



MEDIA EFFECTS

Gilson Pôrto Jr.
Nelson Russo de Moraes
Vilso Junior Santi
Leila Adriana Baptaglin (Orgs.)

Ensaio sobre teorias da
Comunicação e do Jornalismo

Vol. 7: Efeitos de Framing, newsmaking e semiótica



Neste vol. 7 reúnem-se textualidades geradas em diversos processos de pesquisas desenvolvidas em torno do jornalismo e outras expressões da comunicação midiática a partir dos enquadramentos temáticos, processos produtivos e geração de significados. As análises-reflexões feitas desde as experiências das pesquisas teóricas e empíricas concretizam-se nos capítulos aqui apresentados como uma contribuição para os debates e construção de conhecimentos que o desenvolvimento do campo da comunicação e a prática jornalística nos exigem, sobretudo, em tempos de crises de credibilidade que impactam ao Capital Simbólico, no dizer de Bourdieu, representado pelas narrativas midiáticas configuradoras das subjetividades na contemporaneidade. O conjunto dos textos aqui apresentados pretende animar as dinâmicas de uma cultura científica no campo da comunicação, com foco nas práticas jornalísticas, para contribuir na configuração dos referentes teórico-metodológicos que necessitamos para consolidar o fazer-sentir-pensar nessa complexa multidimensionalidade.

Adrián Padilla Fernández



Media Effects

Universidade Federal de Roraima - UFRR

Reitor

José Geraldo Ticianeli

Vice-Reitor

Silvestre Lopes da Nóbrega

Editora da UFRR

Diretor da EDUFRR

Fábio Almeida de Carvalho

Conselho Editorial

Alexander Sibajev

Cássio Sanguini Sérgio

Edlauva Oliveira dos Santos

Guido Nunes Lopes

Gustavo Vargas Cohen

Lourival Novais Néto

Luis Felipe Paes de Almeida

Madalena V. M. do C. Borges

Marisa Barbosa Araújo

Rileuda de Sena Rebouças

Silvana Túlio Fortes

Teresa Cristina E. dos Anjos

Wagner da Silva Dias



Editora da Universidade Federal de Roraima

Campus Paricarana – Av. Cap. Ene Garcez, 2413

Aeroporto – CEP 69310-000. Boa Vista – RR – Brasil

e-mail: editora@ufrr.br / editoraufrr@gmail.com

Fone: +55 95 3621 3111

A Editora da UFRR é filiada à:



Associação Brasileira de Editoras Universitárias



Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe

MEDIA EFFECTS

Ensaaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo

Vol. 7

Efeitos de Framing, newsmaking e semiótica

Organizadores:

Gilson Pôrto Jr.

Nelson Russo de Moraes

Vilso Junior Santi

Leila Adriana Baptaglin



Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Lucas Margoni

Arte de capa: Penguin Kao - www.behance.net/penguinkao

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR) https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



Série Comunicação, Jornalismo e Educação - 35

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

PÔRTO JR., Gilson et al (Orgs.)

Media Effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo, Vol. 7: Efeitos de Framing, newsmaking e semiótica [recurso eletrônico] / Gilson Pôrto Jr. et al (Orgs.) -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2020.

161 p.

ISBN - 978-85-5696-760-2

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Ensaios. 2. Jornalismo. 3. Ética. 4. Comunicação. 5. Cultura. I. Título. II. Série.

CDD: 177

Índices para catálogo sistemático:

1. Ética e sociedade

177



Série
**Comunicação,
Jornalismo e
Educação**

Diretor da série:

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Porto Junior
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Comitê Editorial e Científico:

Profa. Dra. Cynthia Mara Miranda
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. João Nunes da Silva
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Luis Carlos Martins de Almeida Mota
Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes
UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva
Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil

Prof. Dr. Rogério Christofoletti
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Prof. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista
Universidade de Caxias do Sul: Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Profa. Dra. Thais de Mendonça Jorge
Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Profa. Dra. Verônica Dantas Menezes
Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Fagner da Silva Soares
CUIO & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesq. em História Oral e Memória
Instituto Federal do Maranhão (IFMA)

Dr. Luís Francisco Munaro
Universidade Federal de Roraima (UFRR)

Dr. José Manuel Peláez
Universidade do Minho, Portugal

Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes
Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional do
Ministério Público do Tocantins, CESAF/MPTO

Sumário

| | |
|---|-----------|
| Prefácio | 11 |
| Adrián Padilla Fernández | |
| Capítulo 1 | 14 |
| O conceito de mídia em Kittler e Gumbrecht: do senso comum aos estudos de mídia | |
| Marcio Telles | |
| Capítulo 2 | 36 |
| Imagens fotográficas da expedição de Hamilton Rice ao Vale do Rio Branco em 1924/25 por uma percepção semiótica | |
| Priscila Menezes Gonçalves | |
| Maurício Elias Zouein | |
| Capítulo 3 | 52 |
| Jornalismo cultural: G1 Roraima e as artes visuais | |
| Tafinis Leandro Silva Said | |
| Leila Adriana Baptaglin | |
| Capítulo 4 | 70 |
| O newsmaking na fanpage e site da prefeitura de Gurupi: aplicação da teoria no aniversário de 60 anos da cidade | |
| Andreia Rocha | |
| Clifton Morais | |
| Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior | |
| Capítulo 5 | 83 |
| A reforma da previdência e o mercado financeiro: linguagem simbólica, frames e o posicionamento dos portais de economia e finanças do Brasil | |
| Romário Rocha do Nascimento | |
| Rogéria Martins Costa | |

| | |
|---|------------|
| Capítulo 6..... | 113 |
| Jornal do Tocantins: uma análise framing sobre o jornalismo cultural e a produção de conteúdo sobre música | |
| Elaine Nolêto Jardim | |
| Maria Eduarda Campos de Sá Ferraz | |
| | |
| Capítulo 7..... | 131 |
| A problematização da perspectiva comunicacional de Lasswell para o estudo fotográfico de indígenas Yanomami em Roraima | |
| Berto Batalha Machado Carvalho | |
| Lisiane Machado de Aguiar | |
| | |
| Capítulo 8..... | 147 |
| O jornal o átomo (1953-1956): possibilidade de pesquisa culturológica | |
| Áquilas Torres de Oliveira | |
| Gustavo Frosi Benetti | |

Prefácio

*Adrián Padilla Fernández*¹

Neste vol. 7 reúnem-se textualidades geradas em diversos processos de pesquisas desenvolvidas em torno do jornalismo e outras expressões da comunicação midiática a partir dos enquadramentos temáticos, processos produtivos e geração de significados.

As análise-reflexões feitas desde as experiências das pesquisas teóricas e empíricas concretizam-se nos capítulos aqui apresentados como uma contribuição para os debates e construção de conhecimentos que o desenvolvimento do campo da comunicação e a prática jornalística nos exigem, sobretudo, em tempos de crises de credibilidade que impactam ao Capital Simbólico, no dizer de Bourdieu, representado pelas narrativas midiáticas configuradoras das subjetividades na contemporaneidade.

No capítulo 1, **O conceito de mídia em Kittler e Gumbrecht: do senso comum aos Estudos de Mídia**, do autor Marcio Telles, se discute como o termo “mídia” é empregado nos Estudos de Mídia alemães, sobretudo em dois teóricos como Friedrich Kittler e Hans Ulrich Gumbrecht. Propõe-se desentranhar dos seus escritos aspectos que ajudem a compreender como se estrutura o pensamento dos dois autores e dos Estudos de Mídia alemães em geral.

No capítulo 2, **Imagens fotográficas de Hamilton Rice ao Vale do Rio Branco (1924/25): por uma percepção Semiótica**, Priscila Menezes Gonçalves e Maurício Elias Zouein apoiando-se na Teoria Semiótica Peirceana para análise da percepção de imagens fotográficas produzidas na

¹ Professor-pesquisador da Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, Caracas, Venezuela – UNESR. Professor Visitante Sênior no Programa de Pós-graduação em Sociedade e Fronteiras (PPGSOF) da Universidade Federal de Roraima – UFRR. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP.

viagem expedicionária do, médico e geógrafo, Hamilton Rice ao Valle do Rio Branco nos anos de 1924/25, trabalham nas interpretações e representações dessas imagens da época e, ao mesmo tempo, contextualizam os principais fatos ocorridos no mundo, no Brasil, na Amazônia e em Roraima nesse período.

No capítulo 3, **O jornalismo cultural no G1 Roraima e as Artes Visuais**, Taffinis Leandro Silva Said e Leila Adriana Baptaglin refletem sobre como o Jornalismo Cultural é realizado na mídia digital em Roraima a partir da análise de duas matérias que trazem como tema as Artes Visuais no estado. Problematizam o tratamento jornalístico sobre a temática que é considerada em alguns casos como “serviço” pela mídia, o que coloca a necessidade de refletir sobre a importância da construção do Jornalismo Cultural em Roraima.

No capítulo 4, **O Newsmaking na fanpage e site da Prefeitura de Gurupi: Aplicação da teoria no aniversário de 60 anos da cidade**, autoria de Andreia Rocha, Clifton Moraes e Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior analisa-se sob a óptica da teoria Newsmaking, as matérias publicadas no site da prefeitura de Gurupi-TO e a respectiva repercussão desse material na fanpage da gestão municipal, durante dez dias da programação de aniversário dos 60 anos da cidade, comemorado em novembro de 2018. O foco da pesquisa orientou-se em criar um panorama de recepção das postagens feita pelos cidadãos e analisar quais áreas do serviço público tiveram maior impacto durante a semana de aniversário do município tocantinense.

No capítulo 5, **A reforma da previdência e o mercado financeiro: linguagem simbólica, frames e o posicionamento dos portais de economia e finanças do Brasil**, Romário Rocha do Nascimento e Rogéria Martins Costa debruçam-se sobre o posicionamento dos portais de mídia especializada de economia e finanças do Brasil em torno à reforma da previdência no ano de 2018, através da linguagem simbólica e frames noticiosos das publicações divulgadas. O estudo faz uma análise estatística e descritiva de palavras e enquadramentos presentes em 117 publicações

dos maiores portais de economia e finanças: Infomoney, Valor Econômico e Investing. Além disso, nos pressupostos teóricos do texto dialoga-se com autores como Bourdieu e Foucault, entre outros.

No capítulo 6, **Jornal do Tocantins: uma análise *framing* sobre o jornalismo cultural e a produção de conteúdo sobre música**, as autoras Elaine Nolêto Jardim e Maria Eduarda Campos de Sá Ferraz fazem uma análise sobre o espaço dado ao jornalismo cultural, especificamente no segmento musical, a partir do levantamento de matérias produzidas, durante quatro meses, no veículo e analisadas segundo o método da Análise de Conteúdo (AC), proposto por Bardin. Teoricamente, dialoga-se com os estudos sobre enquadramento noticioso.

No capítulo 7, **A problematização da perspectiva comunicacional de Lasswell para o estudo fotográfico de indígenas yanomami em Roraima**, Berto Batalha Machado Carvalho e Lisiane Machado de Aguiar a partir do modelo do Harold Lasswell buscam problematizar essa teoria para pensá-la como uma possibilidade na investigação empírica para o estudo fotográfico realizado pela Claudia Andujar, na década de 1970, com com o povo Yanomami em Roraima.

Finalmente, no capítulo 8, **O jornal *O Átomo* (1953-1956): possibilidade de pesquisa culturoológica**, Áquilas Torres de Oliveira e Gustavo Frosi Benetti fazem uma aproximação das áreas de Comunicação, História e Musicologia, com vista a uma pesquisa culturoológica. Na investigação exploratória dialoga-se com autores como Kuhn, Trinta e Pollistcuk, Burke, Ginzburg e Panosfsky. Constatou-se a possibilidade de pesquisa buscando construir o contexto histórico e as bases científicas para a um melhor desenvolvimento da investigação em comunicação em um periódico amazônico.

O conjunto dos textos aqui apresentados pretende animar as dinâmicas de uma cultura científica no campo da comunicação, com foco nas práticas jornalísticas, para contribuir na configuração dos referentes teórico-metodológicos que necessitamos para consolidar o fazer-sentir-pensar nessa complexa multidimensionalidade.

Capítulo 1

O conceito de mídia em Kittler e Gumbrecht: do senso comum aos estudos de mídia ¹

Marcio Telles ²

Introdução

“Tente explicar para o seu sobrinho” – brinca o teórico holandês Geert Lovink (2011, p. 76, tradução nossa) – “que Estudos de Mídia não são estudos culturais, não são estudos visuais, tampouco é comunicação. O que são então?”. A provocação de Lovink pode ser estendida para outra questão: *O que são, afinal, mídias?* A polissemia do substantivo – que prolifera por outros termos como mediático, medial, a grande mídia, medialidade, midiaticização, mediação, etc. – faz de qualquer tentativa de sua definição uma tarefa hercúlea.

Talvez, o conceito de mídia seja o nosso Odradek: difuso, achatado, feito de pedaços de outros conceitos, “os fios não serão mais do que fiapos, restos emendados ou simplesmente embaraçados de fio gasto, da mais diversa cor e espécie” (KAFKA, 1994, p. 22). Às vezes, com a ajuda de alguma outra hastezinha teórica, pode até ficar em pé, mas, no mais das vezes,

¹ Uma versão inicial deste trabalho foi apresentado no GP Teorias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Parte significativa deste artigo foi construída ao longo do estágio doutoral na Winchester School of Art. Agradecemos especialmente aos colegas Fabrício Silveira, Liraúcio Girardi Jr., Luiz Cláudio Martino e Luiza Carolina dos Santos pelas leituras cuidadosas do texto, bem como aos dois pareceristas anônimos da Intercom. Erros remanescentes são de responsabilidade da autoria.

² Professor da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor e Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com estágio doutoral na Winchester School of Art, Universidade de Southampton, Reino Unido.

temos a certeza de que é o remanescente quebrado de alguma outra coisa. Como o pai de família do conto de Kafka, na impotência de diálogo com o conceito, fingimos a inexistência do problema – afinal, “todos sabem” o que a mídia “é” e o que ela “faz” – mesmo se o conceito continue a habitar naquele canto bagunçado das questões da área que não enfrentamos arrumar. As questões se aglomeram: o que é ou são mídia(s)? O que elas fazem? O que, afinal, “medeiam”? As dificuldades se espalham para a prática teórica: haveria “teorias” das mídias? Elas seriam diferentes de aplicar às “mídias” teorias sociais? E, por último, mas com certeza não menos importante, ainda falamos de *Comunicação* quando nos engajamos com teorias *da* mídia?

Por um breve período bastante prolífico, o conjunto de autores dos Estudos de Mídia na Alemanha pareceu responder a essas questões e apaziguar alguns ânimos. Friedrich Kittler virou de pernas para o ar os estudos literários quando propôs um foco não nos discursos, mas nos discursos sobre as condições discursivas do canal, o que seu colega Hans Ulrich Gumbrecht nomeou *materialidade da comunicação*. Nessa perspectiva, são as tecnologias de mídia, e não a episteme, a cultura ou a história as condições de possibilidade de qualquer discurso. Elas não apenas *determinam* nossa situação, como se inscrevem nas materialidades do próprio texto que dão origem. *Drácula*, de Bram Stoker, já não seria mais o precursor do horror moderno nem um conto de vampiros, mas a inscrição, em papel, das ansiedades com as novas tecnologias de comunicação e suas formas inovadoras de burocracia, com secretárias dedicadas e suas máquinas de escrever, além de um gramofone que não pode deixar de registrar (KITTLER, 1997).

A teoria da mídia nesse formato se inscreveria em um novo horizonte para as Humanidades, a passagem de um paradigma hermenêutico, como diz Gumbrecht, para um “elogio da superfície”, como diz Flusser, onde a materialidade e seu preceito de corporalidade não seriam excluídos dos processos de significação, ao contrário, viriam ao centro do palco. Como consequência, instaurar-se-ia um domínio de investigações pautada pela

medialidade, isto é, a articulação entre o dispositivo tecnológico-material e as condições de possibilidades dos discursos dentro de um período histórico. Como brincou o título intraduzível de uma coletânea: *Media | Matter* (HERZOGENRATH, 2015).

Não obstante o edifício teórico erigido pelas *Medienwissenschaften* (Estudos de Mídia) germânicas, não há nem em Kittler, nem em Gumbrecht, uma única definição direta do que seja *mídia*. Kittler a “define”, entre aspas, como o acúmulo de três funções – processamento, armazenamento e transmissão –; enquanto Gumbrecht mantém o termo envolto em uma aura de incerteza, diz ele (2010, p. 41, grifo meu): “como (se é que de algum modo) a *mídia e as materialidades de comunicação* pode[m] ter algum impacto sobre o sentido que transporta[m]”. Nesse caso, a conjunção “e” está expressando uma relação de equivalência ou de diferença entre mídias e materialidades de comunicação? Mídias e materialidades são sinônimas ou trata-se de duas classes de substantivos de operações semelhantes? *Mídia e materialidades* têm impacto sobre o sentido? O mesmo impacto? Se sim, por que marcá-las dessa maneira? Não sabemos. Afora a citação acima, o termo *mídia* só é empregado mais uma vez em seu *Produção de Presença* (GUMBRECHT, 2010), na página 173, com um sentido bastante pedestre, quando o autor refere-se a como “a *mídia*” influencia/induz certas percepções.

Para aqueles que seguiram os passos de Kittler e Gumbrecht, não parecia existir qualquer delimitação ou definição axiomática do que poderia vir a ser enquadrado como *mídia*: essa “não-ontologia” (HORN, 2007) levou a uma definição tautológica, definido-a de forma *ad hoc*. Mas, mesmo nesses casos, muitos autores, lembra Geisler (1999), não pareciam interessados no que as pessoas faziam com as mídias – o que quer que elas fossem, de gramofones a fantasmas. Ao contrário, a “não-ontologia” apreendida pelos teóricos alemães dessa primeira fase dos Estudos de Mídia a definiam a partir dos usos e/ou das demandas do *pesquisador*. Como observa Jussi Parikka, o uso que Kittler dá ao termo *mídia* “não é antiontológico *per se*, mesmo que não se estabeleça sobre uma definição

de meios de comunicação reconhecido por uma entidade disciplinar e institucional” (PARIKKA, 2012, p. 10, tradução nossa). Neste sentido, a (in)definição de mídia servia também para saltar barricadas acadêmicas.

Na Alemanha, os Estudos *de Mídia* continuaram a servir de marco operatório para uma vasta gama de pesquisadores, mesmo que as ligações entre seus objetos de pesquisa não estivessem exatamente claros. Entre pessoas jurídicas e pastas de arquivos, passando de lulas-vampiro a selos, as duas “a-definições” de mídia de Kittler e Gumbrecht continuavam a juntar esta disparidade: eram, afinal, materialidades que – não sem algum esforço teórico em alguns dos casos – armazenavam, processavam e transmitiam informações.

