialmente organizados, razão pela qual as suas formas de manifestação decorrem da organização dessa manifestação.

5.2 Dos Aparelhos de Estado aos Aparelhos Ideológicos de Estado em sua prática fotográfica como difusora / manipuladora da Ideologia

Para Althusser (1996), o termo Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE) indica um certo número de realidades que se apresentam ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas. O autor considera AIE as seguintes instituições: AIE religioso, AIE escolar, AIE familiar, AIE jurídico, AIE político, AIE sindical, AIE da informação e AIE cultural.

Em seus estudos, assinala que, como todo funcionamento da ideologia dominante está concentrado nos AIE. A hegemonia ideológica exercida através deles é importante para se criarem as condições necessárias para reprodução das relações de produção. Assim, se aplicar à conceituação do que entende por ideologia em geral que lhe é distinta das ideologias particulares “que exprimem sempre, seja qual for a sua forma (religiosa, moral, jurídica, política), posições de classe”.

Para Brandão (1997), a ideologia althusseriana seria, no fundo, a abstração dos elementos comuns de qualquer ideologia concreta para a fixação teórica do mecanismo geral de qualquer ideologia.

Para melhor explicá-la, Althusser (1996) formula três hipóteses:

A primeira é de que “a ideologia representa a relação imaginária de indivíduos com suas reais condições de existência”. Com esta tese, o autor se opõe à concepção simplista de ideologia como representação mecânica (ou “mimética”) da realidade; assim, a ideologia, em sua concepção, é a maneira pela qual os homens vivem a sua relação com as condições reais de existência, e esta relação é necessariamente imaginária.

A segunda hipótese do autor é que “a ideologia tem uma existência material, porque existe sempre num aparelho e na sua prática ou suas práticas”. Aqui, ele parte da colocação feita por uma corrente idealista que reduz a ideologia a idéias dotadas por definição de existência espiritual. Em outras palavras, o comportamento (material) de

“um sujeito dotado de uma consciência em que forma livremente, ou reconhece livremente, as idéias em que crê. Para Althusser, entretanto, essas idéias deixam de ter uma existência ideal, espiritual, e ganham materialidade na medida em que sua existência só é possível no seio de “um aparelho ideológico material que prescreve práticas materiais governadas por um ritual material, práticas que existem nas ações materiais de um sujeito”

Sua terceira hipótese “A ideologia interpela indivíduos como sujeitos”, afirma que toda ideologia tem por função constituir indivíduos concretos em sujeitos. É através desses mecanismos que a ideologia, funcionando nos rituais materiais da vida cotidiana, opera a transformação dos indivíduos em sujeitos. O reconhecimento se dá no momento em que o sujeito se insere, a si mesmo e a suas ações, em práticas reguladas pelos aparelhos ideológicos. Como categoria constitutiva da ideologia, será somente através do sujeito e no sujeito que a existência da ideologia será possível.

As fotografias de batizado, primeira comunhão e casamentos corresponderiam ao AIE religioso, suas condições de possibilidade estão precisamente nesse AIE específico e sua regularidade. Portanto, sua especificidade estaria estabelecida nesses termos. As fotografias de formatura e de turmas escolares corresponderiam ao AIE escolar; a fotografia da família ao AIE familiar; a fotografia de delinqüentes ao AIE jurídico; a fotografia de campanhas eleitorais da vida política ao AIE político; as fotografias de manifestações e comícios corresponderiam ao AIE sindical; a fotografia da imprensa corresponderia ao que o autor denomina AIE da informação. E a fotografia denominada artística corresponderia ao que ele define como AIE cultural; a fotografia esportiva corresponderia ao AIE esportivo. A fotografia científica corresponderia ao AIE científico. (pois como demonstrou Foucault (1999), o discurso científico é também um lugar onde se exerce e se manifesta o poder).

Ocorre, porém, que essas formas ideológicas não são meros sistemas de representação. São formas de exercício de lutas de classes da qual sofre pressão das forças dominantes e a resistência dos oprimidos.

Os AIE comunicam fatos e os diferentes significados ao imaginário social. Percebe-se, então que, no jornal impresso, a manipulação do conteúdo da fotografia pode ocorrer desde o momento de sua captação até a distorção das intenções originais que as geraram, por parte de quem a utiliza.

Freund (1995), já alertava que mais do que qualquer outro meio, a fotografia é capaz de exprimir os desejos e as necessidades das camadas sociais dominantes, e a interpretar à maneira delas o acontecimento da vida social. Segundo a autora, o caráter da imagem é determinado, a cada vez, pelo modo de ver o operador e pelas exigências dos seus mandantes. Portanto, suscetíveis de atuação ideológica.

Em suas pesquisas Kossoy (1999:20), considera o uso da fotografia um instrumento propagador de ideologias.

“As diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para a veiculação das idéias e da conseqüente formação e manipulação da opinião pública, particularmente, a partir do momento em que os avanços tecnológicos da indústria gráfica possibilitaram a multiplicação massiva de imagens através de imagens dos meios de informação e divulgação.”

Tal multiplicação imagética, com a publicação de fotografias em jornais e, na seqüência imediata, em revistas representou uma verdadeira revolução na forma de transmissão dos acontecimentos. Mas o fato de a fotografia trabalhar com o recorte da realidade não lhe deve conferir uma credibilidade imediata e absoluta. A partir dessa afirmação, dir-se-á que a linguagem fotográfica é suscetível de interpretações das mais diversas e, dependendo do universo do conhecimento, essa predisposição ou percepção de quem a contempla, difunde cada vez mais o universo das idéias impostas pelos AIE.

Já dizia Barthes (1980) que o trabalho fotográfico não se move no campo da verdade, mas no da verossimilhança. Talvez para um olhar desatento, a fotografia tenha única e absolutamente esses papéis. Já um olhar observador vai mais longe: questiona a própria existência da fotografia, discute sua importância como aparelho reproduzidor de ideologia. Quem pode afirmar com segurança, diante de uma determinada foto, com um determinado significado, num referido jornal pode ter apenas um sentido? Ou pode conotar outras mensagens?

Portanto, conclui-se que a verdade da foto não está contida na foto, depende do conhecimento do contexto. Por isso, entende-se que toda comunicação fotográfica deve expor a relação entre o que o AIE impresso quer dizer, seus recursos lingüísticos e os códigos de verossimilhança que a imagem transmite.

Segundo Canclini (1987), a ideologia fotográfica é referida como um processo de produção social que tem suas bases materiais, que supõe relações sociais e meios físicos de produção ideológica, aparelhos ou instituições, reforçando a idéia de que o campo do ideológico é o das idéias e das imagens. Ou seja, o das representações do real que formulamos em nosso pensamento.

“O que Marx e Engels querem dizer com a metáfora da “inversão” é que os sistemas de representação agrupados sob o nome geral de “ideologias” não simples “espelhos” para refletir o mundo de forma imediata: ao representar, ao construir sistemas para operacionalizar o mundo, ao articular as relações no que se acha mergulhado, o homem necessariamente “inverte”, isto é, interfere, interpreta e altera o objeto representado, porque a ação do sujeito é sempre produtiva, e não pode ser reduzida à atitude de espectador passivo.” (Machado, 1984).

A prática fotográfica, todavia, é uma das partes das condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção e que, materializada nos diversos AIE, é atravessada pela luta de classes, a qual, por sua vez, atravessa o modo de produção em seu conjunto. A luta de classes passa pelos AIE, constituindo e ordenando, no caso desse estudo, o discurso fotográfico.

Canclini (1987) afirma que a ideologia da prática fotográfica (do fotógrafo e do espectador) está condicionada por quatro fatores. O primeiro refere-se à origem da classe sócio-econômica; o segundo, aos recursos técnicos do equipamento fotográfico que irão produzir as imagens. Já os códigos sócio-culturais, o terceiro fator, irão interferir na formação do fotógrafo e do espectador. O quarto fator é a estrutura física e organizacional com que a empresa trabalha. O fotógrafo trabalha juntamente com a equipe de produção, fazendo com que o jornal impresso seja um veículo difusor de ideologias.

“Aqueles que forjam a ideologia dominante se dizem e se julgam fora dela: a imprensa se diz “objetiva”, a religião se diz “universal”, o sistema político se diz “democrático”, a instituição jurídica se diz “igualitária” e a produção intelectual se diz “científica”. (MACHADO, 1984)

Dessa maneira, entende-se a ideologia como prática, que se dá no interior de estruturas materiais concretas, que nada mais são que a estrutura sócio-econômica sob a forma de instituições diferenciadas e especializadas nos termos althusserianos de Aparelho Ideológicos de Estado. Sendo um conjunto de idéias desenvolvidas de forma integrada, em torno de uma idéia central reformadora que pode ser progressista ou reacionária,

ações modificadoras são inseridas nas relações sociais, sendo cada mais freqüente na imprensa. Essas ações modificadoras se pontuam pela intencionalidade dos principais AIE.

Conforme Barthes (1980), a escolha de um tema ou de um enfoque – fatos ideológicos – está associada a uma posição de classe, a uma maneira particular de ver o mundo, formada no contexto sócio-econômico ou condicionada pela empresa ou instituição em que se trabalha os mitos da sociedade moderna.

Um dos principais obstáculos para a utilização da imagem como veículo de conscientização ideológica é ao mesmo tempo uma de suas maiores possibilidades. Essas possibilidades estão nas transformações operadas no código através das mensagens. O obstáculo está na dificuldade de uma mensagem, produzida e emitida a partir de uma posição de classe, ser recebida por outra posição de classe sem uma distorção tal nessa circulação que altere parcial ou totalmente seu significado.

O valor da mensagem fotográfica, como auxiliar na reprodução e difusão da informação que não se pode obter em primeira mão, é incalculável. Assim, sua utilização, como meio para expressar idéias e opiniões, a reveste de uma importância não totalmente compreendida. Forma-se uma idéia mais completa da análise do que vemos e do que imaginamos a partir do que vemos. A mensagem ou conteúdo é formado, então, por uma parte real, objetiva, e, por conseqüência, irreal ou subjetiva, de difícil interpretação.

No Jornal Impresso, com a ajuda da fotografia, a comunicação se torna mais simples, mais contundente e intensiva. Informação e interpretação deverão formar a mensagem ou conteúdo a ser transmitido, a ser comunicado. A educação da visão, não é neutra, está socialmente condicionada. A câmara se converteu numa arma.

5.3 Barthes e a constituição da linguagem do mito

Em se tratando de mitos produzidos pelos Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE), é necessário entender primeiro como os homens constroem os sistemas simbólicos para representar o mundo das idéias. Segundo Barthes (1980), esses sistemas nada mais são do que sistemas ideológicos.

Assim, o mito se constrói a partir de uma cadeia semiótica que existe já antes dele: “é um sistema semiológico segundo” Barthes (1980:136). As matérias primas da fala mítica, no caso a fotografia, por mais diferente que sejam desde o momento em que são captadas pelo mito, reduzem-se a uma pura função significante: o mito a vê apenas como um suporte, a sua unidade provém do fato de ser reduzida ao simples estatuto da linguagem.

Simultaneamente à “*mitologia*”, termo usado por Barthes (1980), faz parte da semiologia, como ciência formal, e da ideologia como ciência histórica. Essa tem por objetivo estudar idéias-em-forma.

O autor assinala que:

“postular uma significação é recorrer a uma semiologia. A semiologia é uma ciência das formas, visto que estuda as significações independentemente do seu conteúdo”. (BARTHES, 1980).

A Semiologia é a relação entre dois termos: um significante e um significado. Na linguagem comum, o significante exprime o significado. Desse modo, não se deve considerar em todo o sistema semiológico apenas dois, mas três termos diferentes:

“pois o que se apreende não é absolutamente um termo, um após o outro, mas a correlação que os une: temos portanto o significante, o significado e o signo, que é o total associativo dos dois primeiros termos. (BARTHES, 1980)

A modificação do signo é resultante do fato de que o mesmo não é uma entidade autônoma que representa os fenômenos do mundo sem qualquer mediação. Os instrumentos, os sujeitos, juntamente com os sinais materiais pelos signos constituídos, interpõem-se na produção dos signos, como elementos de refração da realidade, elementos que manipulam os sentidos, segundo especificidades de sua realidade material, processo histórico e lugar na hierarquia social.