Como uma disciplina chamada Estudos de *Mídia* pôde prescindir por tanto tempo e em seus textos mais fundamentais de um conceito claro de *mídia*? Ato contínuo, será mesmo imprescindível uma definição para este conceito? Ou, ao contrário, não importa exatamente o que a mídia é, mas o que ela *faz*? E, como consequência, aquilo que *se faz* com seu conceito? Esta são questões abrangentes sobre a importância do conceito nas Ciências Humanas em geral: estaríamos melhor se tivéssemos conceitos mais definidos ou, pelo contrário, podemos prescindir deles nas análises teóricas?

Ligam-se estas questões a um segundo recorte, a que chamamos de “*palavras-chave*” (WILLIAMS, 2015). Ou seja, existe, dentro de dada formação discursiva, certas palavras-chave³ com “horizontes de sentido” que servem como *atratores*, elementos dispersos em um espaço topológico na direção dos quais um território comunicacional tende a evoluir, que se interpõe como critério de entrada para participação do debate. Ou seja, não apenas *o que é dito*, mas *como é dito* e *o que é significado*, produz diferença de acesso e compreensão teórica. No caso específico deste artigo, estamos propondo que a palavra *mídia* possui uma particularidade que escapa ao entendimento dos não-versados no debate teórico alemão baseado nas

³ Tomo “palavra-chave” como conceito principalmente de Raymond Williams (2015), mas debate como outros pensadores também lançam luzes sobre elas como, por exemplo, Alexis de Tocqueville (2010).

experiências de Kittler e Gumbrecht. A profundidade semântica do termo *mídia* é perfeitamente clara para os estudiosos alemães, mas não é possível dizer que se reporte ao mesmo entendimento comum do leitor brasileiro.

Neste sentido, estamos avançando na proposição de *fetichismo* do conceito que denuncia Luís de Gusmão (2012) nas Ciências Sociais. Como ele aponta, muitos estudos “conteudísticos” da área são “traduzíveis, em princípio, ao saber do senso comum”⁴ (p. 35). Dado isso, eles poderiam ser “expresso[s] na linguagem natural” (p. 36), já que o mundo ao qual se referem é o da vida cotidiana. Para Gusmão, isto faz com que muitos conceitos – como “campo”, “hábito”, etc. – sejam um rebuscamento acadêmico e, portanto, dispensáveis. Ora, pelo contrário! É justamente por que apontam para o cotidiano que eles se transformam em indícios ainda mais interessantes para a pesquisa, vertendo-se, eles mesmos, em uma “rede discursiva” (KITTLER, 1990) sobre o pensamento de dada época e local.

Tome-se, apenas por exemplo, a bem documentado diferença semântica do conceito de *cultura* no “senso comum” da língua alemã. Norbert Elias (1990) repara que o alemão *Kultur* e o francês *Civilisation* (donde advém o termo em português), mesmo aparentando opostos, guardam entre si alguns núcleos de semelhança, dependendo da ênfase às características abstratas a que se referem. O exemplo mais notório dessa bagunça semântica é o título da obra de Sigmund Freud (2010), *O Mal-Estar na Civilização*, originalmente *Das Unbehagen in der Kultur* (grifo nosso). Então, quando os alemães falam em *Kulturtechniken*⁵, um dos ramos mais recentes dos Estudos de Mídia alemães (GEOGHEGAN, 2013; GIRARDI JÚNIOR, 2017; KRÄMER, 2006; MACHO, 2013; PARIKKA, 2013; SIEGERT, 2015), eles não estão falando apenas dos processos pelos quais objetos culturais são produzidos – o que poderíamos chamar de técnicas artísticas – mas também das técnicas pedagógicas através das quais um indivíduo se torna cultivado ou, em bom português, civilizado.

⁴ O que Gusmão parece apontar, na realidade, é ao “bom senso” (*common sense* em inglês), não propriamente ao “senso comum” como usado no Brasil. Vejam, mesmo aqui, a dificuldade das palavras para a reflexão teórica.

⁵ Traduzido para o inglês como *Culture Techniques*. Cf. a discussão sobre uma tradução que preserve a dimensão teórica em nossa tese de doutoramento, TELLES, 2019, p. 129-146.

O que tentaremos argumentar neste artigo é que o conceito de “mídia” é contrabandeado do “senso comum” alemão, o caldo intelectual de que bebem tanto Kittler quanto Gumbrecht. Nesse caldo, a “palavra-chave” (WILLIAMS, 2015) *mídia* tem um significado muito exato, seguindo uma longa tradição de pensamento advinda da recepção germânica de Aristóteles. Ainda que uma filologia detalhada da evolução deste termo dentro do contexto alemão fosse de grande valia, esta escapa dos limites de um mero artigo sobre comunicação. Logo, é nosso objetivo por ora demonstrar como, na falta de uma definição clara de mídia, é este entendimento que “desliza” para dentro dos textos de Kittler e Gumbrecht, auxiliando-os a construir o edifício que se tornou os Estudos de Mídia e, de uma maneira ampliada, o que se tem nomeado Teoria Alemã das Mídias.

1. Kittler

Em meados dos anos 1980, Kittler, enquanto aguardava o longo processo de apreciação de sua *Habilitationsschrift*⁶, passou a dedicar-se à construção de um sintetizador analógico com um programa próprio para operar. O *design* tanto do circuito quanto de seu software foi feito nas margens do manuscrito da versão revisada da habilitação que viria a ser publicada na forma de livro com o título de *Aufschreibesysteme 1800/1900*, ou *Discourse Networks 1800/1900* (KITTLER, 1990). Para alguns dos comentaristas da obra de Kittler (FEIGEFELD, 2015; WINTHROP-YOUNG, 2013; SPRENGER, 2016), foi esse *hobby* que gradativamente levou-o a preocupar-se com os limites da mídia, palavra até então ausente de seu primeiro grande tomo. A partir daí e notadamente em seu segundo livro, *Gramofone, Filme, Typewriter* (KITTLER, 2019), o

⁶ “Habilitação” é a segunda dissertação, a ser publicada na forma de livro, que qualifica formalmente os candidatos ao cargo de Professor na universidade alemã. Às vezes, é traduzida como “tese pós-doutoral” (por ex. SPRENGER, 2016, p. 71), mas seu equivalente mais próximo no país é a tese de livre-docência.

objetivo do alemão passou a ser “descobrir o que uma mídia poderia fazer” (FEIGEFELD, 2015, p. 2, tradução nossa).

Mais ou menos nessa mesma época, durante sua estada em Stanford ao longo de 1982/1983, Kittler descobriu a teoria da informação de Claude Shannon (KRÄMER, 2006; SPRENGER, 2016). Shannon deu a Kittler um modelo, bastante cibernético, de comunicação. Compreendida metodologicamente a partir dos elementos de Shannon – fonte, emissor, sinal, receptor e canal –, Kittler assume os procedimentos de codificação, processamento de sinais e decodificação como suficientes para dar conta de três dimensões mediais: respectivamente, em sua obra, armazenamento, processamento e transmissão. Isso permitirá a Kittler ignorar conotação e denotação do conteúdo em favor de um mecanismo interno de processamento de sinais. Quando Kittler refere-se a discurso, quer dizer rigorosamente troca de sinais em um circuito fechado: ele importa-se com “como [textos] existem, não com o que eles contêm ou representam, refletem ou criticam” (KITTLER, 2016, p. 92, tradução nossa). No pensamento kittleriano, o humano é reduzido à consequência do endereçamento de sistemas técnicos, uma posição a ser ocupada em uma placa de circuitos cibernética.

Um dos exemplos centrais de Kittler (1990, p. 191-198; KITTLER, 2019, p. 278-287), é a frase do filósofo Friedrich Nietzsche, endereçada em uma carta a um amigo compositor, sugerindo que “Nossa ferramenta de escrita trabalha juntamente com nosso pensamento”. Debilitado pela miopia, Nietzsche havia há pouco adquirido uma máquina de escrever primitiva. O amigo em questão chamou a atenção de Nietzsche: seu estilo de filosofar mudara após a troca par ao novo meio de inscrição.

Nietzsche [...] mudou de argumentos para aforismos, de ideias para jogos de palavras, de retórica para o estilo telegráfico. É justamente isso que significa a frase que diz que nossa ferramenta de escrita trabalha em conjunto com nosso pensamento. A grafosfera de Malling Hansen fez de Nietzsche um lacônico devido aos seus problemas de operação (KITTLER, 2019, p. 282).

O que Kittler está tentando operacionalizar é a redução do arquivo foucaultiano às características materiais enquanto um sinônimo geral para “mídia”. Nesse sentido, os limites do comunicável equivaleriam aos limites da medialidade: Nietzsche escreve diferente com a máquina de escrever pois ela o direcionada a um determinado conjunto de enunciáveis disponíveis. As mídias atuam sobre nossos pensamentos porque são elas que ofertam o universo do comunicável (dos visíveis e dos enunciáveis).

Isso descansa sobre uma compreensão particular da palavra “mídia” (*médium; Medien*), substanciada por uma forte tradição germânica. Nela, Aristóteles é nomeado o “primeiro teórico da mídia” (SEITTER, 2015), quiçá o primeiro teórico alemão de mídias. Para Aristóteles “há sempre um atributo sensível que causa um movimento no *medium* (ar, água ou terra), que por sua vez produz movimento nos órgãos do sentido. Com isso, os corpos só são percebidos na medida em que atributos sensíveis movimentam o *medium*” (BASTOS, 2012, p. 56). O *a priori medial* do qual que falará Kittler (2019) precisa ser compreendido por esse viés aristotélico: não existe significação fora das mídias (e sua base material), pois não existiria sequer percepção. Isso significa que é a mídia que produz a presença de algo que até então estava além ou aquém do nosso limiar perceptivo. Uma nova mídia, portanto, muda as fronteiras do visível e do enunciável – daquilo que pode ser percebido – em uma determinada época, logo, também do comunicável. Kittler inverte a proposição McLuhaniana: as mídias não são a extensão do homem; é o humano a extensão das mídias.

O pensamento de Kittler é costumeiramente compreendido como uma cruz entre pós-estruturalismo, sobretudo Derrida, Lacan e Foucault, com pitadas de Heidegger. Esse construto não funciona sem a mediação de Aristóteles. Quando Kittler dirige a Foucault sua famigerada crítica – “[p]ara os arquivos de sons ou as torres de rolos de filme a análise do discurso é incompetente” (KITTLER, 2019, p. 27) – e que, precisamente por causa disso, “A pesquisa histórica de Foucault não avança muito além de 1850” (KITTLER, 1990, p. 369, tradução nossa) – parece um erro crasso ao ouvido dos foucaultianos, que são rápidos em lembrar que Foucault não

se limitou, de forma alguma, a arquivos de papel. Mas isto desconsidera Aristóteles: Kittler compreende que faltou a Foucault levar em conta a *mediação* do arquivo, no sentido de uma materialidade que se interpunha entre ele e a leitura, e que lhe permitira ler em primeiro lugar. O *a priori* medial de Kittler não é o arquivo de Foucault, mas lhe é anterior – algo que será retomado, já neste século, pelos autores que se aglomeram em torno das *Kulturtechniken*. Essa cegueira a respeito da materialidade de seu arquivo faz de Foucault incapaz para dar conta das inscrições arquivísticas quando os atos comunicativos de ouvir, ver e escrever separam-se em três processos distintos de reprodução mecânica, ou três mídias: gramofone, cinema, máquina de escrever (justamente o título do livro mais famoso de Kittler). Logo, Kittler está lidando com dois universos epistêmicos (“redes discursivas”) distintos e inconciliáveis, um calcado na linha escrita e em uma só mídia (1800), outro nas imagens técnicas cindidas em mídias distintas (1900), que separam as três funções mediais. Nesse sentido, as mídias são tanto epistemologias quanto ferramentas heurísticas das epistemes.

Kittler não é exatamente o primeiro autor a propor as mídias enquanto epistemologia. Alguns anos antes, o canadense Neil Postman (1985) localizava na articulação entre as características de uma mídia e os discursos possibilitados por ela uma mudança nas formas de tomar conhecimento da verdade – ou seja, seu nível de observação é o do discurso e do conteúdo. Já Kittler aponta para o nível da materialidade. Seu olhar é “[...] numerativo ao invés de narrativo, descritivo ao invés de discursivo, infraestrutural ao invés de sociológico” (ERNST, 2018, p. 45). O regime de verdade de uma mídia como o rádio encontra-se ao nível do campo eletromagnético e não no discursivo. As possibilidades de inscrição no canal, reduzido à materialidade de suas trocas elétricas, molda o conteúdo transportado, assim como quem o utiliza. Isso aponta para um duplo impacto da mídia: enquanto formatadoras do humano e enquanto gargalo conteudístico.

Aqui há algumas proximidades com McLuhan, todavia com uma mudança substancial. Embora ambos apontem para a impossibilidade de pensar sobre as mídias e pensar além delas dentro de um ambiente medial específico, eles oferecem diagnósticos distintos para tanto. Para o canadense⁷, os homens são incapazes de enxergar o ambiente medial enquanto ele está em plena operação – ele se tornaria progressivamente explícito justamente enquanto rui, construindo um contra- ou anti-ambiente para refleti-lo. Para o alemão, os homens são incapazes de compreender o ambiente medial no qual estão inseridos por que eles não possuem as proficiências técnicas para tal – além disso, as mídias só lhes permitiriam compreender dentro de seus próprios limites. Toda apreensão de um ambiente é sempre parcial.

Por causa disso, uma das críticas dirigidas a Kittler é que ele reveste de novas roupas a velha tradição germânica de pensar a sucessão de épocas através de uma mídia condutora como a organizadora da experiência – o chamado *Leitmedium* (GEISLER, 1999). O *Leitmedium* é, conceitualmente, o meio de comunicação que exerce uma influência particularmente forte sobre a opinião pública e os outros meios de comunicação de uma determinada época. Está presente no linguajar popular quando se fala em “Era da TV” ou “Era do Digital”. As periodizações de McLuhan soam semelhantes a essa ideia – “a galáxia de Gutemberg”, a “era da Eletricidade”, etc.; e, de certa forma, Kittler com suas epistemes 1800/1900 parece centrado em formas mediais⁸.

Essa é uma crítica injusta. Ao contrário de se fiar a um suporte técnico apenas, Kittler jamais se concentra em apenas um deles como epistemologicamente relevante, e sim na interação entre diversas mídias em um dado momento. Kittler estilhaça qualquer pretensão de uma mídia em se tornar

⁷ Estou pensando, especificamente, nesta passagem de McLuhan: “Uma coisa sobre a qual os peixes não sabem absolutamente nada é a água, já que não têm antiambiente que lhes permita perceber o elemento dentro do qual vivem” (McLUHAN apud LOGAN, 2011, p. 5).

⁸ Esse tipo de pensamento não é exclusividade dos germânicos, nem dos canadenses, basta conferir qualquer programação de evento acadêmico da Comunicação para encontrá-la expressa em abundância (sobretudo em relação ao Digital).

a condutora de uma era (por exemplo, a “era da imprensa”, a “era do cinema”, a “era do digital”), porque elas necessariamente precisarão comportar-se em relação umas às outras, formando o que Elsaesser (2018) nomeia de *Medienverbund*, rede de mídias. Kittler entende essa relação obrigatória como a tríade lacaniana (KITTLER, 2019). A máquina de escrever, originalmente desenvolvida para ajudar a deficientes visuais como Nietzsche a escrever, assume o papel do Simbólico lacaniano, um conjunto de signos finito e pré-determinado aberto a variações apenas dentro desse todo. O cinema atua como o Imaginário ao oferecer uma imagem espelhada do corpo, em termos de psique e forma sensório-motor. Por último, o Real lacaniano é explicitado nas tecnologias de captação sonora: a inclusão de ruídos nessas gravações – pigarros, sussurros, etc. – são o “indesejável da comunicação”, mas sem os quais ela não existiria. Eles são a manifestação da materialidade do canal, no caso o próprio corpo, que produz, junto do sentido, os seus dejetos⁹.

Em última instância, isso aponta para a necessidade de uma cuidadosa descrição da materialidade da mídia. Para retornar à ótima metáfora dos peixes em McLuhan (vide nota na última página), Kittler está menos interessado na água do que nas partículas imperceptíveis de hidrogênio e oxigênio que a compõem (WINTHROP-YOUNG, 2018). É por isso que, em última instância, esse entendimento particular de mídia nos Estudos de Mídia não está completo sem uma reflexão profunda sobre as materialidades de comunicação.

2. Gumbrecht

Na mesma época em que Kittler criava seu sintetizar, o professor de literatura Hans Ulrich Gumbrecht transferia-se da Universidade de Bochum para Siegen (1983-1989) a fim de coordenar o primeiro Programa de Doutorado para estudos teóricos e literários da Alemanha (CASTRO

⁹ Em uma época de máquinas comunicantes e inteligência artificial, talvez seus programadores fizessem bem em se lembrar dessa lição de Kittler.

ROCHA, 1998). Gumbrecht, a esta altura, já iniciara uma série de críticas à Estética da Recepção, que o levava a explorar o que ele chamava de campo “não-hermenêutico”. É fácil compreendê-lo como uma negação da hermenêutica, o processo pelo qual o sentido imanente de um texto é redescoberto a partir de uma leitura atenta e profunda através do ato universal de interpretação. Gumbrecht identifica-o como um modo de produção de sentido que desprezava a superfície do texto, cuja qualidade inerente é constantemente ignorada em favor de um sujeito soberano e unificado capaz de dotar de sentido os objetos do mundo. Como modelo de leitura, o paradigma hermenêutico tenderia a transcender a localização dos textos e favorecer termos universais como homem, autor, origem, espírito, internalidade. Esse modelo não era de maneira alguma universal, mas “um fenômeno contingente à evolução das práticas discursivas na Europa” (WELLBERY, 1990, p. x, tradução nossa). Como observa Felinto,

O gesto hermenêutico se baseia na idéia de que uma superfície (corpo, texto, materialidades) atua como simples instrumento de expressão de um sentido que deve ser encontrado na profundidade (espírito, significado, imaterialidade) de um ente espiritual. Dado que a expressão revela-se sempre como insuficiente em relação ao espírito, surge a necessidade da interpretação (FELINTO, 2001, p. 10).

Gumbrecht (1998, p. 145) então se questiona sobre “a possibilidade de tematizar o significante sem necessariamente associá-lo ao significado”, o que o leva a questionar as noções de sentido e de *presença*. Observando que, na teoria dos sistemas de Niklas Luhmann, “a percepção de um mundo exterior nada seria senão um produto secundário da autorreferência produzida” (GUMBRECHT, 1998, p. 144) – próximo a como todo discurso é um discurso sobre as condições discursivas do canal (Kittler) –, Gumbrecht nota que todo sistema pressupõe algo que lhe é exterior, mas sobre o qual é incapaz de tematizar por fugir dos parâmetros sistêmicos que possibilitam qualquer compreensão. Logo, observa Gumbrecht, todo sentido deve ser o produto da própria *materialidade* em que é produzido.