Desse modo, o signo já é caracterizado pela natureza de classe do grupo que o produz: dentro do conflito de classes, a produção social do signo é a síntese das necessidades, interesses e estratégias da intervenção de cada classe social.

No campo dos estudos da linguagem, a obra de Bakhtin (1979) inaugura o dialogismo:

“todo signo resulta de um consenso entre indivíduos socialmente organizados no decorrer de um processo de interação (...) que não deve ser dissociado da sua realidade material, das formas concretas da comunicação social”.

Para o autor, a primeira condição da intertextualidade é que as obras se dêem por inacabadas, isto é, que permitam e peçam para ser prosseguidas. O “inacabamento de princípio” e a “abertura dialógica” são sinônimos.

O que caracteriza a intertextualidade é, precisamente, a introdução de um novo modo de leitura que desfaz a linearidade de um determinado texto, seja visual ou verbal. Na mídia impressa, sejam quais forem os discursos assinalados, o discurso intertextual é comparável ao de uma palavra, na medida em que os constituintes deste discurso já não são palavras e sim coisas já ditas, organizadas, fragmentos textuais. A intertextualidade fala uma língua cujo vocabulário é a soma dos textos existentes.

5.4 A mensagem fotográfica e a produção/criação/reprodução de mitos no jornal impresso

Roland Barthes, o nome mais conhecido da semiologia de origem francesa, foi quem primeiro aplicou o método estruturalista à análise do conteúdo fotográfico. Em 1962, no artigo “*A mensagem fotográfica*”, o autor parte de um modelo simples nos estudos sobre linguagem. Afirma que como em toda mensagem, a mensagem fotográfica se compõe em três partes: emissão, canal e meio receptor.

Barthes (1980) propõe que a fotografia deve ser indagada como manipulação de sistemas. E como tal, deve ser analisada nesse aspecto. Funciona como montagem entre sistemas prévios, aglutinados: o propriamente fotográfico, cujos constituintes imediatos são tonalidades, linhas e superfícies e seu referido contexto.

Em 1980, em seu livro “*A Câmara Clara*”, Barthes aborda o enigma da fotografia exatamente num ponto, o da linguagem. O autor, em seus estudos, busca saber qual a estrutura da linguagem fotográfica. Fiel à sua tradição cartesiana, questiona-se, antes de tudo, sobre o método a seguir. A partir desse estudo encontra-se, em todas as fotografias por ele examinadas, dois elementos inerentes à imagem que terão denominações em latim: o *studium* e o *punctum*.

Stadium é, em síntese, o interesse humano, cultural e político, estimulado pela imagem fotográfica. São os referentes visuais que nos tocam, humana, cultural e moralmente, mas permanecem no plano impessoal, sem nos atingir de forma especial. Por outro lado, o *punctum*, na concepção de Barthes (1980), seria um elemento, um detalhe que salta da fotografia e nos trespassa como uma flecha.

Punctum seria, então, uma picada, algo que nos fere, que nos "punge". Barthes (1980) contextualiza: o *punctum* faz o personagem "sair da fotografia" e assumir vida à parte, sendo, portanto, uma espécie de extracampo sutil, como se a imagem lançasse o desejo para além daquilo que ela dá a ver.

A fotografia impressa, nesse trabalho, é abordada como uma mensagem que se inter-relaciona com o texto, produzindo significados. Para o autor, o mito é um sistema de comunicação, é uma mensagem:

“O mito não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira com a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais” (Barthes,1980)

Essa mensagem pode ser formada por escrita ou representações: o discurso escrito assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isto pode servir de suporte à fala mítica. A partir disso, busca-se, nesse estudo, estabelecer parâmetros para análise do papel da mensagem fotográfica, o texto e sua inter-relação na produção de significados no jornal impresso, o Jornal do Tocantins.

Na ordem da percepção, a imagem e a escrita não solicitam o mesmo tipo de consciência. Segundo Barthes (1980), a imagem propõe diversos modos de leitura: é uma obra muito mais aberta à significação.

“A imagem é certamente mais imperativa do que a escrita impõe a significação de uma só vez, sem dispersá-la. Mais isto não é uma diferença constitutiva. A imagem transforma-se numa escrita, a partir do momento que é significativa: como a escrita, ela exige uma lexis”. (Barthes, 1980).

É notório que o material que a imprensa oferece ao público tem algum tipo de relação com a realidade. Mas devido à interação dos discursos existentes essa relação se torna indireta. Assim, sendo uma referência indireta à realidade, é apresentada aos leitores - a sociedade - uma realidade construída pela Imprensa. É certo que a escolha dos discursos detém informações que se transformam em manipulação da realidade.

5.4.1 manifestações ideológicas e a produção de mitos no Jornal do Tocantins

A busca em entender a fotografia jornalística se faz necessária ao considerar o alto valor comunicativo da foto. No caso, buscou-se entender as significações adquiridas na intertextualidade do discurso visual e verbal no JTO, com seu conteúdo editorial que

dialoga com os fatos sociais do período, mas que foi selecionado como portador de conteúdo suficiente para tornar-se o material de capa. E é exatamente nessa especificidade que se percebe a função do JTO em difundir certas idéias e ampliá-las para os diferentes públicos da mídia impressa na região.

A análise do conteúdo das fotografias, na mídia impressa, em parte é prejudicada pela falsa premissa de que tudo que é mostrado na imagem de fato ocorreu. Contudo, talvez o mais importante seja não apenas mostrar o fato ocorrido, mas como foi mostrado. Do ponto de vista desse estudo há uma manipulação de sentidos da imagem e legenda, ou seja, de como isso foi construído jornalisticamente pela linguagem.