A partir da organização de cinco colóquios em Dubrovnik, Croácia (então Iugoslávia), ao longo da década de 1980, cujo dois últimos serão coletados em inglês no livro *Materialities of Communication* (GUMBRECHT, PFEIFFER, 1994), Gumbrecht irá propor três conceitos-chaves para os Estudos de Mídia: *exterioridade*, *medialidade* e *corporalidade*.

Exterioridade se refere ao nível material que antecede a qualquer articulação de sentido e, sem o qual, nenhum sentido se concretizaria. Medialidade implica o meio através do qual o nível material é processado como parte de uma estrutura de construção de sentido. Por fim, corporalidade supõe um deslocamento sutil, embora decisivo, da centralidade do sujeito, modernamente visto como fonte de ações conscientes, para a centralidade do corpo, visto, numa época pós-hermenêutica, como metonímia da contingência (CASTRO ROCHA, 1998, p. 20-21).

Exterioridade supõe que as tecnologias de comunicação não são instrumentos usados por sujeitos para a produção de sentido, mas o próprio horizonte capaz de gerar o sentido. Por consequência, os objetos materiais são manifestações inconscientes dessas “redes discursivas”: as escolhas estéticas, os assuntos e discursos, até as falhas técnicas, são lidas como expressões dessa exterioridade. Como David Wellbery (1990, p. xx, tradução nossa) nota em relação a Kittler, o princípio da exterioridade faz com que “O objeto de estudo, portanto, não seja aquilo que é dito, mas o fato brutal de que é dito, de que é isto que está inscrito e não qualquer outra coisa”.

À primeira vista, parece não haver muito de novidade em relação à sociologia da literatura; mas o ineditismo está no tipo de leitura “diferencial” que a abordagem supõe, sobretudo por que, novamente, ela se ancora em uma compreensão bastante particular de elementos dispersos na rede discursiva germânica: a distinção entre fundo e figura (TELLES, 2017). Na Teoria da Gestalt, o “fundo” é uma “massa de elementos reunidos de modo disperso, sem nenhuma configuração fixa, mas que adquire uma forma rígida tão logo alguma força se aplique sobre

[ele]” (BASTOS, 2012, p. 57). Como ele não possui nenhuma qualidade específica, se apresentaria como um excelente portador das figuras, entendidas como o recorte, o agenciamento provisório desses elementos heterogêneos.

Como demonstra Bastos (2012), o conceito de mídia na tradição germânica pós-Aristóteles é dividido em duas grandes categorias: as suas formas materiais, por um lado, e o *medium* ou meio propriamente dito, de outro, que só pode ser acessado de forma enviesada a partir da descrição cuidadosa da materialidade manifestada. A mídia é definida por sua medialidade – a sua posição como terceiro mediador em um sistema dual articulado entre *medium* e materialidade. A materialidade é a forma de expressão do *medium* – a sua “entidade não discursiva” (ERNST, 2018, p. 44) –, mas não pode ser reduzida jamais à sua medialidade. Justamente, qualquer materialidade está, enquanto exterioridade, sempre em risco de se tornar obsoleta como expressão da rede que a articula. A proposta metodológica de Gumbrecht é, então, ler pelas fissuras: as falhas técnicas, as gafes, os erros, as manifestações brutais e aparentemente sem sentido são os momentos de desvelo onde o significado ficaria em suspenso e seríamos apresentados ao *médium* em toda sua estranheza, aos limites possíveis daquilo que pode ser enunciável.

Nessa construção, a *medialidade* é uma função que estrutura a mídia a partir da distinção entre o significado e tudo aquilo que é excluído como ruído. Ruído se tornaria, assim, a própria condição de possibilidade do sentido¹⁰. Ao mesmo tempo, essa função é extremamente frágil: tal como o vento desfaz a pegada na areia, não há garantias de que *médium* e materialidade vão prosseguir ressoando mutuamente. Como na exterioridade, o importante para a medialidade é sua relação com o *medium*. O *medium* se expressa apenas nas fissuras e, por isso mesmo, pensam tanto Gumbrecht quanto Kittler, as materialidades, vinculadas à medialidade, são o mais próximo que podemos chegar do *medium*.

¹⁰ Cf. Também KITTLER, 2019, sobretudo o primeiro terço (*Gramofone*).

Kittler (2019) pensa o *medium* como uma intromissão do Real, o ruído na gravação sonora que insistentemente se declara presente na forma material. Gumbrecht, porém, parece percebê-lo como uma “zona” ou estado que prescinde de significação, o que o leva a teorizar formas comunicacionais afetivas. Seus trabalhos são repletos de exemplos de experiências nessa zona específica: das estéticas provocadas por obras de artes, passando por êxtases religiosos até jogadas esportivas. Se o *medium* pode ser pensado como uma massa de elementos heterogêneos dispersos e sem configuração fixa, Gumbrecht permite compreendê-lo como um movimento de dissolução de diferenças entre sentido e não-sentido, significado e significante, tempo e espaço, humano e não-humano. Usando o exemplo de um atleta e da expressão esportiva “*in the zone*” (entrar na zona), ele observa que

Assim que entra na zona, ele [o atleta] já não percebe o quão rápido está correndo. Não se sente pressionado. Movimentos que pareciam difíceis antes de ele estar ‘na zona’ tornam-se fáceis, silenciosos e naturais. Paradoxalmente, é a retirada da pressão temporal que permite um bom *timing* – para encontrar o momento certo que corresponda a cada movimento do corpo num determinado contexto espacial (GUMBRECHT, 2007, p. 139).

É na “zona” que, por um brevíssimo momento, há um relance desse *medium* como um conjunto heterogêneo de elementos que não possuem diferenciação entre si, mas que é ele mesmo, para ser apreendido, revelado em *outra* forma. Obviamente, esse tipo de ocasião tem ares de epifania, e não é exagero que Gumbrecht possa ser acusado de certo misticismo tardio. Todavia, se há uma dissolução entre figura e fundo na “zona”, é porque ela lembra a impossibilidade de qualquer existência sem a distinção primordial entre fundo e figura, *medium* e materialidade.

O último princípio que apresenta Gumbrecht, *corporalidade*, destrona a noção de agência como central ao ser humano. “O corpo não é mais essencialmente um agente ou ator... [Ele] Deve encontrar outros corpos e resistências. Desse modo, a cultura pode ser resumida na ideia de um regime pelo qual os corpos têm de passar” (WELLBERY, 1990, p. xv,

tradução nossa). E o único lugar pelo qual eles *podem* passar é pela mídia. Essa perspectiva, que Gumbrecht compartilha com Kittler, permite uma nova maneira de olhar para a materialidade do corpo como parte de redes que se estendem ao trabalho, ao exército e, sobretudo, à maneira em como somos treinados para usar e interagir com as tecnologias de mídia.

Esses três princípios apontam para o interesse dos Estudos de Mídia alemães na possibilidade não-verbal da produção de sentido. É necessário, mais uma vez, um exame cuidadoso das materialidades da comunicação. Gumbrecht (2007 e 2010, respectivamente) está ciente disso quando tenta propor o fascínio (no caso dos esportes) e a experiência estética (no caso das artes) como categorias de análise. Por exemplo, em um dos textos mais citados dos Estudos de Mídia alemães, “*Software não existe*”, Kittler (2017, p. 373-392) enfatiza que, para cada ato de escritura da programação (*software*), o *hardware* sempre especificará como será sua manifestação material. Não é apenas uma oposição entre os códigos/as linguagens e a matéria bruta, o que refaria a distinção que Gumbrecht tentara desfazer. O que Kittler está demonstrando é a impossibilidade de tematizar o *software* sem levar em consideração o *hardware* como uma materialidade de inscrição que, por sua vez, é condicionante das operações de linguagem. Aqui, a distinção entre figura e fundo se articula medialmente, onde o *hardware* é o fundo do *software* mas, invertido o ponto de vista, o *software* é o fundo do *hardware*. A medialidade do computador é indissociável desse ato de distinção. Mídia e materialidade são dois lados de uma única e mesma moeda, a medialidade.

Logo, para Kittler e Gumbrecht, a compreensão de como uma mídia constitui sentido/significado e constrói mundos exige, necessariamente, o conhecimento detalhado de materialidade, o que muitas vezes quer dizer: de suas operações técnicas. Wolfgang Ernst afirma que a análise das materialidades da comunicação dá “acesso à dimensão material (o mundo físico) de um momento cultural” (ERNST, 2018, p. 30). A manifestação mais ousada deste pensamento é a proposta de uma geologia da mídia de Parikka (2015), na qual a história das mídias se liga com a história do

Universo; afinal, há sempre *mais uma* materialidade a ser considerada. Chegar-se-ia à materialidade *mise en abyme*.

Conclusão

Apresentamos recortes das obras de Kittler e Gumbrecht que lidam com ideias sobre mídia, mesmo sem articulá-las em um conceito arredondado e normativo. O objetivo foi demonstrar que essa falta de uma definição ontológica sobre *o que é* uma mídia não inibe o pensamento crítico sobre as mídias, pois ele parte do senso comum alemão sobre mídia – que, por sua vez, está calcado em uma longa tradição filosófica. A ausência da conceituação permitiu-lhes construir o que foi nomeado de Estudos de Mídias, na Alemanha, parte da Teoria Alemã das Mídias, no estrangeiro.

No caso de Kittler e Gumbrecht, *mídia* é um termo cujo significado é emprestado do senso comum germânico – mídia como algo que se interpõe entre o sentido e o sensível – advindo da recepção alemã de Aristóteles, como bem demonstram Bastos (2012) e Seitter (2015). Nesse sentido, Kittler e Gumbrecht também seriam o resultado de sua “rede discursiva” (KITTLER, 1990). Aqui estamos concordando com Raymond Williams (2015), para quem existiriam relações entre o vocabulário empregado por grupos específicos e a conceptualização de seus mundos, expressos sobretudo em palavras-chave que servem para organizar o pensamento – neste caso, *mídia*.

Como observa Durant (2006, p. 3-4, traduções nossas) ao comentar o trabalho de William, as palavras-chave “são palavras carregadas de importância para um domínio particular” e que “evocam acesso privilegiado a algo”. É por isso que Kittler e Gumbrecht podem prescindir de uma definição ontológica de mídia e, ao mesmo tempo, compreender-se mutuamente e erigir uma escola de pensamento com traços comuns. Ao mesmo tempo, coloca uma dificuldade extra ao leitor estrangeiro: o que o brasileiro entende por mídia não é a mesma coisa escrita pelo alemão. Seus mundos semânticos estão distantes.

Evidentemente, só se pode ir até um patamar sem um conceito determinado e reflexivo de mídia. Os Estudos de Mídia na Alemanha parecem tê-lo atingido ainda nos anos 1990, com maior reverberação na presente década. Como diagnostica Winthrop-Young (2018), atualmente os Estudos de Mídia passam por uma “crise de meia idade” na Alemanha, em que sinais de confusão e questionamento de seus pressupostos teóricos estão espalhados. Como indaga-se Claus Pias recentemente: “*Was waren Medien?*” (“O que eram/estavam mídia” – PIAS, 2011a) e, mais significativamente, “*Was waren Medien-wissenschaften?*” (“O que são Estudos de Mídia?” - PIAS, 2011b). A solução para a crise tem sido a linha de raciocínio aberta aos primeiros sinais de problema nos anos 1990, quando pensadores como Sybille Krämer, Dieter Mersch e Joseph Vogl começaram a defender uma *Medienphilosophie*, filosofia da mídia, que levasse o questionamento de “o que ela é” a fundo. Nessa nova fase, então, teríamos a passagem do termo ao conceito.

Referências

- BASTOS, M. T. Medium, media, mediação e midiatização. In: M.A. MATTOS; J.S. JANOTTI Jr.; N. JACKS (orgs.), **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 53-78.
- CASTRO ROCHA, J. C.. A Materialidade da Teoria. In: GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Corpo e forma: ensaios para uma crítica não-hermenêutica**. Org.: João Cezar de Castro Rocha. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998, p. 7-22.
- DURANT, A. Raymond Williams’s Keywords: investigating meanings ‘offered, felt for, tested, confirmed, asserted, qualified, changed’. **Critical Quarterly**, vol. 48, no. 4, inverno 2006.
- ELSAESSER, T. **Cinema como Arqueologia das Mídias**. Trad. Carlos Szlak, São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018.
- ERNST, W. **Arqueografia da mídia: método e maquina versus história e narrativa da mídia**. In: BASTOS, Marcus; ALY, Natália. **Audiovisual experimental: Arqueologias, diálogos, desdobramentos**. São Paulo: Pontocom, 2018, p. 23-50.

FEIGELFELD, P. "Kittler is a Liar!" **Metaphora**. Journal for Literary Theory and Media. EV1: Was waren Aufschreibesysteme? Ed. Arndt Niebisch e Martina Süess. 2015. Acessado em 20 de novembro de 2018. Disponível em: <<http://metaphora.univie.ac.at/volume1-feigelfeld-eng.pdf>>

FREUD, S. **Obras completas volume 18**. O mal-estar na civilização e outros textos (1930-1936). Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010

FELINTO, Erick. Materialidades da Comunicação: Por um Novo Lugar da Matéria na Teoria da Comunicação. **Ciberlegenda**, n. 5, Rio de Janeiro, RJ: 2001.

GEISLER, M. From Building Blocks to Radical Construction: West German Media Theory since 1984. **New German Critique**, n. 78, p. 75-107, 1999.

GEOGHEGAN, B. D. After Kittler: on the cultural techniques of recent German media theory. *Theory, Culture & Society*, v. 30, n. 6, p. 66-82, 2013.

GIRARDI JÚNIOR, L. "Cultural Techniques" e a Materialidade da Comunicação: contribuições para uma "Digital Literacy". Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 6 a 9 de junho de 2017.

GUMBRECHT, H. U. **Corpo e forma**: ensaios para uma crítica não-hermenêutica. Org.: João Cezar de Castro Rocha. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.

_____; PFEIFFER, K. Ludwig. **Materialities of Communication**. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1994.

_____. **Elogio da Beleza Atlética**. Trad. Fernanda Ravagnani. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

_____. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 2010.

HERZOGENRATH, B. Media|Matter: an introduction. In: HERZOGENRATH, B.(Org.) **media|matter**: the materiality of media|matter as medium. Nova Iorque: Bloomsbury Academic, 2015, p. 1-18.

HORN, E. Editor's Introduction: "There Are No Media". **Grey Room**, n. 29, p. 7-13, 2007.

KAFKA, F. **Um médico rural**: pequenas narrativas. Trad.: Modesto Carone. 3ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

KITTLER, F. _____. **Discourse Networks: 1800-1900**. Stanford, EUA: Stanford University Press, 1990.

_____. **Literature, Media, Information Systems**. Nova Iorque: Routledge, 1997.

_____. Unpublished Preface to Discourse Networks. **Grey Room**, n. 63, p. 91-107, 2016b.

_____. **A verdade do Mundo Técnico**: ensaios sobre a genealogia da atualidade. Rio de Janeiro: Contraponto, 2017.

_____. *Gramofone, Filme, Typewriter*. Trad. Daniel Martineschen, Guilherme Gontijo Flores. Belo Horizonte e Rio de Janeiro: Editora UFMG e Ed. Uerj, 2019.

KRÄMER, S. The cultural techniques of time axis manipulation: on Friedrich Kittler's conception of media. **Theory, Culture & Society**, v. 23, n. 7-8, p. 93-109, 2006.

LOGAN, R. K. Figura/Fundo: Decifrar o Código McLuhan. **E-Compós**, v. 14, n. 3, p. 1-13, set./dez. 2011.

LOVINK, G. Media Studies: Diagnostics of a Failed Merger. In: LOVINK, Geert. **Networks without cause**: a critique of social media. Cambridge, Reino Unido e Malden, Massachusetts, Estados Unidos: Polity, 2011, p. 76-94.

MACHO, T. Second-Order Animals: Cultural Techniques of Identity and Identification. **Theory, Culture & Society**, v. 30, n. 6, p. 30-47, 2013.

PARIKKA, J. **What is media archeology?** Cambridge, EUA: Polity Press, 2012.

_____. Cultural Techniques and Media Studies: An Afterword. **Theory, Culture & Society**, v. 30, n. 6, nov. 2013b, p. 147-159.

_____. **A Geology of Media**. Minneapolis, EUA: University of Minnesota Press, 2015

PIAS, C. (Org.) **Was Waren Medien?** Zúrique: diaphanes, 2011a.

_____. Was waren Medien-Wissenschaften? Stichworte zu einer Standortbestimmung. In: PIAS, C. (Org.) **Was Waren Medien?** Zúrique: diaphanes, 2011b, p. 7-30.

POSTMAN, N. **Amusing Ourselves to Death**: Public Discourse in the Age of Show Business. Londres: Penguin Books, 1985.

SEITTER, W. [Meta]physics of Media. In: HERZOGENRATH, B. (Org.) **media|matter**: the materiality of media|matter as medium. Nova Iorque: Bloomsbury Academic, 2015, p. 19-27.

SPRENGER, F. Academic Networks 1982/2016: the provocations of a reading. **Grey Room**, n. 63, p. 70-89, 2016.

TELLES, M. Medium/forma nas teorias alemãs das mídias: exterioridade, a priori tecnológico-medial, corporalidade, presença e Kulturtechnik. **Verso e Reverso**, v. 31, p. 173-181, 2017.

_____. Teoria Alemã das Mídias: mídia, história, cultura e técnica no território comunicacional alemão. 2019. 186 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

SIEGERT, Bernard. Cultural Techniques: Grids, Filters, Doors, and Other. Nova Iorque: Fordham University Press, 2015

VOGL, Joseph. Becoming-media: Galileo's Telescope. **Grey Room**, n. 29, p. 14-25, 2007.

WELLBERY, David E. Foreword to Discourse Networks: 1800-1900. In: KITTLER, Friedrich A. **Discourse Networks: 1800-1900**. Stanford, California: Stanford University Press, 1990.

WILLIAMS, Raymond. **Keywords**: A Vocabulary of Culture and Society. Oxford: Oxford University Press, 2015.

WINTHROP-YOUNG, G. Cultural Techniques: Preliminary Remarks. **Theory, Culture & Society**, v. 30, n. 6, p. 3-19, 2013.

_____. Recursive Innovation. In: CHAMPLIN, Jeffrey; PFANNKUCHEN (Orgs.). **The Technological Introject**: Friedrich Kittler between implementation and the incalculable. Nova Iorque: Fordham University Press, 2018, p. 193-208.

Capítulo 2

Imagens fotográficas da expedição de Hamilton Rice ao Vale do Rio Branco em 1924/25 por uma percepção semiótica

*Priscila Menezes Gonçalves*¹

*Maurício Elias Zouein*²

Introdução

O expedicionário, médico e geógrafo, Hamilton Rice (1875/1956), realizou uma jornada científica ao Vale do Rio Branco³ entre os anos 1924 a 1925, onde hoje está situado o Estado de Roraima. Para tanto ele contou com o apoio da Universidade de *Harvard* e da *American Geographical Society*⁴ na organização e planejamento da Expedição à Amazônia, conhecida como a Guiana brasileira. Seu objetivo era o de avaliar aspectos geográficos desta localidade, visto que os antigos mapas sul-americanos apontavam o setor oeste desta região como uma área incógnita (sem reconhecimento físico) (BARBOSA, 2010)⁵. A viagem de Rice estava nos planos *American Geographical Society* em mapear a América Latina e depois o restante do mundo.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR), graduada em Comunicação Social – Jornalismo (UFRR). Email: prixabv@gmail.com

² Professor-Pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima (PPGCOM-UFRR). E-mail: mauriciozouein@gmail.com

³ Grafia utilizada em 1925.

⁴ Desde 1851, os membros da Sociedade Geográfica Americana (American Geographical Society, AGS) realizaram pesquisas e procuraram descobrir, mapear e entender tanto os cantos mais distantes da Terra. Disponível em: <https://americangeo.org/about-us/history/> e acessado em: 10 de jul. 2019.

⁵ BARBOSA, Reinaldo Ambrózio. Expedições Naturalistas e Exploratórias na Construção Histórica do Vale do Rio Branco. MENS AGITAT | HISTÓRIA DA CIÊNCIA 3 Volume 5, Número 1 e 2, 2010, p. 157-164. Fonte: https://repositorio.inpa.gov.br/bitstream/123/6192/1/Expedicoes_naturalistas_e_exploratorias.pdf Acessado em 29.06.19.

A AGS continuou a servir os interesses nacionais e a exploração e pesquisa geográfica geral após a Primeira Guerra Mundial. O Millionth Map of Hispanic America, um projeto para estudar e mapear a primeira América Latina e depois o mundo inteiro em uma escala de 1: 1.000.000, foi um dos seus esforços mais importantes. O mapeamento durou de 1920 até a Segunda Guerra Mundial e resultou em 107 mapas extremamente detalhados da América Latina amplamente utilizados em todo o mundo. (American Geographical Society, 2019)⁶.

A viagem partiu de Manaus em 20 de agosto de 1924 navegando pelo Rio Negro, subindo o Rio Branco até encontrar o Uraricoera, finalizando sua expedição na Serra do Parima, em maio de 1925. A equipe formada por 12 não-índios e 100 índios estava à bordo do vapor fretado Paraíba, outros em canoas e chalupas; além de tripulantes do Hidroavião que faziam as primeiras imagens aéreas em Roraima.

O objetivo deste texto é contextualizar o momento histórico da expedição, verificar como determinados fatos tem relação com a expedição de Hamilton Rice ao Vale do Rio Branco, dispor da Teoria Semiótica de Charles Sanders Peirce como referencial teórico, e com a mesma realizar uma análise da percepção das imagens fotográficas (doravante **IF**) registradas por Silvino Santos (1886-1970) e Albert W. Stevens (1986-1949) de índios e não-índios da região. Duas **IF** estão registradas na obra de Rice: *Exploration en Guyane Brésilienne*⁷ e uma imagem da revista *National Geographic Magazine*, de 1926.

Tais personagens representados nas **IF** serão estudados como signos⁸ que, no passar do tempo, foram capazes de elaborar uma memória para as dinâmicas sociais em Roraima, e que podem representar a identidade de um povo para aqueles que trabalharam nos registros das **IF** na edição do livro e da revista tanto quanto para aqueles que tiveram acesso às

⁶ American Geographical Society, AGS. História. 2019. Disponível em: <https://americangeo.org/about-us/history/> e acessado em 10 de jul. 2019.

⁷ Primeira edição francesa 1937.

⁸ Um signo 'representa' algo para a ideia que provoca ou modifica. Ou assim - é um veículo que comunica à mente algo do exterior (PEIRCE, 1974, p.99).

publicações. A metodologia utilizada será a indutiva com a percepção e análise de dados bibliógrafos e IF da expedição.

Contexto histórico nos anos de 1924/25

O primeiro quarto do século XX foi cenário de grandes acontecimentos e mudanças, pois o mundo vivia seu período pós-guerra e sentia os reflexos da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) declarada pela Tríplice Aliança (Alemanha, Áustria, Império Otomano e Itália) a Tríplice Entente (Rússia, Grã-Bretanha e França). A primeira guerra teve como principais causas: disputas imperialistas por territórios, nacionalismo, alianças militares e a corrida armamentista.

Hamilton Rice trabalhou na Primeira Grande Guerra, primeiramente como médico civil, e com a entrada dos EUA no conflito como médico militar. Ficou baseado em Paris, onde inclusive dirigiu o Hospital de Base (NEW YORK TIMES, 1956).

No período da expedição, na Alemanha, ganhava destaque o cabo reformado do exército, Adolf Hitler⁹ (1889/1945). Hitler foi preso em Munique, acusado de traição pelo estado Alemão. Durante o cárcere Hitler treinava com os detentos seu poder de oratória (ALTAMAN, 2010).

Assim como Hitler outros ditadores como Benito Mussolini¹⁰ (1883/1945) na Itália estavam em evidência na época e eram conhecidos por influenciar multidões com discursos radicais de ódio contra judeus, imigrantes, mulheres, etc. Na Alemanha e na Itália o principal meio de comunicação utilizado para persuadir o povo era o rádio, criado em 1920. O rádio resultou da união de três tecnologias: o telégrafo, o telefone sem fio e as ondas de transmissão (TODA MATÉRIA, 2019). O telégrafo sem fio foi uma das principais tecnologias testadas na expedição de Rice. “O TSF (telégrafo sem fio) proporciona um meio de comunicação a qualquer

⁹ Político alemão nascido na Áustria (1889-1945). Liderou o bloco alemão durante a Segunda Guerra Mundial. Disponível em: sohistoria.com.br/biografias/adolf/ e acessado em 01 de ago de 2019.

¹⁰ Foi um político italiano. Líder do Partido Fascista, fundado em 1919, no final da Primeira Guerra Mundial. Disponível em: https://www.ebiografia.com/benito_mussolini/, acessado em 01 de ago de 2019.

tempo e em todos os lugares, permitindo determinar as longitudes, em qualquer ponto seja dos continentes e dos mares” (RICE, 1978, p.16)

Nos Estados Unidos estava no poder o Partido Republicano fundamentado em defender o conservadorismo, a tradição, o livre comércio, e as liberdades individuais. Na época Calvin Coolidge (1872/1933) assume a presidência após a morte de Warren Harding (1865/1923). As políticas adotadas por Calvin como a expansão de crédito, emitido pelo Federal Reserve System – Sistema de Reserva Federal (uma espécie de Banco Central Americano) resultaram num cenário propício para os investimentos em grandes expedições ao redor do mundo, como a que possibilitou a viagem de Rice ao Vale do Rio Branco.

Na política brasileira vivia-se um momento de tensão com a Revolta Paulista de 1924¹¹, com a tentativa de depor o então presidente do Brasil, Artur Bernardes (1875/1955), sobretudo por que os militares não aprovavam seu governo. Neste ano, eclodiram revoltas tenentistas em São Paulo (5 de julho), Mato Grosso (12 de julho), Sergipe (13 de julho), Amazonas (23 de julho), Pará (26 de julho) e Rio Grande do Sul (29 de outubro).

A revolta tenentista no Amazonas foi a única com a tomada do poder, no Brasil, pelos revolucionários. Manaus – ficou 1 mês e 5 dias (de 23 de julho a 28 de agosto) sob o comando do tenente Alfredo Augusto Ribeiro Júnior (1889/1938). A viagem de Hamilton Rice atrasou sua saída da capital amazonense pelo Rio Negro em direção ao Rio Branco, por conta da revolta. “A expedição deixou Manaus a 20 de agosto de 1924, após várias semanas de atraso causado pela revolução que afligia o Brasil” (RICE, 1978, p.23).

Boa Vista era na época um município subordinado ao Estado do Amazonas. Os expedicionários de Rice passaram 6 semanas na Vila Boa Vista¹².

¹¹ A Revolta de 1924 foi um movimento militar de baixas patentes com alguns objetivos: depor o presidente Artur Bernardes, estabelecer o voto secreto, a justiça gratuita e o ensino público obrigatório. Disponível em: <https://www.cidadeecultura.com/revolta-1924/> . Acesso em: 27 maio 2019.

¹² Em 9 de julho de 1890, um decreto assinado pelo então governador do Amazonas, Augusto Ximênes de Villeroy, dá à vila que surgiu da fazenda o status de município. Na época, ele fazia parte do Amazonas. Disponível em: <http://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2015/07/conheca-historia-e-curiosidades-que-marcam-os-125-anos-de-boa-vista.html> e acessado em: <http://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2015/07/conheca-historia-e-curiosidades-que-marcam-os-125-anos-de-boa-vista.html>

A Vila tinha 164 casas que abrigavam uma população de 1.200 pessoas (RICE, 1978).

No ano da expedição foi fundado o Hospital Nossa Senhora de Fátima¹³. O local, com o apoio e trabalho das irmãs católicas, prestou relevantes serviços à população da Capital (FOLHA WEB, 2015). Apesar do atendimento oferecido pelo hospital, durante a expedição “o serviço médico foi arduamente empreendido” (RICE, 1978, p.25). Dezenas de pacientes buscavam ajuda.

Word that our leader was a physician magically flew before us along the river, and although it was aside from their purpose, Dr Rice and Dr Shattuck could hardly refuse the requests for dental, medical and surgical treatment, which was given to Portuguese and natives, alike (The National Geographic Magazine, 1926, p. 377)¹⁴.

Alexander Hamilton Rice Jr

O expedicionário nasceu na aristocrática Boston e era descendente direto de um pioneiro do *Mayflower*¹⁵. Alexander Hamilton Rice Jr foi filho de família abastada e de prestígio, seu avô, de quem herdou o nome, foi um eminente político no estado de Massachusetts. Estudou na Universidade de Harvard, onde se graduou em 1898 e se formou em medicina em 1902 (SOUZA, 2012)¹⁶.

Em 1915, casou-se *Eleanor Widener* – sobrevivente do naufrágio *Titanic*. Com a morte da esposa, em 1949, casou-se com *Dorothy Farrington Upham* (SOUZA, 2012). Depois de trabalhar em Paris na primeira guerra,

¹³ No dia 19 de fevereiro de 2015 foi demolido pela Prefeitura de Boa Vista. FOLHA WEB. Diocese manda demolir prédio de 1924. 2015. Disponível em: <https://folhabv.com.br/noticia/Diocesemanda-demolir-predio-de-1924/4709> e acessado em: 09 de jul. de 2019.

¹⁴ A notícia de que nosso líder era um médico voou magicamente diante de nós ao longo do rio e, embora estivesse fora de seu aspecto, o Dr Rice e o Dr Drache dificilmente poderiam recusar os pedidos de tratamento dentário, médico e cirúrgico, que foi dado aos brasileiros e nativos. (tradução nossa)

¹⁵ Na história colonial americana, o navio que transportou os peregrinos da Inglaterra para Plymouth, Massachusetts, onde eles estabeleceram a primeira colônia permanente da Nova Inglaterra em 1620. Disponível em: <https://www.britannica.com/topic/Mayflower-ship> e acessado em: 10 de jul. 2019.

¹⁶ SOUZA, Carla Monteiro de. Uma visão da Guiana Brasileira: a expedição de Hamilton Rice pela Amazônia. Estudos Ibero-Americanos, PUCRS, v. 38, supl., p. S19-S32, nov. 2012

estudou por três anos em Londres, na *Royal Geographic Society*, e, então voltou aos EUA.

Em Harvard, construiu sólida carreira acadêmica como professor, pesquisador e conferencista na área médica, e, especialmente na geográfica. Foi neste tempo que ele desenvolveu suas pesquisas como explorador e geógrafo físico, especializando-se no estudo de rios, incluindo os da bacia Amazônica, do Hudson e do Alaska. Rice tornou-se um respeitado especialista em hidrologia (SOUZA, 2012).

Com este lastro científico fundou, em 1929, o Institute for Geographical Exploration, em Harvard, sendo seu presidente até sua extinção, em 1952. Portadores de fortuna pessoal, Rice e a esposa Eleanor foram os grandes apoiadores das atividades do Instituto (SOUZA, 2012, p. 20).

Os fotógrafos da expedição

Na expedição capitaneada por Hamilton Rice estavam dois profissionais que realizaram os registros das **IF** e imagens cinematográficas da viagem: Silvino Santos e Albert W. Stevens. Silvino foi um fotógrafo e cinegrafista luso-brasileiro que se estabeleceu em Manaus, em 1910.

No Brasil, Silvino morou primeiramente, em Belém, capital paraense quando veio nos primeiros idos do novo século 1900; no Rio de Janeiro ganhou o prêmio principal na Exposição Internacional da Independência, em 1923, com o longa *No Paíz das Amazonas*. Foi para Paris, em 1913, aprender a técnica cinematográfica nos estúdios da Pathé-films e nos laboratórios dos irmãos Lumière (STOCO, 2013). Durante a expedição ao Vale do Rio Branco Silvino fotografou a natureza da região, índios, não-índios e filmou o longa *No Rastro do Eldorado*.

O legado de Silvino Santos é imenso: milhares de imagens fotográficas em negativo de vidro, 83 curtas-metragem, 5 documentários de média metragem e 8 longas-metragem. Estes últimos representam o que há de melhor em sua filmografia, e foram realizados entre 1921 e 1933, quando o ciclo da borracha já estava nos seus anos de depressão (SOUZA, 1999, p. 79).

A habilidade de Silvino com a arte da fotografia e as condições amazônicas impressionaram a equipe da expedição.

Mas as condições de filmagens na Amazônia não mudaram, são as mesmas, rigorosas, e os nortes americanos da equipe se assustaram com a capacidade de improvisação de Silvino Santos com seu laboratório de campo, e sua rotina de revelar os negativos às quatro da manhã, quando a água natural estava na temperatura ideal e a noite escura. Ao nascer do sol o negativo já estava pronto, e os teares de secagem podiam ser desmontados e o filme de volta à segurança da lata, por que a emulsão *safety* de celuloide parecia ser o prato predileto de todos os insetos voadores da selva (SOUZA, 1999, p. 359).

Quem também registrou as **IF** da Expedição foi Albert Stevens. Oficial do Exército dos Estados Unidos, balonista e fotógrafo aéreo que tirou a primeira fotografia da curvatura da Terra (1930) e as primeiras fotografias da sombra da Lua na Terra durante um eclipse solar (1932) (BRITANICA, 2019)¹⁷.

Em abril de 1926, a *The National Geographic Magazine*¹⁸ lançou uma matéria com 87 ilustrações do capitão Stevens. A reportagem com o título *Exploring the Valley of the Amazon in a Hidroplane*¹⁹ é a primeira da edição XLIX (edição 49), número 4, e possui 68 páginas na revista americana. A matéria foi escrita, também, pelo fotógrafo americano. Na reportagem, Stevens conta além de toda trajetória da viagem, as dificuldades com doenças da região, por exemplo.

Disease came closer to holding the expedition than any other obstacle encountered. Despite the best mosquito nets, the use of quinine in doses of 5 drops and the presence of two doctors, many of us contracted fever. Our greatest loss was in the death of Dr Koch-Grunberg, who was struck in early September

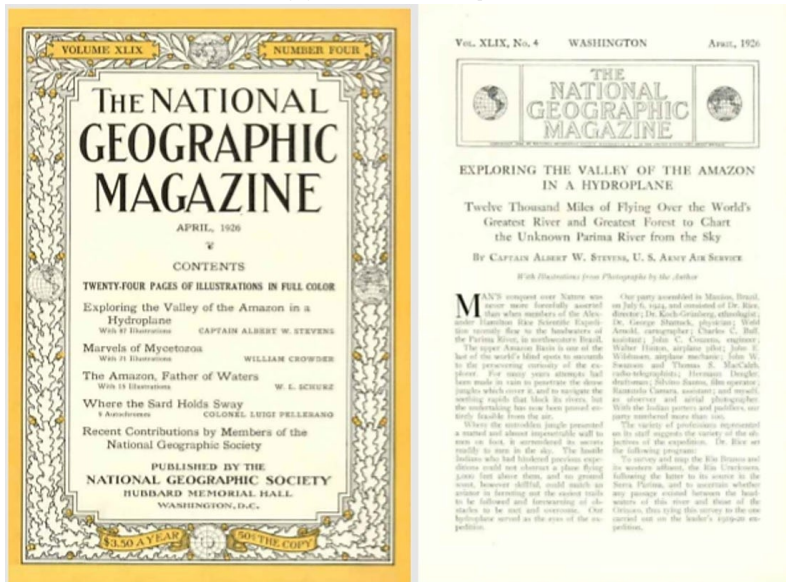
¹⁷ Fonte: <https://www.britannica.com/biography/Albert-William-Stevens> e acessado em 30 e junho de 2019.

¹⁸ A National Geographic Society é uma organização global sem fins lucrativos, impulsionada pelo impacto, que amplia os limites da exploração, ampliando a compreensão do mundo e capacitando-nos a gerar soluções para um futuro saudável e mais sustentável para as gerações futuras. A revista foi fundada em 22 de setembro de 1888. Disponível em: <https://www.nationalgeographic.org/about-us/>. Acesso em: 30 jun. 2019.

¹⁹ Explorando o Valle da Amazônia em um Hidroplano. (The National Geographic Magazine, 1926, capa, tradução nossa)

and died 10 days later in Vista Alegre²⁰. (The National Geographic Magazine, 1926, p. 377)

Imagem 1 – Capa da revista The National Geographic Magazine e a primeira página da matéria *Exploring the Valley of the Amazon in a Hydroplane*.



Fonte: Acervo pessoal – Prof Dr Maurício Zouein.

A Teoria Semiótica Peirciana

A teoria escolhida para fazermos uma análise por meio da percepção das **IF** foi a Semiótica, baseada nos estudos de Charles Sanders Peirce (1839-1914), pois nos fornece uma infinita possibilidade de interpretações considerando sua complexidade.

Peirce foi cientista, químico, matemático, historiador, filósofo. “Estudioso de vários campos do conhecimento, ele tinha uma visão pragmática do mundo e, durante os quarenta anos de trabalho, identificou a Lógica com a Semiótica, pois para ele toda interpretação é signo”, (SILVA, 2000, p. 20).