Na medida em que se considera a fotografia, enquanto signo visual, na mídia impressa como um produto ideológico, essa passa por um processo de seleção, produção, buscando no conjunto atingir até mesmo de como será recebido. Isso quer dizer que significações foram atribuídas à fotografia pela relação entre a empresa (interesses de quem detém o poder) o fotógrafo, o receptor.

Portanto, não se pode entendê-la senão relacionando-a com outras significações que os discursos presentes na linguagem dominante oferece. Embora funcionando como uma das etapas da produção da notícia, a fotografia e a redação (títulos e legendas) não possuem marcas discursivas isoladas, mas sim convergências de sentidos para reiterar ao leitor o controle do poder.

Através dessa convergência são transmitidas ao leitor as realidades proferidas pelo discurso jornalístico de acordo com o propósito do governo da época. Assim, as significações propostas não permitem que o leitor escape da intencionalidade dos detentores do poder, não sobrando ao leitor a alternativa senão aceitar passivamente as verdades ditas pelo JTO. Logo, o papel da intertextualidade toma forma na busca de significações, cedendo lugar à interpretação, o que permite detectar alguns dos mecanismos ideológicos que continuam em ação mesmo após a produção.

O poder político e econômico, ou seja, os detentores do poder na época, é quem de certa forma patrocina a produção do Jornal do Tocantins, haja visto que o mesmo divulga notícias positivas em relação aos acontecimentos do governo local, o que evidencia diante dessa prática, a permuta de interesses. Assim, os profissionais do jornalismo, que deveriam controlar o saber-fazer jornalístico, são mediados pelo poder e essa ação passa do saber-fazer para o poder-dizer. No Tocantins, caso específico da pesquisa, isso se aplica a tal afirmação e vem confirmar a notoriedade do governo local.

O Jornal do Tocantins, no período de 1988 a 1991, veiculava semanalmente. Com um *corpus* de 113 exemplares, o trabalho de pesquisa tornou possível identificar o quanto o jornal foi importante para o processo de implantação, desenvolvimento e formação do Estado.

Visto que o sentido emitido pela linguagem fotográfica, através de suas estratégias comunicativas e persuasivas, propõe novas relações entre a emissão da mensagem fotográfica e o leitor, interferindo diretamente no processo de recepção dos focos noticiosos emitidos. Não resta dúvida de que a fotografia, juntamente com o discurso verbal, forma um terceiro discurso, fazendo com que o jornal se torne a partir disso um produto ideológico que tão bem consegue fazer ser marketing político, inferindo na sociedade opiniões manipuladas pelos detentores do poder.

Dessa forma, a linguagem jornalística vem sendo constituída e dependendo do local em que o leitor se aproxima, com maior ou menor consciência crítica. Nesse contexto é que sua interpretação se faz presente. A linguagem do fotojornalismo é importante como análise, mas não pode ser tida como isolada. Pois, a mesma no JTO vem sendo usada estrategicamente pelo poder político e econômico do Estado. Desse modo, através dessas ações comunicacionais entre outras, como agendas e cartilhas didáticas são distribuídas pelo governo. Diante dessa prática entende-se a hegemonia do governo desde a época.

É interessante observar que no material analisado, praticamente, não há imagens da população. Apenas é inserida na linguagem do jornal na época a figura do governador. O povo é apenas um leitor que deve legitimar o poder a que o Estado propõe. O governador é colocado como a metáfora do Tocantins, pois não há como desvincular a figura do governador e a imagem do Estado. O poder econômico e político detêm os focos noticiosos e se fazem presente a cada número veiculado. O leitor, envolvido pelas tramas da significação se deixa envolver pelos fatos que ocorreram, talvez por não fazer parte diretamente do processo. Diante disso, o leitor se deixa manipular pelas intencionalidades do governo através do discurso jornalístico.

Para aprofundar a análise desenvolvida até aqui, propõe-se como análise desse objeto de estudo, o Jornal do Tocantins nº 187 (figura 18), veiculado na semana do dia 22 a 29 de novembro de 1988 que foi o segundo número publicado após a promulgação do Estado do Tocantins. A importância em analisar tal capa se dá pela necessidade da compreensão discursiva da mensagem jornalística.

Através desse exemplar, a OJC inicia, juntamente com o governo da época, uma nova fase na antiga região do norte. A capa em questão torna-se um marco do Estado do Tocantins, tanto que a mesma faz parte da exposição permanente do acervo da biblioteca municipal, que aliás tem o nome do fundador da OJC. Isso se dá porque a mesma, como mensagem, sugere e condiciona atitudes, passando assim de uma simples informação a uma formação ideológica.

Jornal do Tocantins

ANO VIII Nº 187 22 a 29 de Novembro de 1988 Cr\$ 150,00

O gigante dos votos

Primeiro Governador do Estado do Tocantins, Siqueira Campos (União do Tocantins) demonstrou nas urnas ser um verdadeiro campeão de votos e parte para uma administração com o respaldo popular.

Para Sarney País avançou politicamente

O presidente José Sarney considerou que o País passa a conviver com um pluripartidarismo bem desenvolvido. Sarney avalia que o processo de democratização do País avançou a vitória do PT e do PFL, que dão maior visibilidade às candidaturas brasileiras, como um reflexo das candidaturas de Lula e Brizola à Presidência da República, no pleito de 88. (Pag. 46)

Com uma larga margem de votos à frente de seus opositores, o deputado federal Siqueira Campos (União do Tocantins) se elegeu primeiro Governador do novo Estado, parte para um trabalho de busca de concórdia e dia que os seus secretários só serão montados depois de definida a Capital e concentradas as aspirações, mas adianta que desenvolverá "um Governo de participação com todos os segmentos organizados da sociedade" e buscará valores, "independente de partido", para montar uma equipe eficiente e capacitada. "Atuar a favor, gerar empregos e priorizar o social com projetos bem definidos nos áreas de saúde e educação são algumas das metas de Siqueira Campos, que acredita que os trabalhos de apuração de votos deverão estar concluídos até o final desta semana. (Pag. 4, 15)



Assis Brandão culpa Governo por derrota

Para o presidente petista do PFL, Francisco Assis Brandão, o maior responsável pela derrota do deputado José Pimenta na disputa pelo governo do Tocantins, foi o Governo do Estado. (Pag. 46)