²⁰ A doença chegou mais perto de prender a expedição do que qualquer outro obstáculo encontrado. apesar das melhores redes mosquiteiras, do uso de quinine em doses de 5 gotas e da presença de dois médicos, muitos de nós contraíam febre. Nossa maior perda foi na morte de Dr Koch-Grunberg, que foi atingido no início de setembro e morreu 10 dias depois, em Vista Alegre. (Tradução nossa).

A busca incessante de Peirce foi para traçar os princípios fundamentais dos métodos aplicadas nas ciências, pois para o cientista se o pensamento é a manifestação do conhecimento e o conhecimento busca a verdade, então é necessário que haja regras para este pensar, de modo a garantir os procedimentos corretos para argumentações que culminam em conclusões, e que estas não são infalíveis e sujeitas a correções (SILVA, 2000).

Lúcia Santaella²¹ (1944/-), que apesar de já ter expressado em sua obra *O que é Semiótica* a complexidade e a árdua tarefa que é explicar a teoria, ainda assim propõem uma definição, “[...] Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido” (SANTAELLA, 1983, p.9).

A Semiótica pode então ser entendida como o estudo de tudo que nos rodeia, ou faz parte de nossas vidas e possui uma significação. Pois, segundo Peirce, “Um signo ‘representa’ algo para a ideia que provoca ou modifica. Ou assim – é um veículo que comunica à mente algo do exterior” (PEIRCE, 1974, p.99). E para entender a dinâmica da representação do signo precisamos abordar as categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade.

A Categoria – Primeiro é a Ideia independente de algo mais. Quer dizer uma qualidade de sensação.

Categoria – Segundo é uma Ideia daquilo que é, como segundo para algum primeiro, independente de algo mais, em particular independente de Lei, embora podendo ser conforme uma lei. O que quer dizer, é a reação com um elemento do Fenômeno. (PEIRCE, 1974, p. 31)

Categoria- Terceiro é a Ideia daquilo que faz de terceiro, ou médium, entre um segundo e seu primeiro. Quer dizer, é a Representação como um elemento do fenômeno” (PEIRCE, 1974, p. 31).

²¹ Lucia Santaella é professora titular da PUCSP com doutoramento em Teoria Literária na PUCSP em 1973 e Livre-Docência em Ciências da Comunicação na ECA/USP em 1993. Disponível em: <http://www.forumpermanente.org/convitados/luciasantaella> . Acesso em: 30 jun. 2019

O signo ou representamen divide-se, ainda, por tricotomia em signo geral, como símbolo, índice e ícone. Segundo Peirce o símbolo é um representamen que preenche sua função sem mesmo ter similaridade com o objeto, por exemplo a bandeira é um símbolo do país. O índice é um representamen que deve sua característica ao objeto, por exemplo fumaça indica fogo. Já o ícone é um representamen que preenche a função devido a uma característica do objeto, por exemplo uma rosa tatuada no corpo é um ícone de uma rosa (espécie de planta) (PEIRCE,1974).

Ao realizar um estudo sobre **IF** constatamos dois dos três paradigmas conceituados por Santaella e North: o fotográfico que são os processos automáticos de captação da imagem, através de uma técnica ótica em que a emissão da luz produz a imagem e o pós-fotográfico em que o meio de produção da imagem, é uma prótese ótica, fruto das invenções tecnológicas ocorridas nos séculos XIX e XX (SILVA, 2008).

As imagens fotográficas

Da obra *Exploration en Guyane Brésilienne* escolhemos duas **IF** de índios e não-índios e uma **IF** da Revista National Geographic, de 1926.

Imagem Fotográfica 01 - Indiens Shirianas devant leur maloca à L'igarape Linepenone.



Fotógrafo: Silvino Santos, 1924/25. 8cm X 13cm, cor: tons de cinza (com a ação do tempo a cor tende a ser sépia), papel cartão 220g. Índios Shiriana em frente a maloca do Igarapé Linepenone. Fonte: RICE, 1937, PL CVII, pg. 307.

Imagem fotográfica 2 - Occasionally the hidroplayne camera was brought ashore to photograph distant mountains.



Fotógrafo não identificado. 1924/25. 8cm X 13cm, cor: tons de cinza (com a ação do tempo a cor tende a ser sépia), papel cartão 220g. Ocasionalmente, a câmera de hidroavião foi trazida para a costa para fotografar montanhas distantes. Fonte: National Geographic, 1926, pg. 400.

Imagem Fotográfica 3 - Jeune fille brésilinne appartenant à une des meilleures familles de Boa Vista. (Rio Branco).



Fotógrafo: Albert Wiliam Stevens, 1924/25. 7 cm X 10cm, cor: tons de cinza (com a ação do tempo a cor tende a ser sépia), papel cartão 220g. Jovem brasileira pertencente a umas das melhores famílias de Boa Vista. Fonte: RICE, 1937, PL XCV, p. 282

Percepção das IF por meio da Semiótica Peirceana

Percebendo a IF de Silvino Santos observa-se 9 homens, 10 mulheres e 7 crianças. Silvino já vivia em Manaus desde 1910, ou seja, 14 anos antes

da **IF**. Portanto já havia fotografado outros índios no Amazonas e estava mais habituado com o modo de viver dos indígenas. Percebe-se no semblante de alguns indígenas um desconforto com olhares perdidos, mãos na cabeça, mãos na cintura e crianças ordeiramente encaixadas nas ancas das mães. Ações e reações de secundidade²².

A ética²³ realizada por meio de possíveis índices. Nativos seminus, portando pequenas tangas que escondem apenas os órgãos genitais. O símbolo tanga nos provoca o interpretante (terceiridade): cultura indígena. Cabelos em cortes ovalados e ausência de pinturas corporais que também indiciam cultura indígena. Os galhos, a mata, a palhoça (habitação) geram um interpretante de vida selvagem, rudimentar. A primeira impressão (primeiridade)²⁴ é que a **IF** foi planejada pelo fotógrafo, pois estão todos, com exceção de um que está acocado, quase que perfeitamente enfileirados.

A percepção via paradigma fotográfico nos remete a uma metonímia da realidade, pois o momento captado não é de fato a **IF** pois diversos elementos não são retratados. Por exemplo, a temperatura naquele momento, os cheiros, odores, sons, como choro de bebê, sensações de desconforto, outros personagens que podem ter estado naquele instante, mas por questões de enquadramento não aparecem na **IF**. Portanto a **IF** funciona como um ícone, ou seja, algo que se assemelha ao objeto, porém não é de fato o objeto.

Na segunda **IF** percebemos o fotógrafo Albert Stevens em um momento de produção de outra **IF**. Não se sabe ao certo se Stevens armou esta câmera para se auto-fotografar ou a **IF** foi feita por Silvino Santos. Estes já são, portanto, representações criados em nosso imaginário devido a contemplação. A estética da **IF** nos leva a doçura do pequeno bebê que se

²² Está presente mesmo num fragmento rudimentar da experiência como uma sensação. A sensação tem sempre um grau de vivacidade, alto e baixo, que é a comoção ação e reação, entre nosso espírito e o estímulo. (PEIRCE, 1974, p. 96)

²³ Ética é aquelas coisas cujos fins residem na ação. (PEIRCE, 1974, p. 43)

²⁴ A ideia de primeiro predomina nas ideias de novidade, vida, liberdade. Livre é o que não tem outro atrás de si determinando suas ações; mas assim aparece a ideia do outro, pela negação da alteridade; ela está presente para que se possa falar que a primeira idade é predominante. (PEIRCE, 1974, p. 94)

concentra na lente da câmera. Apenas ele. Os demais estão absortos num universo desconhecido que é a apreensão de uma **IF**. Os sentimentos e sensações, categorias de primeiridade do signo, são revelados pelos olhares curiosos dos nativos. Já as vestes de Stevens e seu chapéu são ícones da forma como os homens se apresentavam naquela época.

Na **IF** de Albert Stevens, da jovem na rede, artefato típico da região, inclusive da cultura indígena a sensação ao perceber a **IF** é de doçura (primeiridade), pois destaca-se o sorriso no rosto de uma moça que é denominada na legenda do livro como integrante de uma das melhores famílias de Boa Vista. Ou seja, o que nesta jovem nos remete a uma das melhores famílias de Boa Vista? Suas vestimentas? Sua pele branca? O violão? São índices de uma superioridade? Podemos realizar um exercício de semiose, ou seja, de interpretação do signo, porém a pura e simples contemplação a **IF** não nos permite saber de fato os reais motivos desta adjetivação percebidos por meio do paradigma pós-fotográfico, pois existe um distanciamento temporal e material daquele momento apreendido.

Considerações finais

A proposta do texto em contextualizar a expedição de Hamilton Rice ao Vale do Rio Branco, com momentos importantes para a humanidade ou para o Brasil e na sequência revelar a Semiótica como ferramenta de compreensão das **IF** nos leva a crer que os interpretantes e signos produzidos aqui, automaticamente, são objetos de novas e infinitas representações.

A Semiótica nos permite olhar o mundo sob uma nova perspectiva, a da interpretação constante de signos e seus significados. As **IF** de Silvino Santos e Albert Stevens em uma abordagem Peirciana nos remete a semiose eterna da vida, onde cada momento tem uma relevância, um porquê, perguntas e respostas, e que quando combinadas com sensações, sentidos, ações, símbolos e interpretações, refletem o ciclo da vida onde índios e não-índios demonstram um agir em consonância com o seu tempo: o meio

social, cultural, histórico e político. As **IF** como ferramentas da expressão da história de um povo.

Ao refletir o Paradigma Fotográfico de Santaella (ANO), para entender a relação de ícones, índices e símbolos de Peirce contidos nas **IF** buscamos construir a semiose entre o momento histórico vivido e a simbologia elementar da fotografia. Entre as características *sui generis* de índios e não-índios pretendeu-se encontrar a gênese das **IF** produzidas pelos fotógrafos acima citados e como ela nos remete a memória do povo de Roraima.

São elementos simbólicos que possibilitam a construção da memória social de uma época e imprimem identidades icônicas que estão apenas no frescor de possíveis representações.

Referências

- ALTAMAN, Max. **Hitler é condenado pelo Putsch de Munique**. 2010. <https://operamundi.uol.com.br/politica-e-economia/3480/hoje-na-historia-1924-hitler-e-condenado-pelo-putsch-de-munique> acesso em 27.05.19 às 21h57.
- BARBOSA, Reinaldo Ambrósio. **Expedições Naturalistas e Exploratórias na Construção Histórica do Vale do Rio Branco**. MENS AGITAT | HISTÓRIA DA CIÊNCIA 3 Volume 5, Número 1 e 2, 2010, p.157.164. Fonte: repositorio.inpa.gov.br/bitstream/123/6192/1/Expedicoes_naturalistas_e_exploratorias.pdf Acessado em 29.06.19.
- CIDADE E CULTURA. **Revolta de 1924**. Disponível em: <https://www.cidadeecultura.com/revolta-1924/> . Acesso em: 27 maio 2019.
- DUDOGNO, Aurélia **O Imaginário Ou A Nadificação Do Mundo Por Jean Paul Sartre**. Traduzido do francês para o português por Jacqueline Siano. Ano 2 | Nº 8 | Jan 2014 ISSN 2316-8102
- MAGAZINE ,The National Geographic. **Explorando o Valle da Amazônia em um Hidroplano**. 1926.

PEIRCE, Charles Sanders. **Escritos Coligidos. Sobre a Justificação Científica de uma conceitografia. Os fundamentos da Aritmética.** Tradução Luis Henrique dos Santos. Coleção Os Pensadores. São Paulo; Abril Cultural, 1974.

RICE, Hamilton. **Exploração na Guiana Brasileira.** Tradução e notas Lacy Schettino; Prefacio de Mário G. Ferri – Belo Horizonte: Ed, Itatiaia; São Paulo; Ed da Universidade de São Paulo, 1978.

RICE, Hamilton. **Exploration en Guyane Brésilienne.** Paris-France, Société D'Éditions Géographiques, Maritimes et Coloniales, 1937.

SANTELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos. Com as linguagens significam as coisas.** São Paulo: Editora Pioneira, 2000.

SANTAELLA, LÚCIA. **O que É Semiótica** - Volume 103. Coleção Primeiros Passos (Português) Capa Comum – 1983.

SOCIETY, American Geographical, AGS. **História.** c2019. Disponível em: <https://americangeo.org/about-us/history/> e acessado em 10 de jul. 2019.

SILVA, Rosane. **Uma percepção do olhar: os três paradigmas da imagem à luz da semiótica peirceana.** Revista eca XIII 3_Miolo.indd 19 . 24.09.08 14:31:34.

SOUZA, Luciana Coutinho Pagliarini de. **A trama do texto e da imagem: um jogo de espelhos.** São Paulo: Annablume, 2010.

SOUZA, Carla Monteiro de. **Uma visão da Guiana Brasileira: a expedição de Hamilton Rice pela Amazônia.** Estudos Ibero-Americanos, PUCRS, v. 38, supl., p. S19-S32, nov. 2012.

SOUZA, Marcio. **Silvino Santos. O cineasta do ciclo da borracha.** Rio de Janeiro: Funarte, 1999

STOCO, Sávio Luis. **O Cinema "Comprometido" e a Cavação Flexibilizada de Silvino Santo.** Intercom – Sociedade Brasileira, a de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/201

TITANIA, Enciclopédia. **Alexander Rice, explorador, partiu aos 80 anos.** The New York Times. Julho de 1956. Disponível em: [encyclopedia-titanica.org/alexander-rice-explorer-was-80.html](https://www.encyclopedia-titanica.org/alexander-rice-explorer-was-80.html) acesso em 01 de ago de 2019.

TITANIA, Enciclopédia. **Explorador fala sobre índios de língua rara.** Fonte: <https://www.encyclopedia-titanica.org/explorer-rice-back-saw-white-indians.html> e acessado em 29 de junho de 2019.

Capítulo 3

Jornalismo cultural: G1 Roraima e as artes visuais

*Tafinis Leandro Silva Said*¹

*Leila Adriana Baptaglin*²

Introdução

Considerando as concepções dos Estudos Culturais, buscamos aqui trabalhar o jornalismo Cultural como processo que abrange os variados suportes de publicação, a pluralidade de temas, os contextos globais ou locais, diversas manifestações artísticas e as diferentes linguagens das artes, tornam o campo ainda mais múltiplo e aberto à interdisciplinaridade.

As quatro linguagens da Arte, a dança, o teatro, a música e as artes visuais, além da literatura, são incorporadas a outros segmentos como moda, gastronomia, televisão, novelas, games entre outros. Reconhecendo essa diversidade de abordagens que podem ser trabalhadas no campo dos Estudos Culturais, para esta pesquisa pretendemos analisar como o Jornalismo Cultural se é ou não realizado na mídia digital em Roraima a partir da análise de duas matérias que trazem como tema as Artes Visuais. Estas matérias são do jornal G1 Roraima intitulada “Artista expõe trabalho artesanal de entalhe em madeira no TCE em RR” e “Exposição de artes plásticas retrata os 25 anos de Roraima”. As duas matérias foram

¹Licenciada em Artes Visuais/UFRR. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR). E-mail: tafinissaid@hotmail.com

² Pós-Doutora em Filosofia e Ciências Humanas em Nuestra América/VZ; Doutora em Educação/UFMS. Professora do Programa em Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR). E-mail: leila.baptaglin@ufr.br

pesquisadas no período de 2013 a 2015. A escolha do jornal G1 Roraima foi feita, por ele representar um veículo de informação de grande importância no Brasil, também devido a esse possuir uma grande quantidade de acesso. Referência em matérias sobre cultura brasileira, cada estado do país tem sua própria plataforma de notícias, o G1 Roraima tem horizontes voltados para a realidade local.

As duas matérias escolhidas foram analisadas a partir de um processo descritivo dos elementos da cultura local, da temática utilizada nas obras, da trajetória dos artistas no estado. Este tipo de análise descritiva é um primeiro olhar no viés dos Estudos Culturais no sentido de entender como os textos apresentam elementos importantes para o jornalismo cultural local e sua relação com as Artes Visuais, na qual profissionais de comunicação se tornam responsáveis em apresentar as artes ao público na produção das matérias além do discurso textual e imagético de cultura local.

A análise a partir do segmento das Artes Visuais serve para ilustrar o recorte dado à pluralidade de segmentos que o jornalismo cultural tem assumido, e observar nas matérias escolhidas, se há profundidade ou se é fechada e mecânica na observação e articulação de dados advindos da produção cultural de artistas locais. Verificando ao mesmo tempo como a produção cultural e a própria cultura é tratada jornalisticamente em Roraima, num estado que é pertencente ao espaço amazônico e lugar de fronteira onde há troca de diversos saberes e culturas.

A escolha pelo segmento das Artes Visuais especialmente a linguagem da pintura como técnica abordada nas matérias, se dá pelo fato de ser uma linguagem clássica da arte ainda muito utilizada pelos artistas de Roraima. Apesar de haver outras linguagens artísticas contemporâneas como performances, instalações, intervenções, o processo de adesão dessas novas linguagem por artistas locais parece ser um pouco mais lento em relação aos outros estados do Brasil, refletindo na menor quantidade de matérias sobre artistas que abordam essas linguagens mais contemporâneas.

Em Roraima há uma carência da institucionalização do campo das Artes Visuais como galerias e museus. O museu de Roraima está

abandonado e a única galeria do governo do estado “Galeria Luiz Canará” reinaugurada em 2017, hoje se encontra ocupada pela Força Nacional por meio da intervenção do governo federal desde 2018. São poucas instituições locais que fazem editais para as Artes Visuais, e o mercado para a arte ainda é pequeno. Com a chegada do curso de Artes Visuais em 2010 os professores e alunos tem movimentado o campo artístico no estado com diversas ações e parcerias. Trabalhos científicos sobre Artes Visuais são produzidos, trazendo esperança para um futuro crescimento e valorização das Artes no estado de Roraima. Situação essa que passa a movimentar o cenário do jornalismo cultural.

Os Estudos Culturais como Referencial Teórico- Metodológico

Segundo Johnson (1999) os estudos culturais originalmente foram uma invenção britânica, porém na contemporaneidade eles se transformaram em um fenômeno internacional, pois expandiram para África, Canadá, América latina entre outros territórios. Essa inserção dos estudos culturais nos mais diversos países não implicam afirmar que exista conceitos definidos ou estabelecidos de acordo com o local e que não possam ser articulados entre os territórios.

Conforme Hall (2006) os estudos culturais não se configuram como uma disciplina, mas uma área onde diferentes disciplinas interagem, visando um estudo de aspectos sociais da sociedade. Sendo assim os Estudos Culturais surgem como um campo de estudo em que diversas áreas como por exemplo, Comunicação e Arte, podem interseccionar, na busca de estudos sobre aspectos culturais da sociedade contemporânea.