GOVERNADOR	
Siqueira Campos (UTUC)	86.072 (80,0%)
João Freire (PMDB)	21.908 (20,0%)
Osvaldo Alencar (PT)	6.501 (5,9%)

SENADORES	
Márcio Abrão (PT)	32.140 (60,0%)
Antônio Mota (PMDB)	20.762 (38,0%)
Carlos Patrício (PT)	12.140 (22,0%)
Tato Cavalcante (PMDB)	8.125 (15,0%)
Raquel Araújo (PMDB)	6.470 (12,0%)
Derivaldo Pinheiro (PMDB)	4.125 (7,5%)

Inauguração da Araguaia de Gurupi

Será inaugurada nesta sexta-feira, 25, a Rádio Araguaia FM de Gurupi, a nova emissora de rádio da Organização Araguaia de Gurupi. A presidente da emissora, Maria Helena, está marcada para às 20h de sexta-feira, no sede da emissora, organizado um espetáculo de gala beneficente Araguaia.

Imprensa Tocantinense

A segunda mais antiga Imprensa do Estado do Brasil está na região hoje compreendida do Tocantins. Depois do Maranhão (Imprensa de São Luís) e do Piauí (Imprensa de Teresopolis), surgiu em Porto Nacional, no dia 3 de junho de 1921, o jornal Folha do Norte. Foi pioneiro desta imprensa está na Pág. 12.

Cultura em posição de resistência

Para vários tocantinenses, a área artística, a cultura do novo Estado deverá ser desenvolvida e que acima de tudo se busque uma identidade das diversas manifestações populares existentes. Todos pedem prioridade ao setor, já que na região não existe nenhum teatro, por exemplo. Pág. 11.

Um balanço da economia do novo Estado

O Tocantins arrecadou, maio de 1988, 670 milhões de R\$. No ano passado, desde total, a Receita foi responsável por 48,49%. Os municípios que mais se destacaram foram Araguaia, Formosa do Araguaia e Gurupi, representando mais de 50%. Pág. 7.

Empresariado está otimista com o Governo

Os empresários estão otimistas com as medidas propostas pelo governo para controle do déficit público. Eles acham que Sarney está indo no caminho certo, enquanto os trabalhadores resolvem agir em conjunto, analisando cuidadosamente as propostas. Pág. 8.

Figura 18 - Exemplar nº 187 do JTO veiculado na semana do dia 22 a 29/11/1988

A matéria apresenta o título: “O gigante dos votos”, com letras itálicas em negrito. Logo abaixo do título, destaca-se, em negrito, um subtítulo noticiando que o primeiro governador do Estado do Tocantins demonstrou nas urnas ser um grande campeão dos votos. Através da linguagem verbo-visual, o discurso proferido, nessa capa, vem confirmar os propósitos do governo na época.

A compreensão do processo produtivo de significações no jornal do Tocantins só é possível devido à leitura não linear, pois a mesma é fundamentada no contexto histórico da época. Assim, conforme o desenvolvimento do capítulo 3, percebe-se que há uma intertextualidade dos discursos. E principalmente, fica claro que é nesse jogo comunicativo exercido sobre o leitor, que o governo se manteve no poder por uma década, ou mais precisamente, três mandatos consecutivos.

Os componentes visuais da fotografia permitem a compreensão da linguagem no que se refere aos aspectos técnicos. Com base nos estudos de Vilches (1987) e Dondis (2000) foi desenvolvido conceitualmente no capítulo 4. Aplicando tais conceitos verifica-se que:

Sendo o contraste, o controle mais eficaz dos efeitos visuais, como estratégia para aguçar o significado verifica-se que a fotografia possui um contraste tonal muito forte, em parte pelo papel utilizado para a impressão do jornal. Mas também pela iluminação disponível no horário em que a foto foi produzida; a mesma apresenta sombras muito contrastadas na face, dando um caráter de fortaleza e determinação ao sujeito fotografado.

Quanto ao plano utilizado pelo fotógrafo, verifica-se que o mesmo dramatizou a cena, valorizando a narrativa. Aqui, o sujeito fotografado aparece em primeiro plano, o fotógrafo isola-o do ambiente, dirigindo assim a atenção do leitor. Ao fotografar com a câmera de “baixo para cima”, influencia a impressão subjetiva que se tem ao olhar a imagem, enaltecendo o sujeito fotografado, atribuindo “força e grandiosidade” ao mesmo.

Conforme desenvolvido no capítulo 3, o discurso fotográfico desperta interesse, nesse caso, o leitor olha primeiro a imagem, depois recorre ao texto e logo após volta à imagem. Na mídia impressa, esses discursos dialogam entre si. Visto que a prática em legendar fotografias no jornal impresso direciona o leitor, não é possível que o mesmo escape da imposição a que o JTO na época atuou. A condição tida como única, a de ter o primeiro governador do Estado como “o herói” conforme publicado “O gigante dos votos”.

Através dos casos propostos por Vanoye (1998), a capa analisada se aplica ao 4º caso, já que imagem e texto valorizam-se mutuamente. O plano utilizado valoriza “o gigante”. A foto poderia ser publicada em outra situação discursiva e perderia a “força” fora desse contexto. Aqui a foto aparece reafirmando a supremacia e grandeza do sujeito fotografado, o texto apenas confirma essa condição persuadindo o leitor. Como na linguagem publicitária, o uso do discurso visual e verbal foi usado para convencer.

A foto se revela eficaz no processo de reconhecimento e identificação do sujeito como ator participante das mudanças em que o Estado do Tocantins passava naquele momento. O Jornal do Tocantins através do processo de produção dessa capa consegue gerar expectativas em todos da região, o jornal se posiciona de forma que os tocantinenses se sintam seguros. A região agora conta com um “lutador”, um “campeão”, “O gigante dos votos”

“Primeiro Governador do Tocantins, Siqueira Campos (União do Tocantins) demonstrou nas urnas ser um verdadeiro campeão dos votos e parte para uma administração com o respaldo popular.”