Para Johnson (1999) as relações entre a cultura contemporânea e a sociedade, ou seja, instituições, práticas culturais e todas suas outras formas culturais, assim como suas relações com a sociedade e as mudanças sociais, compõem o foco principal das pesquisas realizadas nas mais diversas áreas de conhecimento e territórios no decorrer da história. Aproximando o campo dos estudos culturais com as práticas da sociedade e dos processos históricos,

conforme Johnson (1999) os estudos culturais preocuparam-se inicialmente com os produtos da cultura popular e dos meios de comunicação social que expressavam os rumos da cultura contemporânea.

Os Estudos Culturais enquanto investigação dos processos de produção cultural, contribuem para construir uma abordagem sobre a cultura roraimense. Cabe ressaltar que a concepção de cultura é ampla visto a expansão e extensão do significado do que é cultural, observada em textos e representações para práticas vividas. No entanto, Johnson (1999) esclarece que o termo Cultura se configura como toda produção de sentido. Todas as práticas sociais podem ser examinadas de um ponto de vista cultural (JOHNSON, 1999, p.30).

As formas públicas e privadas de cultura também têm uma grande importância para os Estudos Culturais, elas não estão isoladas entre si, nelas ocorrem uma relação de poder. Dentro da produção cultural ocorre as formas de publicação dessa produção para a sociedade, o consumo dessa produção depois de publicada retorna à esfera pública. Johnson (1999) apresenta um exemplo dessa articulação com as revistas:

Uma revista para adolescentes do sexo feminino como Jackie, por exemplo, recolhe e representa alguns elementos das culturas privadas da feminilidade através das quais as jovens vivem suas vidas. Ela torna, instantaneamente, esses elementos abertos à avaliação pública – como sendo por exemplo, “coisas de garotas”, “tolas” ou “triviais”. Ela também generaliza esses elementos no âmbito de um conjunto particular de leitores, criando um pequeno público próprio. A revista é pois um material bruto para milhares de leitoras-garotas que produzem suas próprias apropriações dos elementos que foram anteriormente, tomados de empréstimo de sua cultura vivida e suas formas de subjetividade. (JOHNSON,1999, p.48)

Esse exemplo citado pelo autor evidencia uma relação de poder entre a esfera pública e privada nas publicações de práticas culturais. Questões que envolvem escolha de informações e materiais, as formas em que serão expostas, interferem na forma em que o público irá consumir e interpretar essas práticas culturais, ocorrendo assim a representatividade da cultura

vivida por intermédio de agentes responsáveis na publicação de matérias nos meios de comunicação como no exemplo citado acima, nas revistas.

Diante disso acreditamos que o campo dos Estudos Culturais são essenciais para a investigação desta pesquisa, neles encontramos subsídios para compreender as práticas culturais da sociedade roraimense.

Segundo Burke (2004), o termo cultura não pode ser dado de forma uniforme ou homogênea, pois as abordagens sobre cultura realizadas pelos historiadores mudam de acordo com as circunstâncias em que lhes são apresentadas, constituindo em relações de poder, tensões sociais, interesses até mesmo individuais e ideológicos, que perseguem o campo conceitual do que seria cultura. Teóricos como Hall (2006) aponta que a sociedade contemporânea se percebe em constante e rápida mudança.

Dessa forma a cultura não é estática, ela muda de acordo com acontecimentos também vividos por seus integrantes.

Na prática social, os sujeitos aprendem e desenvolvem aspectos dos quais compartilham com outros que fazem parte deste grupo específico, o sentimento de pertencimento contribui para que muitos migrantes que chegam a Roraima se remodelam de acordo com a cultura local, se apropriando de aspectos específicos como arte, culinária, modos de se vestir e até mesmo a escolha de temáticas e materiais para suas produções artísticas. Nesse contexto Hall (2006) nos coloca que as práticas dessa sociedade são examinadas e reformuladas pelo ser humano inclusive pela arte, na qual estas se tornam lugares de representação simbólica de uma cultura e identidade que transparecem rápidas mudanças sociais.

Com os estudos culturais é possível conhecer e referenciar teoricamente a experiência vivida, ver e estudar como as culturas se desenvolvem e como são os discursos geográficos específicos como, por exemplo, o discurso evidenciado no jornalismo cultural de Roraima.

O Jornalismo Cultural no Contexto Roraimense

O jornalismo cultural é uma especialidade dentro do jornalismo conforme Melo (2010). Alguns impressos que marcaram a ideia de jornalismo

cultural ocorreram em 1711 na Inglaterra com o jornal chamado *The Spectator*, “o jornal cobria desde questões morais e estéticas até a última moda em luvas” (BURKE, 2004, p.77). O objetivo desse jornal conforme Burke (2004) era trazer a filosofia para fora das instituições acadêmicas, para ser discutida também em assembleias, clubes, em mesas de cafés e chás.

No Brasil um periódico que ganhou destaque no jornalismo cultural foi a revista *cruzeiro* em 1928, conforme Melo (2010). A mesma autora aponta que em 1950 os jornais impressos passaram ter um caderno de cultura como seção obrigatória e as edições eram diárias, especialmente nos fins de semana. Em 1956 o *Jornal do Brasil* se tornou marco do jornalismo cultural brasileiro. “Em suas páginas representantes culturais significativos como Ferreira Gullar, Clarice Lispector, Bárbara Heliodora e Décio Pignatari, o caderno tornou-se referência para a crítica cultural” (MELO, 2010, p.2).

Na contemporaneidade, na qual as culturas estão em constante mudança, o desafio do jornalismo cultural seja impresso ou digital, é ter cada vez mais profissionais capacitados que compreendam e valorizem em suas matérias os processos de identidade, culturas e troca de saberes em que as sociedades estão passando. Conforme Melo (2010) o jornalista que trabalha com o jornalismo cultural deve ser preparado e capacitado para refletir sobre a cultura em sua volta, incluindo uma boa formação inclusive em história, filosofia, realidade brasileira e antropologia. A mesma autora acredita no papel do jornalista cultural como mediador, que é aquele que tem a capacidade de revelar a complexidade de relações a que cada acontecimento está ligado de forma clara. É necessário um olhar reflexivo para as mudanças, com inclusão de novas abordagens para realização do jornalismo cultural, reconfigurado e repensando à luz de novas discussões sobre a importância de um teor ainda mais profundo, crítico e interpretativo nas matérias que tratam sobre produções culturais.

Segundo Burke (2004), o termo cultura costumava se referir às artes e às ciências. Depois o termo foi utilizado para descrever seus equivalentes populares como; música folclórica, medicina popular e assim por diante. Já na

última geração, passou a se referir à uma ampla gama de artefatos como imagens, ferramentas, além das práticas como, conversar, ler, jogar etc. Como visto na história cultural, o termo cultura não pode ser dado de forma uniforme ou homogênea, pois Burke (2004) mostra que as abordagens sobre cultura até mesmo as realizadas pelos historiadores, mudam de acordo com as circunstâncias em que lhes são apresentadas, constituindo em relações de poder, tensões sociais, interesses até mesmo individuais e ideológicos, que perseguem o campo conceitual do que seria cultura.

De fato, as obras de artes fazem parte dos variados meios de produções culturais da nossa sociedade. No período entre 1800 a 1950 considerado como “História cultural Clássica” por Burke (2004), as artes eram estudadas por historiadores culturais na qual buscavam um certo “espírito da época” e essas obras de artes eram interpretadas a partir de livros, manuais, e referenciais da época, como por exemplo a Bíblia. “Seus praticantes liam pinturas, poemas, etc. específicos como evidência da cultura e do período em que foram produzidos” (BURKE, 2004, p.17). Visto isso, é evidente que as obras de arte já serviam como meio de compreensão dos processos culturais da nossa sociedade.

No estudo cultural Latino americano, Canclini (1990) vê a cultura na pós modernidade passando pelo processo de hibridização nas quais processos socioculturais em que estruturas e práticas mais tradicionais vão combinando com outros processos urbanos contemporâneos vão gerando novas estruturas, práticas e objetos culturais. Assim, Canclini (1990) vê e também estuda a arte como parte desse processo sociocultural, pois ela também dá suporte para seu entendimento de culturas híbridas. O autor vê a arte como um importante elemento cultural que vive entre tensões. Alguns artistas vão ao encontro do sistema do mercado, e outros lutam pela distinção de sua produção em relação aos meios massivos.

Com a chegada dos meios massivos da mídia, a forma de proliferação dessas artes tem colocado o campo artístico sobre uma nova ótica, como citada por Benjamin na obra “A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica” (1955). A chegada de novas tecnologias e a apropriação delas

nos meios de comunicação como jornais, periódicos, TVs e internet, tem dado novas significações culturais para a arte. Conforme Benjamin (1955) a arte sente a perda da autenticidade e da áurea, que agora jornalistas através da mídia por exemplo tem o poder de apresentar essas obras ao público, sem que o público necessariamente tenha que sair de casa para vê-las. Por isso a importância do profissionalismo dos jornalistas culturais, pois são eles que apresentam a obra ao público em suas matérias.

Resultados e Análises

O jornal G1 é um portal de notícias brasileiro, lançado em 18 de setembro de 2006 e mantido pelo grupo Globo sob orientação da Central Globo de Jornalismo. No fim de 2010 o portal integrou as redes filiadas ao websites e houve a integração dos estados brasileiros, dentre as quais a rede amazônica faz a cobertura de notícias de Roraima.

No G1 Roraima geralmente em matérias que informam sobre eventos, shows, exposições, festas, ações sociais entram no termo utilizado chamado de “serviço”. Na proximidade do final de semana temos o momento na qual as matérias em que abordam sobre artes alcançam um número maior. Eventos maiores como shows de artistas nacionais, eventos nacionais no teatro municipal de Boa Vista, são divulgados com antecedência durante a semana.

Nessas matérias que falam sobre produções culturais as informações são prestadas com muita clareza e objetividade. Um exemplo, é a matéria intitulada “Artista expõe trabalho artesanal de entalhe em madeira no TCE em RR” publicada dia 21 de agosto de 2015, também pertencente ao termo “serviço”. Na matéria, informações como temas das obras, local de exposição, e vida do artista que é o Cleodon Farias, são transmitidas com clareza e exatidão.

Morando há 38 anos em Roraima, Farias possui obras em várias repartições públicas como Assembleia Legislativa, Secretaria de Planejamento com a obra 'Lenda da Cobra Grande' e Secretaria de Agricultura do estado,

além de escolas estaduais como Monteiro Lobato, Ana Libória e Lobo D'Almada. (G1 Roraima, 2015).

Figura 1: Matéria sobre a exposição do artista Cleodon Farias.

The image is a screenshot of a news article from G1 Roraima. At the top, there is a red navigation bar with a menu icon, the G1 logo, the word 'RORAIMA', and the 'REDE AMAZÔNICA' logo. Below the navigation bar, the article's metadata shows the date '21/08/2015 10h44' and 'Atualizado em 21/08/2015 11h53'. The main headline is 'Artista expõe trabalho artesanal de entalhe em madeira no TCE em RR'. Below the headline, a sub-headline reads 'Obras abordam temas regionais com figuras indígenas, fauna e flora. Mostra segue aberta à visitação até a próxima segunda-feira (24)'. The author is listed as 'Do G1 RR'. To the right of the author's name are social media sharing icons for Facebook, Twitter, Google+, and Pinterest. The main body of the article features a photograph of several wood-carved panels on easels in an exhibition space. Below the photo, a caption states: 'Ao todo, oito obras compõem a exposição (Foto: Jackson Félix/ G1 RR)'. To the right of the photo, the article text begins: 'Cerca de oito quadros e murais entalhados em madeira do artista Cleodon Marques de Farias estão expostos pela primeira vez no hall de entrada do Plenário do Tribunal de Contas de Roraima (TCE). As obras são produzidas em cedro e abordam temas regionais como as figuras indígenas, a fauna e a flora roraimense. A visitação segue até o dia 24 de agosto e é gratuita.' Below this text, another paragraph starts: 'De acordo com o artista, a exposição é uma mostra prévia que está organizando para uma futura exibição composta por 15 obras em'.

Fonte: G1 Roraima

A entrevista com o artista Cleodon Farias realizada em dezembro de 2016 serviu para atestar as informações oferecidas pelo G1 Roraima. Cleodon Farias é paraibano mas chegou a Roraima no ano de 1976, hoje tem 65 anos de idade. Conheceu a arte do entalhe em Recife, lá produziu seus primeiros trabalhos (FARIAS, 2016).

De acordo com o artista, a exposição é uma mostra prévia que está organizando para uma futura exibição composta por 15 obras em comemoração aos 47 anos de trabalho artesanal de entalhe em madeira e os 61 anos de idade. A previsão é que a mostra seja realizada em dezembro deste ano, conforme Farias. (G1 Roraima, 2015)

Embora diga que sua vida sempre foi voltada ao entalhe, o artista explica que, paralelamente a isso, ele trabalhou em diversas outras

atividades. Foi atendente de supermercado, garçom e atualmente responde como diretor do Horto Municipal de Boa Vista Roraima, desde o ano de 2013 (FARIAS, 2016).

Hoje Farias continua produzindo obras, porém é um artista que não utiliza redes sociais, e nem aparece com frequências nas mídias digitais e em matérias jornalísticas. A matéria do G1 Roraima foi a única matéria digital encontrada sobre o artista.

Em contrapartida, é significativa a exposição pública permanente de seus trabalhos, pois muitos de seus painéis estão no interior de prédios públicos de Boa Vista/RR. O artista confirmou que grande parte de suas obras foram fixadas em paredes de prédios públicos e lá ficam por muito tempo. Os painéis da Assembleia Legislativa, por exemplo, estão expostos, segundo o artista, há 25 anos no mesmo espaço.

Aqui eu fiz meu primeiro trabalho, que é um painel que estava montado no rol de entrada da Secretaria de Planejamento do Estado, hoje essa obra de arte está lá no museu guardado, no Museu do estado que hoje está fechado, lá no Parque Anauá, está lá guardado, esta não sei aonde, mas está, essa é a informação que eu tenho[...] (FARIAS, 2016)

Segundo ele, foi a partir disso que se tornou responsável por uma sucessão de obras vendidas para prédios públicos da capital como Assembleia Legislativa do Estado, a SETRABES, a CAER, Secretaria de Administração, a Base Aérea de Boa Vista, entre outras.

Na matéria publica pelo G1 Roraima, Farias comemora seus 47 anos de entalhe com uma exposição realizada não em uma galeria, mas sim em prédio de um órgão público da capital, o Tribunal de Contas Eleitoral/RR. Como em boa parte de seus trabalhos, Cleodon Farias também vende seus trabalhos para serem postos dentro desses prédios de órgãos públicos.

O subtítulo da matéria também faz destaque aos temas utilizados pelo artista em seus trabalhos; “Obras abordam temas regionais com figuras indígenas, fauna e flora. Mostra segue aberta à visitação até a próxima segunda-feira (24)”(G1 Roraima, 2015).É possível encontrar pesquisando no Google/Imagens e utilizando o filtro “G1Roraima/arte/exposições/

artistas”, outras matérias em que o G1 Roraima destaca nos títulos ou subtítulos as temática dos trabalhos e exposições dos artistas pintores, fotógrafos, desenhistas roraimenses, que utilizam de temáticas que mostram representações de indígenas, animais, florestas, paisagens, rios entre outros elementos que remetem a uma certa cultura visual roraimense e amazônica tais como: “Artista de RR usa lápis de cor para desenhar elementos da Amazônia” (2016); “Exposição ‘Índios de Roraima’ entra em cartaz na cidade de Boa Vista” (2016); “Artista plástico da Inglaterra se inspira nas belezas naturais de Roraima para pintar quadros (2019); “Galeria itinerante em Roraima reúne obras de oito artistas indígenas” (2015); “Monte Roraima é tema de exposição fotográfica em shopping de Boa Vista” (2015); “A Natureza grita por socorro’ é tema de exposição em galeria de Boa Vista” (2015).

De acordo com Bueno (2002), quando se trata de imaginário, a produção artística é uma importante ferramenta de representação de uma determinada cultura. Para a autora, a noção generalizada de Amazônia a caracteriza tanto no Brasil quanto no exterior como sendo uma região portadora de uma cultura fortemente nativa e exótica.

A Amazônia brasileira contemporânea é heterogênea. Do ponto de vista físico, é composta por florestas e rios, mas também abriga grandes aglomerados urbanos, além das savanas e serras. Do ponto de vista humano, conta com a presença de indígenas de várias etnias, brasileiros que migraram de todos os demais estados, migrantes dos países vizinhos, bem como de europeus que, entre outros, aparecem no cenário das capitais e pequenas cidades dos estados amazônicos.

Roraima se torna um território ainda mais plural por se tratar de um lugar de fronteiras, e muito embora seja tão aberto à diversidade de produções e temáticas artísticas, ainda assim é visto que algumas temáticas nas produções são bastante utilizadas pelos artistas locais, como mostram as matérias. Outra perspectiva é que por muito tempo as vozes da cultura indígena foram silenciadas com o crescimento das cidades, onde seus direitos foram interrompidos em fatos narrados pela historiografia de Roraima. Canclini (1990) entende que existem várias culturas e que

algumas delas como as tradicionais consideradas locais e homogêneas, que foram pouco comunicadas com o resto na nação, culturas que não estão em espaços urbanos, mas que passam pelo efeito dos sistemas que acompanham o mundo, muitas vezes não são ouvidas ou consideradas. No jornalismo cultural do G1 Roraima a arte que trata da cultura desses povos como os indígenas é bastante destacada nas matérias.

Para Canclini (1990) muitas culturas vão perdendo a relação exclusiva com seus territórios, mas em contrapartida elas ganham comunicação e conhecimento ao chegar nos meios urbanos através das mídias. As artes da cultura indígena, por exemplo, são desenvolvidas em relação à outras artes e outros artistas que embora não sejam indígenas, mas trabalham elementos dessas culturas juntamente com elementos das culturas globais; “artesanato migram do campo para a cidade; Filmes, vídeos e músicas que narrarm eventos de um povo são trocados com outros (CANCLINI,1990, p. 326).

A outra matéria analisada neste artigo é a publicada em outubro de 2013 no G1 Roraima intitulada “Exposição de artes plásticas retrata os 25 anos de Roraima” a matéria apresenta como subtítulo “Mostra tem obras de 12 artistas do estado. Belezas, cotidiano e a cultura do povo roraimense são retratadas.” Diferente da matéria anterior que aborda com um pouco mais de detalhes sobre a exposição e trajetória artística de Cleodon Farias, essa matéria de 2013 do G1 Roraima mostra outra perspectiva. A escassez de informações sobre a exposição, artistas, obras tornaram a matéria pequena em relação a grandiosidade da exposição para a data comemorada, Aniversário de Roraima. “Nas telas, são retratadas as belezas, cotidiano e a cultura do povo roraimense. A exposição faz parte da programação do aniversário do estado” (G1 Roraima, 2013).

Mais abaixo, no texto da matéria, é apresentado os nomes dos artistas e as técnicas que utilizam para a produção das obras, bem como o horário de exposição.

Nas telas, são retratadas as belezas, cotidiano e a cultura do povo roraimense. A exposição faz parte da programação do aniversário do estado. A galeria tem

obras de 12 artistas de Roraima, são eles: Bartor, Luis Mateus, Julieta Souza, Natália Brasil, Renato José, Silvio Vilase, Júlio Cesar, Devair Fiorotti, Elias Rodrigues, Zodeon, Cláudio Lopes e Helton Faustino. Nas obras, o visitante poderá prestigiar as artes plásticas produzidas com técnicas de óleo sobre tela, acrílico sobre tela, acrílico sobre papel e óleo sobre madeira. A exposição é aberta ao público, no horário de 8h as 18h. (G1 Roraima, 2013)

Percebemos que essa exposição diferente da exposição de Cleodon Farias é uma exposição coletiva que reúne vários artistas, e mesmo assim, o conteúdo escrito na matéria é menor que o da outra. Uma imagem acompanha a matéria na qual mostra seis obras já expostas no espaço, a legenda da imagem é “Obras estão expostas no Palácio Senador Hélio Campos (Foto: Valéria Oliveira/ G1)”. Na imagem é possível identificar os elementos simbólicos das telas que remetem ao subtítulo da matéria; “Belezas, cotidiano e a cultura do povo roraimense são retratadas” (G1 Roraima, 2013). Em dois quadros mostram aves como araras, tucanos e garça. Já em outros três quadros que parecem ser uma série de um mesmo artista, são representadas lendas indígenas onde é possível ver a figura humana usando o que parece ser uma tanga remetendo à representação de um indígena e outros elementos da natureza. Em outro quadro é possível ver um jarro de flores pintado em tons que vão do azulado ao lilás

Mesmo sendo um prédio de um órgão público e não sendo um espaço expositivo como uma galeria de arte, no texto da matéria contradiz dizendo que “A galeria tem obras de 12 artistas de Roraima”. É possível identificar muitos erros ortográficos na matéria; “são retratas as belezas” “Na obras”. Além disso, participam 12 artistas locais, um número alto que poderia dar ainda mais amplitude ao texto.

Figura 2: Exposição em comemoração ao aniversário de Roraima



01/10/2013 12h39 - Atualizado em 01/10/2013 12h48

Exposição de artes plásticas retrata os 25 anos de Roraima

Mostra tem obras de 12 artistas do estado. Belezas, cotidiano e a cultura do povo roraimense são retratadas.

Do G1 RR



Obras estão expostas no Palácio Senador Hélio Campos (Foto: Valéria Oliveira/ G1)

O Palácio Senador Hélio Campos recebe até o dia 5 de outubro a exposição "Todos os tons de Roraima", uma homenagem aos 25 anos de criação do estado. A mostra conta com 26 obras de artistas plásticos locais.

Nas telas, são retratadas as belezas, cotidiano e a cultura do povo roraimense. A exposição faz parte da programação do aniversário do estado.

A galeria tem obras de 12 artistas de Roraima, são eles: Bartor, Luis Mateus, Julieta Souza,

Fonte: G1 Roraima

Uma matéria de jornalismo cultural com uma apresentação do fato é aquela que possui capacidade de transportar o leitor para o ocorrido, dando oportunidade que o leitor reviva a narrativa para ter da matéria a maior aproximação possível conforme (MELO, 2010). Para a autora o entendimento de que a busca pela objetividade jornalística não está ligada a um relato frio e burocrático do acontecimento. “Quanto mais elementos sensíveis na matéria, mais próximo do real será. Eis o bom jornalismo, aquele capaz de informar sem perder a força do acontecimento (suas cores, sensações, ruídos e clímax)” (MELO, 2010, p.12).

Nas duas matérias do G1 Roraima, o jornalista parece incorporar um papel de codificador que apenas transcreve a informação já dada pelo artista ou quem está organizando a exposição. Se o jornalista não consegue informações extras, então a matéria fica reduzida, sem chance para qualquer tipo de discussão crítica sobre o trabalho.

Essas discussões levantadas a partir das duas matérias do G1 Roraima trazem uma reflexão de como o jornalismo cultural digital vem sendo realizado em Roraima. Um jornalismo que parece seguir uma mesma estrutura de organização textual quando trata de produções culturais; exposição/tema das obras ou da exposição/artistas. Um modelo que chama atenção para informações mecânicas, curtas, objetivas e sem profundidade crítica/interpretativa para as produções culturais locais, que com textos mais profundos poderiam enriquecer a informação apresentada ao leitor sobre cultura.

Diferente do que acontece no G1 nacional na categoria Pop & Arte, naquele espaço, os jornalistas têm maior autonomia e liberdade para criar interpretações e críticas sobre a produção cultural. As matérias se tornam mais interessantes e com profundidade que despertam a curiosidade do leitor em relação ao que está sendo exposto. Uma proposta seria o que aponta a autora Gools (2010, p. 30) “o jornalista deixa de olhar os acontecimentos como um objeto distanciado e passa a interpretá-los de uma maneira interativa, compreensiva”. Para Melo (2010) jornalismo cultural cumpre ao mesmo tempo a função de informar e a trazer uma perspectiva poética na vida das pessoas. “É da habilidade do jornalismo cultural tocar a integralidade das pessoas que, ao buscarem essa seção ou essa especialidade do jornalismo, estão em busca de um conhecimento sensível e reflexivo” (MELO, 2010, p.18).

O que percebemos é um reducionismo acentuado no jornalismo que cobre a arte. Situação essa que também se faz presente na agenda de publicação das matérias sobre arte, como geralmente são feitas nos finais de semana. Na proximidade do evento cultural os jornalistas acabam não tendo tempo suficiente para uma matéria mais elaborada. O ideal para a fomentação de um jornalismo cultural é investigar assuntos fora de uma agenda de eventos que se reduzem a poucos dias da semana.

O Jornalismo cultura segundo Melo (2010) busca uma experiência estética que ora cumpre uma função sensível, ora uma função política e reflexiva. “Assim, o jornalismo cultural descortina as obras culturais (a

literatura, a música, o cinema, as artes plásticas etc.) em seu sentido forte, no que possuem de estético e ético” (MELO, 2012, p. 17). É nesse olhar sensível sobre a produção cultural que o jornalismo cultural poderia levar ao público um diálogo com as questões de hibridização que Canclini (1990) aponta, dialogar, e trazer interpretações críticas sobre as artes produzidas em um estado que vem passando por fluxos migratórios recente, de venezuelanos, indígenas e guianeses. Embora haver periódicos eletrônicos, e-books com artigos científicos que abordam esses temas com mais profundidade, os jornais digitais como G1 Roraima entre outras plataformas de informação o público é de grande acesso.

Considerações Finais

Esta pesquisa se caracteriza como uma reflexão em relação a importância da construção jornalismo cultural, onde questões que envolvem, cultura, interdisciplinaridade, saberes plurais são realizados com informações bastante rasteiras. As matérias do G1 Roraima apresentam aspectos relevantes de informações advindas do entrevistado, porém o pluralismo cultural tão presente nas artes e aberto para uma análise reflexiva, sensível que pode ser relacionada com abordagens sociais, culturais, de identidade é pouco explorado. A falta de entendimento das manifestações artísticas como produção de sentidos se torna constante, o que abre espaço para a arte ser cada vez mais olhada e observada como um “serviço”.

As matérias que envolvem Artes Visuais podem propor um escape a modelos informacionais que se articulariam muito bem se houvesse abertura para um jornalismo cultural no jornal digital G1 Roraima, matérias do Jornalismo Cultural configurariam uma manifestação que pode proporcionar diversas percepções, buscando não posicionar o público à passividade, mas à reflexão, aflorando a sensibilidade, oferecendo a experiência estética, percebendo a arte como um complexo campo.

As Artes Visuais são questionadoras, e uma matéria como uma observação mais crítica até poderia despertar um interesse no leitor em

conhecer mais sobre o artista e a exposição. O jornalismo cultural realizado no G1 Roraima, a partir da análise das duas matérias, exclui a complexidade das produções artísticas, transparecendo ser uma abordagem não compreensiva e detalhista da produção artística e cultural no Estado. A produção de narrativas culturais a partir das artes admite uma pluralidade e proporciona uma nova perspectiva para o jornalismo cultural local, empenhado em sentir e narrar a vida. Uma matéria com maior profundidade provocaria no leitor uma nova experiência para a observação das artes produzidas no estado de Roraima, resgatando a importância do artista local e sua contribuição para a formação cultural do estado. Uma matéria que propõe o crescimento de pensamentos e reflexões, com textos apontando não para um olhar reducionista da produção cultural, mas para os diversos espaços de discussão e apreciação contemplados pelos Estudos Culturais.

Referências

- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**, 2010. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1563569/mod_resource/content/1/A%20obra%20de%20arte%20na%20era%20da%20sua%20reprodutibilidade%20t%C3%A9cnica.pdf>. Acesso em: 8 abr. 2019.
- BUENO, Magali. **O imaginário brasileiro sobre a Amazônia**: uma leitura por meio dos discursos dos viajantes, do Estado, dos livros didáticos, de Geografia e da mídia impressa. 2002. 187 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2002.
- BURKE, Peter. **O Que é História Cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**. México, Editorial Guijalbo, 1990.
- FARIAS, Cleodon Marques. **Entrevista** concedida à Tafinis Said em 15 de dezembro, 2016/vídeo, 30min.Boa Vista,2016.

GOOLS, Mariana Carolina Giliolli. **Jornalismo de cultura e arte**: dança contemporânea e signo da compreensão, 2010.148p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade CásperLiberio,São Paulo,2010.

G1 Roraima. **Artista expõe trabalho artesanal de entalhe em madeira no TCE em RR**. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2015/08/artista-expoe-trabalho-artesanal-de-entalhe-em-madeira-no-tce-em-rr.html>>. Acesso em: 4 maio 2019.

G1Roraima, **Exposição em comemoração ao aniversário de Roraima**. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rr/roraima/noticia/2013/10/exposicao-de-artes-plasticas-retrata-os-25-anos-de-roraima.html>>. Acesso em: 4 maio 2019.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JOHNSON, R. Cartografia dos Estudos Culturais. In: SILVA,Tomas Tadeu. **O que é, afinal, Estudos Culturais?**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 1999.p. 9-132.

MELO. Isabelle Anchieta. **Jornalismo Cultural**: Pelo encontro da clareza do jornalismo coma densidade e complexidade da cultura. Biblioteca on-line de ciências da Comunicação, BOCC, 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>> acesso em: 19 jun. 2019.

Capítulo 4

O newsmaking na fanpage e site da prefeitura de Gurupi: aplicação da teoria no aniversário de 60 anos da cidade

*Andreia Rocha*¹

*Clifton Moraes*²

*Francisco Gilson Rebouças Pôrto Junior*³

1. Introdução

A gestão pública tem se aproximado cada vez mais dos cidadãos por meio da comunicação. Antes do surgimento das redes sociais, que teve o *boom* nos anos 2000, bem como a expansão da internet que foi significativo a partir deste ano, as assessorias de comunicação dos órgãos públicos precisavam manter-se ativas e levar informação à sociedade por meio apenas dos veículos tradicionais de comunicação, como a televisão, rádio e jornais impressos. No entanto, nos últimos anos, redes sociais como Twitter e Facebook viabilizaram a inserção da gestão de órgãos públicos no cotidiano das pessoas, dada a tamanha popularidade dessas redes e sua crescente adesão de novos usuários.

¹ Mestranda em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: jornalistaandreia-rocha@gmail.com.

² Mestrando em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: cliftonmoraes@hotmail.com.

³ Doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas (FACOM-UFBA). Mestre em Educação (PPGE-UnB). Graduado em Comunicação Social/Jornalismo (CEULP-ULBRA) e Pedagogia (FE-UnB) e Professor do Curso de Pedagogia da Universidade Federal do Tocantins (UFT) e do Programa de Pós-Graduação *Stricto sensu* em Comunicação e Sociedade (PPGCOM-UFT). Coordenador do Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT). E-mail: gilsonportouft@gmail.com.

Criado em 2004, a rede social Facebook é uma das mais utilizadas pelas assessorias de comunicação no intuito de buscar proximidade com o público, levar informação e conseguir interação. Geralmente, todo material publicado nos sites institucionais desses órgãos é compartilhado no *Facebook*, o que geralmente permite uma maior visualização e engajamento do público. Pensando nisso, escolhemos estudar esta rede social a fim de traçar melhor como os cidadãos gurupienses receberam a programação da Prefeitura de Gurupi, em comemoração aos 60 anos do município. Por oferecer ferramentas de curtidas, comentários e compartilhamentos, acreditamos visualizar de maneira mais abrangente a repercussão e a reação dos usuários e seguidores da fanpage da cidade em questão.

A cidade de Gurupi - TO tem pouco mais de 85 mil habitantes, segundo registro do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). É a terceira maior cidade do Estado e a Prefeitura é uma das que possui uma estrutura completa de Assessoria de Comunicação. Atualmente, a equipe da Secretaria de Comunicação (SECOM) de Gurupi é formada por oito profissionais de comunicação, sendo que quatro são jornalistas e um deles se dedica exclusivamente às redes sociais. Publicitário, fotógrafo, cinegrafista e diagramador formam o restante do grupo. Todos trabalham em conjunto, discutem as pautas e elaboram os materiais que vão ser publicados. Além de trabalharem a comunicação das ações desenvolvidas pelo município em todos os veículos jornalísticos, a fanpage da Prefeitura de Gurupi é o carro-chefe para divulgação das ações. Atualmente a página tem pouco mais de 14 mil seguidores.

Criada em janeiro de 2014, essa rede social tem ganhado destaque no quesito compartilhamento de informações. Por isso, entendemos como importante a aplicação dos critérios de noticiabilidade, baseado na Teoria do Newsmaking, usados pela equipe de comunicação da Prefeitura de Gurupi na rede Facebook e também no site do órgão. Escolhemos analisar dez dias de programação do aniversário, que ocorreu de 9 a 18 de novembro, sendo a data oficial de criação do município o dia 14 de novembro.

Acreditamos ser possível apresentar como se deu o planejamento de comunicação da assessoria do município, com vistas a alcançar os cidadãos, aplicando, na prática, o que seriam os conceitos de prestação de serviço, transparência e gestão pública.

Para Pena (2006, p. 130), a noticiabilidade é *“um conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade ilimitada de notícias.”* Assim, tendo em vista que um órgão público como uma gestão municipal precisa prestar contas com a sociedade, é importante analisar como se deu esse processo de escolha dos fatos e como eles, após se tornarem notícia, foram recebidos pelos cidadãos, levando em conta que são motivados pelos chamados “valores-notícia”, são a “credencial”, o “passaporte” para que o acontecimento seja pauta do veículo de comunicação (ERBOLATO, 2004).

Uma data comemorativa pareceu-nos ser um bom recorte temporal para o estudo proposto da teoria do Newsmaking, já que é comum nesse período as gestões criarem um cronograma de ações e serviços, motivados pelo clima festivo de aniversário da cidade, data que pode despertar no cidadão emoções e sentimentos que possibilitem maior recepção das ações e serviços prestados pela gestão municipal, e, ainda, maior interesse em emitir críticas e cobranças à gestão.

Para executar a análise, foi feita triagem das matérias no site e postagens na fanpage da Prefeitura, com o recorte dos dez dias da programação de aniversário. As expressões “aniversário”, “60 anos”, “comemoração” foram utilizadas como filtro seletivo do material, a fim de quantificar, numa primeira etapa da pesquisa, o que foi publicizado seja no site ou na fanpage, referente à comemoração dos 60 anos do município. Em seguida, após a quantificação, decidimos criar categorias para classificar o material coletado, por meio de áreas de serviço da gestão pública, como “obras”, “saúde”, “educação”, “lazer e cultura”. Dessa forma, acreditamos visualizar melhor quais áreas foram mais exploradas pela gestão municipal no período analisado.

É válido salientar que a triagem também teve como objetivo mensurar e analisar a recepção dessas matérias, em formato de postagens, pelos seguidores da Fanpage. A quantidade de curtidas e compartilhamentos foi utilizada como um “termômetro” para medir a satisfação do cidadão com a gestão municipal, ou seja, com a prestação de serviço para com os municípios. Além disso, o espaço dos comentários poderia trazer indicativo de críticas à ação ou ao serviço anunciado, permitindo inferir em qual área o cidadão gurupiense almeja maior eficiência e resolutividade por parte da gestão municipal.

2. Teoria do Newsmaking e análise dos conteúdos

É importante discorrermos um pouco sobre alguns conceitos da Teoria do Newsmaking. O que os estudiosos das Teorias de Comunicação afirmam é que a teoria conhecida como Newsmaking foi elaborada para buscar a verdadeira compreensão do produtor de notícias. O que Wolf (1999, p. 179) destaca é que o produtor é considerado como peça central que tem a missão de articular os materiais e torná-los acessíveis a todos.

O que a Teoria do Newsmaking pressupõe é que as notícias são como são porque a rotina industrial de produção assim determina. Ou seja, diante de inúmeros assuntos, é preciso filtrar o que vai ou não ao ar. A notícia que vende é a que passa pela aprovação dos critérios da noticiabilidade e o jornalista tem o poder de determinar o que pode ou não se tornar uma notícia. Sem organização do trabalho jornalístico é impossível produzir notícias.

Segundo Traquina (1999a), o Newsmaking é uma teoria do Jornalismo, e não da Comunicação. O autor destaca a teoria como sendo a base que orienta a produção, constituindo-se, portanto, naquilo que deve estimular os produtores da notícia a repensar suas práticas diárias. Além disso, o autor chama atenção para o cuidado que o jornalista deve ter ao avaliar um fato ou acontecimento, no quesito noticiabilidade:

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam que um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor notícia (“newsworthiness”) (TRAQUINA, 2008,P.63)

No entanto, o fato é que, independentemente da discussão entre teoria da Comunicação ou do Jornalismo, o cerne de tudo isso é dizer que as duas áreas têm algo em comum que é o foco de estudo desse trabalho, que são os critérios da noticiabilidade.

Pena (2008, p. 129), cita a socióloga Gaye Tuchman com uma das autoras mais respeitadas quando o assunto é pesquisa do Newsmaking e destaca que ela referencia essa corrente teórica “como uma alternativa para suprir as exigências organizativas e a organização do trabalho e dos processos produtivos da construção de uma notícia”.