As palavras inseridas no discurso possibilitam a empatia do leitor com a imagem do governo. São usadas no texto palavras significativas que evocam a verdade, a união, a luta, a ação, a conquista e ainda, é o primeiro a enfrentar esse desafio. Através desse discurso, intui no receptor, que, como cidadãos, aceita-se passivamente a situação.

O tamanho que a foto ocupa também é um fator decisivo para a interpretação do leitor, a mesma ocupa aproximadamente 70% da capa e se posiciona no centro. De acordo com as zonas de preferência propostas e apresentadas no capítulo 4. a imagem ocupa parte de todos os quadrantes, fazendo que a recepção do jornal seja inteiramente direcionada.

A objetividade capturada pelo fotógrafo se esvazia no momento que a mesma sofre interferências de outros discursos. A “realidade construída” pelo fotógrafo apenas valida suas impressões da “primeira realidade”, aceita por ele como sendo a única. Após esse processo de produção, o jornal, na fase de pós-produção constrói outras realidades de acordo com a sua intencionalidade/finalidade. Assim, simplesmente aceitar as realidades propostas pela mídia não nos deixa ser livres, mas escolher em qual realidade acreditar, sim.

Ao produzir sentidos, o Jornal do Tocantins faz uso das técnicas fotográficas bem como o uso do texto para unificar significados de acordo com a intencionalidade da empresa OJC na época. Com sua linguagem e suas marcas discursivas o Jornal do Tocantins, na época o mais respeitado e reverenciado, por acompanhar a luta pela promulgação do Estado do Tocantins, assim, com a efetiva criação desse Estado em 1988, o jornal em questão passa a ser o principal veículo de mídia impressa na região.

O Estado do Tocantins vem sendo representado, na mídia impressa, na figura desse político. De acordo com as abordagens teóricas ser contra ele é ser contra o Estado. Enquanto isso compete a opinião pública, restringe o leitor apenas como receptor e não como agente da história. Quem é o agente, de fato, é o próprio Estado e quem representa o mesmo, nesse caso o poder político e econômico.

Assim, dentro desse contexto histórico percebe-se a que as forças políticas exercidas na região têm o Jornal do Tocantins como um dos aliados e produtores de ideologias, que vem promovendo e divulgando discursos eufóricos que buscam reafirmar, portanto a presença do governo, sendo a mesma positiva, necessária e imprescindível ao desenvolvimento do Estado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através desse estudo percebe-se a importância em conhecer os fundamentos da construção do discurso imagético fotográfico, assim como de outras formas de discurso, pois os mesmos deveriam trabalhar na perspectiva de formar indivíduos críticos, vigilantes, interlocutores e participativos.

Mas de acordo com o estudo aplicado até aqui, o que se torna claro é que não há intenções de tornar o leitor capaz de discernir as mensagens discursivas e suas tramas comunicacionais, até porque não seria interessante para a mídia impressa que a primeira realidade fosse a divulgada como sendo a única. Na seleção do material discursivo essa realidade se torna, através da intertextualidade, uma segunda realidade que é proposta de acordo com os interesses editoriais de cada veículo. Diante disso, no Jornal do Tocantins não seria diferente.

Sendo o leitor desavisado dessas práticas, o mesmo se deixa contagiar pelo discurso eufórico do JTO e até se faz valer dele quando aceita passivamente o discurso emitido. Ainda que a maioria dos leitores permaneça na obscuridade das significações propostas, a manutenção e legitimação do discurso utilizado na época se mantêm ainda hoje. A propósito esse discurso contempla a poucos.

Sob o ponto de vista ético, a intencionalidade jornalística precisa do porquê (motivo), não do para quê (propósito). Nesse aspecto, o Jornal do Tocantins perde o caráter jornalístico, pois em sua prática discursiva mudam-se os motivos, mas os propósitos continuam os mesmos.

Então, a partir da análise do JTO, nos anos de 1988 a 1991, pode ser considerado, nessa ótica, como um produto ideológico, já que sua distribuição ocorria de forma gratuita nesse período.

Mas não é só como produto que JTO se aplica. Diante dos números de assinantes e o número de exemplares que são vendidos nas bancas de jornal, observa-se que o maior assinante é o próprio governo, pois o jornal diariamente está disponível na mesa do funcionário público. É importante ressaltar também que o governo, para manter-se aliado à mídia, subsidia a sua manutenção, produção e sobrevivência do JTO e, por conseguinte a Empresa Jaime Câmara no Tocantins.

Perde-se, desse modo, o caráter de venda e ganha o da distribuição “gratuita”. Entende-se que, nesse aspecto, a produção do JTO assume características de caráter informativo. Ou seja, repassar ao leitor os acontecimentos inerentes à situação do governo nos principais órgãos públicos, aproximando o Jornal pesquisado do trabalho que as assessorias de comunicação de um modo geral desenvolvem dentro de uma empresa.

Quanto a esse aspecto, o Jornal do Tocantins pode vir a ser considerado uma espécie de publicação *house-organs*²⁶. Características como o culto à personalidade e a auto-referência do governo são exemplos típicos desse instrumento. O JTO, nesse caso, é um veículo que através de sua linguagem se torna uma proposta que atenda aos interesses do poder político do Estado. Por isso, essa linguagem se aproxima de um jornal de empresa.

Foi possível identificar que através do discurso utilizado pelo Jornal, o mesmo se posiciona e se pontua parcialmente à administração do Governo local. Tal afirmação se dá de acordo com a pesquisa desenvolvida, com um corpus de 113 jornais, no qual verifica-se que em 90% dos números veiculados há inserções positivas em relação à atuação do governo.

²⁶Qualquer publicação periódica de uma empresa, destinada a seus funcionários, consumidores, distribuidores ou ao mercado em geral.

É notória a massificação da opinião política no Tocantins, através desse estudo se torna possível entender o quanto o JTO foi essencial na formação ideológica do povo desse Estado. O que se verifica é que com a força da mídia impressa através dos discursos veiculados pelo Jornal do Tocantins no período da pesquisa realizada, nos permitem afirmar que diante dessa massificação, não há como dissociar a história do Tocantins do governo do Estado.

Por ser uma pesquisa exploratória, os resultados são aproximados, mesmo porque alguns dados não podem ser oficializados já que os mesmos não são disponíveis ao público. A dificuldade em coletar os dados para a pesquisa aconteceu tanto na sede da OJC em Goiânia como na de Palmas. Assim, trabalha-se com hipóteses interpretadas de acordo com algumas teorias aplicadas no estudo. Essa dificuldade talvez confirme que a própria empresa, tendo a consciência das práticas discursivas utilizadas pelo JTO e o que as mesmas provocam, preferem o ocultamento dos dados.

Na medida em que o leitor comum desconhece os instrumentos teóricos da comunicação (linguagem da imagem, teorias da significação, análise do discurso etc), é possível que o leitor esteja mais vulnerável. Na linguagem jornalística da mídia impressa em questão, tudo é feito de forma que o poder dominante se constitui e manipula as pessoas. Diante disso, se torna possível explicar o sucesso do jornal de acordo com as intenções de quem produz, emite e consome o mesmo. Isso leva a problemas éticos, mas é uma discussão que não se aplica nessa proposta de trabalho.

Dessa forma, o conteúdo da imagem fotojornalística pode ser interpretado e re-interpretado através de unidades culturais e as competências próprias do leitor, sejam essas sensoriais, afetivas, culturais, históricas, ideológicas, psicológicas etc. Assim, considera-se que a imagem não possui um significado que lhe seja próprio, sempre há o processo de leitura do leitor que irá atribuir novas significações ao conteúdo da imagem.

Através dessas múltiplas leituras é que fica nítida a manipulação do conteúdo fotojornalístico. Essa manipulação ocorre desde o momento de sua captação até a distorção das intenções originais que a geraram, por parte de quem a utiliza. Portanto, fica claro que o fato de a fotografia trabalhar com o “real” não lhe deve conferir uma credibilidade imediata e absoluta.

A fotografia não veicula apenas uma mensagem referencial; sua preparação (técnica e estética), seu uso na mídia impressa com outros discursos relacionando entre si, carrega

a linguagem de conotações múltiplas e complexas. Assim, a imagem não deve ser atribuída a verdade mostrada como notícia, pois culturas diferentes atribuem significações e concepções diferentes de verossimilhança.

Num segundo momento, porém, a fotografia adquire um outro sentido para além do seu sentido funcional, de ordem conotativa. A fotografia é predominantemente um registro intencional cuja captação, após controlado pelo fotógrafo em seus aparatos técnicos, passa a ser não mais um registro documental, mas uma mensagem que dialoga com outra mensagem na formação de significações que irão ditar novos comportamentos.

Através do texto visual e do verbal a linguagem jornalística permite a criação, a produção de sentidos, à construção de referências. Assim, imagens fotográficas trazem em si não uma reprodução mecânica e objetiva da ação do fotógrafo, mas sim da intenção que permite uma reconstrução da realidade.

Essa realidade proposta não é nada mais do que uma invenção midiática que permeia entre o real e o ideal. Assim, não há mais a concepção simplista de que a ideologia se traduz em uma visão de mundo. São necessários a compreensão dos fenômenos da linguagem e os discursos que a mídia produz. Isso é uma questão que se constitui como tal. A partir disso, a continuação desse trabalho se envereda pela temática da ética jornalística, que permeia a questão do valor do discurso jornalístico do Jornal do Tocantins. Mas isso seria uma outra proposta a ser pesquisada, tendo em vista que possa ser desenvolvido por profissionais Teóricos da área da Comunicação. Espera-se contribuições para a formação crítica desse povo, que teve sua formação imbuída por discursos ideológicos da mídia impressa que atuaram e atuam ainda hoje na região.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTHUSSER, Louis. **“Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado”**. in Zizek, S. (org.) **Um Mapa da Ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

ARAUJO, Inesita. **A reconversão do olhar**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2000.

ARCARI, Antonio. **A fotografia – as formas, os objetos, o homem**. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e percepção visual**. Uma psicologia da visão criadora. São Paulo: Pioneira, 1995.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1998.

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona, Gustavo Gili, 2001.

BAKTIN, Mikail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARBOSA, Ivan Santo. **Où Vivre?**. 1982. Tese. (Doutorado em Communication Sociale). Louvain – la – Neuve, Université Catholique de Louvain. Bélgica

_____. **Sistema publicitário e produção ideológica.** in Revista Líbero, São Paulo, v.2, p.68 - 74, 1998.

BARBOSA, Ivan Santo; CASAQUI, Vander. **Linguagem publicitária e jornalística – uma aproximação dialógica** . in Revista Líbero. São Paulo, v.3, n.6, p.70 - 79, 2000.

BARTHES, Roland. **A câmara clara.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

_____. **“A mensagem fotográfica”.** In: LIMA, Luiz Costa (org.) **Teoria da Cultura de Massa.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998, p.303-316.

_____. **Elementos da semiologia.** São Paulo: Cultrix, 1993.

_____. **Mitologias.** São Paulo: Difel, 1980.

BAZIN, André. **“L’ontologie de l’image photographique”**, 1947; reeditado in: BAZIN, Qu’est-ce que lê cinema? Paris: Cerf, 1961.

BENJAMIN, Walter. **“A obra de arte na época das suas técnicas de reprodução”** In: **Textos escolhidos.** São Paulo: Abril Cultural, Col. Os Pensadores vol.XLVIII, 1975.

BERGER, John. **Modos de Ver.** Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

BLIKSTEIN, Izidoro. **Kaspar Hauser ou a fabricação da realidade.** São Paulo: Cultrix. 1995.

BONI, Paulo César. **O discurso fotográfico: a intencionalidade de comunicação no fotojornalismo.** 2000. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), São Paulo.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso.** Campinas: Editora da Unicamp. 1997.

CANCLINI, Nestor Garcia. **“Fotografia e ideologia: seus pontos comuns”**. in II Colóquio Latino-Americano de Fotografia. FUNARTE – Instituto Nacional de Fotografia. 1987.

CAVALCANTE, Maria do Espírito Santo Rosa. **Tocantins: O movimento separatista do Norte de Goiás, 1821-1988**. São Paulo: Anita Garibaldi, Goiânia: Editora da UCG, 1999.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo – Buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

_____. **Desmitificando o velho paradigma – jornalismo não se divide em opinião e informação**. 1998. Disponível em <<http://www.reescrita.jor.br/ptgeneros.htm>>. acesso em 15/1/2003.

COSTA, Helouise. **Da fotografia de imprensa ao fotojornalismo**. In ACERVO - Revista do Arquivo Nacional, Vol. 6, nº 01/02, jan/dez, 1993.

COSTA, Helouise e RODRIGUES, Renato. **A fotografia moderna no Brasil**. Rio de Janeiro: UFRJ/IPHAN/FUNARTE, 1995.

DIAS, Odete da Conceição. **A fotografia na imprensa paulista: o 1º de maio em A Gazeta e O Estado de São Paulo (1930-1945)**. 1999. Tese. (Doutorado em Ciências da Comunicação). Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), São Paulo.

DEELY, John. **Semiótica Básica**. São Paulo: Ática, 1990.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

DUBOIS *et al.* **Dicionário de Linguística**. São Paulo: Ática, 1998.

DUBOIS, Philip. **O Ato fotográfico**. Campinas: Papyrus, 1998.

FABRIS, Annateresa (org.) **Fotografia: usos e funções no século XIX**. São Paulo: EDUSP, 1991.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Ed. UNB, 2001.

FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. Moreira (orgs). **Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais**. Campinas: Papirus, 1998.

FILHO, Braz Wilson Pompeo de Pena. **Goiás: História da imprensa**. Goiânia: Departamento de Cultura, 1971.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta – Ensaios para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FONT, Domenec. **El poder da imagen**. Barcelona, Salvat Ed. (Colección Salvat: Temas Clave), 1984.

FONTCUBERTA, Joan. **El beso de Judas; fotografía y verdad**. Barcelona, Gustavo Gili, 1997.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2000.

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2000.

FRANCASTEL, Pierre. **A realidade figurativa**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

FREUND, Gisèle. **La fotografía como documento social**. Barcelona, Gustavo Gili, 2001.

FURTADO, Ricardo; BONACELLI, Maria Beatriz Machado. **A gestão de ciência e tecnologia voltada ao setor agropecuário do Tocantins**. XXII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica: conhecimento, tecnologia e inovação. Anais, Salvador, BA, BR, 2002.

GREIMAS, Courtés. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1980.

GUBERN, Román. **La mirada opulenta; exploración de la iconosfera contemporánea.** Barcelona, Gustavo Gili, 1987.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** Campinas: Papirus, 1999.

KNAPP, M.L. **La comunicación no verbal.** Barcelona: Paidós, 1982.

KOSSOY, Boris. **Estética, memória e ideologia fotográfica.** In ACERVO - Revista do Arquivo Nacional, Vol. 6, nº 01/02, jan/dez, 1993.

_____. **Fotografia e história.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

_____. **Realidades e ficções na trama fotográfica.** São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.

KOZLOFF, Max. **The privileged eye; essays on photography.** Albuquerque, University of New Mexico Press, 1987.

KRAUSS, Rosalind. **Le photographique; pour une théorie des ecarts.** Paris, Macula, 1990.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística.** São Paulo: Ática, 1998.

LOBO, L. L. (org). **A fotografia como fonte histórica: a experiência do Cpdoc.** In Acervo – Revista do Arquivo Nacional. Vol. 2, nº 1, jan/jun, 1987.

MACHADO, Arlindo. **A Ilusão Especular; uma introdução à fotografia.** Rio de Janeiro: Brasiliense/Funarte, 1984. (Col. Primeiros vãos).

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso.** Campinas: Pontes, 1993.

MIGUEL, Maria Lúcia Cerutti. **A fotografia como documento - uma instigação à leitura.** In Acervo - Revista do Arquivo Nacional, Vol. 6, nº 01/02, jan/dez, 1993.

- MORRIS, Charles. **Fundamentos da teoria dos signos**. São Paulo: Edusp, 1976.
- NEIVA JR., Eduardo. **A Imagem**. São Paulo: Ática, 1986.
- NETTO, J.Teixeira Coelho. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1996.
- NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.
- PANOFSKY, Erwin. **Estúdios sobre iconologia**. Madrid: Alianza Ed., 1982.
- _____. **Significados nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- PATERNOSTRO, Júlio. **Viagem ao Tocantins**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1945.
- PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- PEREGRINO, Nadja. **O Cruzeiro - a Revolução da fotorreportagem**. Rio de Janeiro: Dazibao, 1991.
- RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1995.
- ROSENBLUM, Naomi. **A world history of photography**. New York: Abbeville Press, 1984.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. **A imagem precária**. Campinas: Papyrus, 1990.
- SANTAELLA, Lúcia **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- SANTAELLA, Lúcia & NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

SAMAIN, Etienne (org.) **O Fotográfico**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SILVA, Otávio Barros da. **Breve História do Tocantins e sua gente - uma luta secular**. Brasília: Solo Editores; Araguaína: Fieto, 1996.

SONTAG, Susan. **Ensaio sobre a fotografia**. Rio de Janeiro, Arbor, 1981.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Santa Catarina: Grifos, 2000.

STRAUSS, C. Lévi. **Antropologia Estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.

_____. **Antropologia Estrutural Dois**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro 1993.

TACCA, Fernando Cury de. **O feitiço abstrato: do etnográfico ao estratégico a imagético - a imagética da Comissão Rondon**. 1999. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP), São Paulo.

THIBAUT-LAULAN, Anne-Marie (org.) **Imagen y comunicación**. Valencia: Fernando Torres, 1973.

VANOYE, Francis. **Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita**. São Paulo, Martins Fontes, 1998.

VILCHES, Lorenzo. **La lectura de la imagen - prensa, cine, televisión**. Barcelona: Paidós, 1984.

_____. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1987.

ZUNZUNEGUI, Santos. **Pensar la imagen**. Madrid: Cátedra, 1989.

ANEXOS

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)