Já Pereira Júnior (2002) e Wolf (1994) são mais otimistas ao dizerem que acreditam que existem ligações entre a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos, o que constituem o ponto central da teoria do Newsmaking.

O conceito de noticiabilidade trabalhado pela linha teoria do Newsmaking é tradicional e segue o crivo de todos os veículos jornalísticos, como a televisão, rádio, jornais impressos e online. Dentro das assessorias de comunicação não é diferente, visto que são feitos processos de produção de notícias para distribuição na internet.

E sobre internet e comunicação, o que Moraes (2001, p. 67), destaca é que a tecnologia é um canal que pode interferir em várias áreas de uma sociedade, o que acontece também na área da comunicação. Além disso, ele destaca a influência na cultura das pessoas. Por isso, a internet é o grande seguimento midiático usado na era atual pelos jornalistas, tanto nas redações, quanto nas assessorias de imprensa.

Dentro de uma Assessoria de Comunicação, como é o exemplo da Prefeitura de Gurupi, também deve haver um critério de escolha para

determinar que matérias vão ou não ser postadas e quais ganham um maior destaque, afinal, o trabalho também deve ser executado por jornalistas que definam os critérios de noticiabilidade para suas publicações.

Hohlfeldt (2001), outro autor que estuda as Teorias da Comunicação, destaca que a participação desse produtor de conteúdo é o que determina o conceito do Newsmaking. O jornalista tem a capacidade de participar do acontecimento em suas diferentes etapas, desde a captação de informações até a forma com que elas vão chegar ao receptor. No aniversário dos 60 anos de Gurupi, é possível observar esse conceito. Como estudado, os profissionais quiseram a exploração das redes sociais para que as notícias tivessem um maior alcance e aceitação do público/seguidores.

Especificamente dentro do site da Prefeitura, foram contabilizados um total de 12 matérias ou releases, postadas no período de 09 a 18 de novembro de 2018, durante as comemorações dos 60 anos da cidade. Dentre o material divulgado, foi possível observar que boa parte foi constituído por matérias voltadas a questões culturais, obras, saúde e educação. Essa escolha nada mais é que a aplicação da teoria do Newsmaking. Veja tabela 1:

Período observado: 09 a 18 de novembro de 2018

| | |
|---------------------------|------------|
| Cultura | 4 matérias |
| Entrega de diversas obras | 3 matérias |
| Educação | 3 matérias |
| Saúde | 2 matérias |

Fonte: <http://www.gurupi.to.gov.br/>

Observa-se que o critério de noticiabilidade dos profissionais de comunicação da Prefeitura de Gurupi para escolha das matérias publicadas no site foi voltada em sua maioria para conteúdos considerados culturais, onde tinha uma atividade maior de eventos artísticos e musicais durante as comemorações de aniversário. Em destaque, as matérias trataram de prestação de serviços, incluindo entrega de obras, e áreas como saúde e educação.

Dentre todas as ações divulgadas como entregas de obras em várias áreas e programações culturais, os produtores de conteúdos, que são os jornalistas/ Assessores de Imprensa que atuam na Secretaria da Comunicação da Prefeitura de Gurupi, usaram critérios para determinar quais matérias teriam uma maior ênfase. Portanto, avaliamos o período mencionado acima baseados na Teoria do Newsmaking, a fim de entender o motivo da escolha de determinadas notícias. Para demarcar e destacar as postagens relacionadas ao aniversário de 60 anos do município, foi criada a hashtag “Gurupi60Anos”. A hashtag é uma ferramenta utilizada nas redes sociais com o intuito de agrupar, organizar em um conjunto as postagens referentes a determinadas datas e eventos. Além disso, o recurso pressupõe que os seguidores também marquem suas postagens, o que contribui para o engajamento do público.

Já na Fanpage da gestão municipal, a assessoria de comunicação utilizou a *hashtag*³ “Gurupi60Anos” para marcar as postagens relacionadas ao aniversário de 60 anos do município. De 9 a 18 de novembro, período em que ocorreu a programação elaborada pela Prefeitura de Gurupi, foram publicadas na fanpage do município 22 postagens. Além da *hashtag* mencionada acima, utilizou-se a #GuruFestival, em alusão ao Festival de música que ocorreu na cidade, dando espaço aos artistas locais, dos mais variados estilos musicais.

O recorte temporal utilizado no presente artigo compreende os dias 9 a 18 de novembro, período em que ocorreu a programação elaborada pela Prefeitura de Gurupi. Nesse espaço de tempo, foram publicadas 22 postagens na fanpage do município. Além da hashtag mencionada acima, utilizou-se a #GurupiFestival, para demarcar a programação cultural específica, realizada no respectivo período, que teve como mote a promulgação de artistas locais.

Segundo Moura (2014, p. 150), as hashtags podem ser utilizadas com finalidades variadas, atendendo a objetivos específicos: *Funcionam também como balizas para que os usuários encontrem e sigam (se filiem à*

cadeia) ou articulem listas de contatos ou apoios públicos com outros usuários de interesses semelhantes.

Dessa forma, o recurso pode provocar mais interação e engajamento nas redes sociais, sobretudo, quando se trata de uma programação festiva, alusiva à comemoração de aniversário de uma cidade, caso estudado neste artigo.

As postagens com maior número de curtidas são aquelas que trazem mídias como vídeo ou galeria de fotos. A terceira postagem que mais se destacou teve 60 curtidas, maior número das postagens no período analisado. Publicada no dia 14 de novembro, data oficial do aniversário, o *post* trouxe um texto de exaltação ao município, de autoria do padre Pe Marcos Aurélio Ramalho Alves, pároco da cidade.

A postagem, que aqui foi dividida em duas imagens para visualização do texto e do engajamento dos seguidores, trouxe também imagem de uma família, o que sugere o intuito de atingir o público emocionalmente, buscando sentimentos de identidade e familiaridade com seus conterrâneos. Pode-se ainda sugerir a busca pela humanização da postagem. Confira nas imagens abaixo:



Imagem 1: Print da Fanpage da Prefeitura de Gurupi-TO

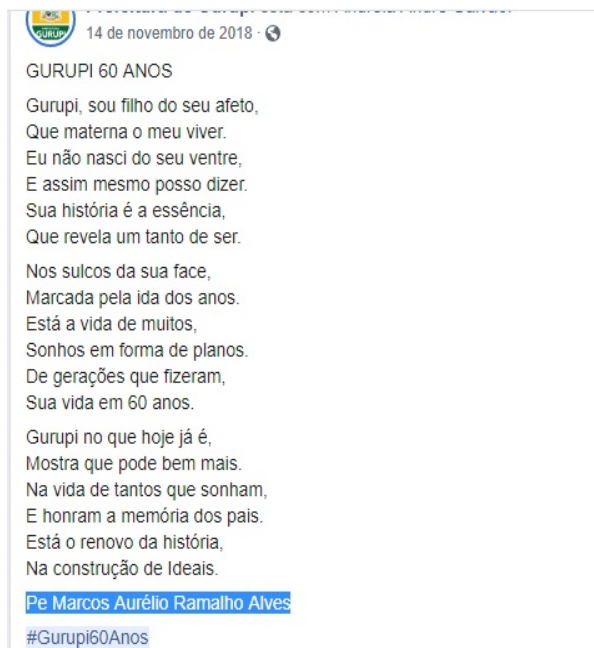


Imagem 2: Print da Fanpage da Prefeitura de Gurupi-TO

Publicada também no dia do aniversário do município, 14 de novembro, a postagem abaixo, com 41 curtidas, trouxe vídeo de registro do show da dupla brasileira Rick e Rangel, ocorrida na noite anterior ao aniversário. A postagem recebeu 11 compartilhamentos, número aparentemente inexpressivo, mas que se destacou dentro do conjunto de postagens do período analisado, sendo o segundo maior registro de compartilhamento do período.

A apresentação da dupla rendeu outras postagens, sobretudo de reforço da data do show, como parte da programação do aniversário. Além de vídeo, foi feita postagem de galeria de fotos da apresentação da dupla. Importante destacar que a programação foi divulgada na Fanpage do município, sem inserção do link da matéria do site, o que poderia ter levado o público ao site da Prefeitura, no intuito de potencializar o acesso. Das 22 postagens realizadas no período de 9 a 18 de novembro, quando ocorreu a programação, apenas 7 foram realizadas com a inserção do link. E destas, 4 foram referentes a outros assuntos, como entrega de obras. Veja figura abaixo:



Imagem 3: Print de postagem da fanpage da Prefeitura de Gurupi-TO

Outra postagem que se destacou, com 45 compartilhamentos, o maior número dentre o material analisado, trouxe vídeo comemorativo aos 60 anos do município. A mídia destaca o “crescimento” da cidade, com depoimento de cidadãos gurupienses, o que traz um tom de pertencimento. Com imagens panorâmicas, o vídeo divulga ainda imagem de obras, além de um paisagismo diferenciado, com a frase “Gurupi capital da amizade”. Novamente, pode-se perceber que a imagem do cidadão gurupiense, de famílias, de sujeitos felizes morando na cidade, foi utilizada.

É válido ressaltar que o critério de proximidade foi utilizado, no intuito de atingir as emoções do público seguidor. Se um fato ocorre perto do indivíduo, é mais provável que ele se interesse pela notícia, pela publicação desse fato. Sendo assim, veicular a imagem dos cidadãos, além de tornar possível sentimentalizar a recepção da notícia, pode envolver o público/seguuidor, fazendo-o perceber que aquela notícia é importante por acontecer perto dele, por fazer parte do seu território. Como afirma

Erbolato (2004, p. 61): “A *grande arma dos jornais do interior e dos semanários comunitários é a divulgação dos fatos que ocorrem perto do leitor e a ele ligados.*” Conforme imagem abaixo:



Imagem 4: Print de postagem da fanpage da Prefeitura de Gurupi-TO

É importante destacar que as mídias comandadas pela Assessoria de Comunicação de uma Prefeitura podem se enquadrar nessa concepção de jornalismo local mencionada por Erbolato (2014). A rotina de produção do material jornalístico, seja ele veiculado no endereço eletrônico oficial da gestão, seja publicizado na rede social do município, deve se pautar sobretudo no que importa ao cidadão, com prestação de contas, transparência e serviços públicos. Nesse ponto, os valores-notícia já mencionados anteriormente se tornam essenciais como propulsores da produção jornalística de assessorias de comunicação de gestão pública.

Conclusão

Uma data comemorativa de aniversário pareceu-nos um bom recorte temporal para avaliar como as pautas da Assessoria de Comunicação de Gurupi-TO foram produzidas, ou seja, como os critérios de noticiabilidade impactaram ou não a produção das matérias, seja na publicação no site da gestão municipal, seja na repercussão desse material na fanpage do município. Além disso, importou-nos conhecer quais desses critérios tiveram maior influência durante o período de comemoração dos 60 anos da cidade.

Das 22 postagens realizadas na Fanpage do município, 11 tiveram imagens e 7 foram feitas com vídeo. Portanto, o recurso visual de fotos e vídeos foi explorado, atendendo a uma característica da rede social Facebook- que não difere de outras redes sociais, como o Instagram-, que se alimenta de material audiovisual e, por meio dele, consegue atingir o público e incitar engajamento e interação.

De acordo com a análise, foi verificado que a Assessoria de Comunicação da Prefeitura de Gurupi não repercutiu na íntegra todo o conjunto de matérias produzidas com a temática do aniversário da cidade na Fanpage da gestão. Com isso, o público que acompanha a rede social do município, utilizando a plataforma como única fonte de informação sobre a gestão correu o risco de não ter acesso a outros conteúdos. O que foi percebido é que a Fanpage ficou mais direcionada para as postagens de convite para os eventos e, mesmo as matérias de cobertura das ações e serviços realizados no período de comemoração de aniversário, por exemplo, não foram repercutidas em sua totalidade na Fanpage.

A análise apontou ainda que os valores-notícia mais utilizados foram proximidade, relevância e interesse pessoal, critérios que consideramos básicos para que uma assessoria de comunicação de um órgão de gestão pública utilize em sua rotina de produção de matérias. O cidadão tende a se interessar por aquilo que é próximo a ele, que ocorre em seu território, pois pode impactar diretamente sua rotina, sua vida, pela relevância do fato, ou seja, a consequência dos serviços e das ações executados pela gestão municipal vai

ser sentida pelos cidadãos, porque eles vivem na cidade, lugar onde as decisões do poder público municipal têm impacto direto.

Acreditamos que o presente artigo possa contribuir com análise de outras gestões, tanto da esfera municipal, como da estadual e federal, a fim de avaliar como a produção noticiosa é determinada e selecionada pelas assessorias de comunicação de órgãos públicos. O foco em rede social, no caso deste artigo, no Facebook, teve o intuito de analisar se a fanpage abarcava toda a produção do site da gestão municipal de Gurupi ou se havia uma seletividade de temáticas para a repercussão dessas matérias na rede.

O que foi constatado é que não houve, no período analisado, a íntegra na repercussão dessas matérias, ainda que a análise tenha sido realizada em um período festivo de aniversário da cidade, momento em que os cidadãos tendem a se envolver nas redes com mais engajamento, devido ao caráter emotivo e de pertencimento que a data possa provocar ou não nos seguidores.

Referências

- ERBOLATO, L. Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. São Paulo: Editora Ática, 2004.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceito, escolas e tendências**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.
- MORAES, Dênis de. O concreto e o virtual. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2001.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006
- TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999a.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Portugal: Editorial Presença, 1999.

Capítulo 5

A reforma da previdência e o mercado financeiro: linguagem simbólica, frames e o posicionamento dos portais de economia e finanças do Brasil

*Romário Rocha do Nascimento*¹

*Rogéria Martins Costa*²

1. Introdução

Linguagem, notícia, público e efeitos da mídia. Muitos estudiosos estudam as mídias e seus meios de produção e influência, outros, como Michael Foucault estudou a linguística como ferramenta de comunicação. Mudam-se os tempos, os meios de divulgação da notícia e até evoluem as estruturas sociais e econômicas, contudo é pertinente avaliar as mudanças e inúmeras variações presentes na ação de informar e comunicar.

A linguagem, por exemplo apresenta uma performatividade importante na produção da notícia, pois indica diferentes interpretações, diferentes visões e partem de representações de interesses de classes sociais. Para Bourdieu (1982) a palavra tem uma magia de ordem que pode ser difundida por aquele que fala e aceita por aqueles que acreditam. A construção da notícia até chegar ao ponto de influência, apresenta um performatividade de palavras, que em conjunto tem o poder de influenciar, informar e comunicar. Muitos desses poderes são estudados dentro de teorias clássicas da

¹Administração de empresas (UFT). MBA executivo em Gestão de Negócios (Esalq-USP). Mestrando em Comunicação e sociedade PPGCOM-UFT.

²Comunicação social com habilitação em jornalismo (UFT). Mestranda em Comunicação e Sociedade PPGCOM-UFT.

comunicação. Jill e Meirick (2007) mesmo refletem que quando se pesquisa sobre linguística é possível encontrar um grande acervo de estudos que as associam as palavras aos efeitos provenientes da agenda setting e enquadramentos noticiosos (frames), por exemplo.

Na produção da notícia pode se ver muito da construção de quadros, por meios da conjunção ou configuração de termos que falam por si só. Durfee (2002) escreve sobre a linguagem de compreensão e desentendimento sobre a construção da notícia e a construção social da realidade. A autora afirma que essa contração, por meio do jornalismo pode ser perfeitamente analisada ou respondido por meio da sociologia. Esses estruturação dada por Durfee (2002) é um processo simbólico que individualmente incrementam a injeção de significação da realidade das coisas, como explica Berger (1985).

A mídia especializada tem o poder de influência na qual é construída mediante jogo de palavras e termos. No jornalismo econômico muitas das vezes as informações são moldadas com a intenção de influenciar os investidores do mercado financeiro. Nesse impasse, a mídia usa de termos específicos com associação de palavras positivas ou negativas que induzem o público do mercado acionário ao tratarem de temas econômicos relevantes, como Inflação, PIB, Economia, Dólar, Eleição e Reforma da Previdência.

Em evidência no estudo se antepõe ao tema econômico de relevância, chamada a reforma da previdência, iniciada formalmente ainda no início do Governo Temer, em 2016, ganhado maior notoriedade em 2018 nos conflitos de ano eleitoral. Dessa forma, o presente estudo busca investigar sobre o posicionamento dos portais de mídia especializada de economia e finanças do Brasil sobre reforma da previdência, através da linguagem simbólica e frames noticiosos das publicações divulgadas no ano de 2018. Para a pesquisa, construiu-se um corpus com 117 publicações *online* divulgadas pelos sites *Investing*, *Infomoney* e *Valor Econômico*. Ambos os sites apresentam grande número de acessos únicos mensais com 5.66m, 10.04m e 18.86m, respectivamente.

Utiliza-se no estudo o agrupamento de textos e suas linguagens sobre as notícias, bem como os enquadramentos noticiosos. Reporta-se ainda as literalidades de análises conceituais de conteúdos intensificados nas funções estruturais do jornalismo econômico e das finanças, com a apresentação de três representações linguísticas ou categorias de análise: i) otimismo; ii) pessimismo e; iii) expectativa. A construção da performatividade dos termos, são aceções consideráveis sobre a ótica linguísticas na qual defende Michael Foucault sob a inferência de simbologias das palavras e discursos na construção da realidade. A manifestação do efeito do real que efetua os termos produzidos pelo jornalismo econômico é assimilada por variações positivas ou negativos dentro do mercado financeiro. A análise estatística da performatividade das palavras, enquadramentos e posicionamento dos portais de notícias puderam ser comparados a resultados na B3 (Ibovespa) nos dias das publicações especificadas, como forma de se observar qual site mais seguiu o movimento do mercado.

2. Pressupostos teóricos

Linguagem simbólica e teorias de Frame: produzindo o efeito do real

Os enquadramentos (frames) tem um poder invisível de influenciar as pessoas. Muito dos estudos sobre enquadramentos, partiram do pressuposto de analisar sobre a influência dos enquadros, relacionados à política, a economia, a sociedade e aos riscos. Para Brewer, Graf e Willna (2003, p. 469) os frames são “quadros de notícias que associam explicitamente uma questão específica a uma noção específica e sugerem uma implicação de avaliação para essa associação”. Nessa máxima, os frames possibilitam a associação de possibilidades que fazem com que as pessoas possam pensar sobre um determinado assunto, por meio do processo de enquadramentos. Já Entman (1993) explica que os enquadramentos compõem uma estrutura que define problemas, diagnostica as causas,

possuem efeitos e podem oferecer tratamentos aos problemas supracitados.

Muitos estudos teóricos tentam, por meio da literatura, desvendar uma análise de conceituação dos enquadramentos por assemelhar-se com outros pressupostos, como a *agenda setting* e o *priming*. Zhoui e Moy (2007) mesmo perceberam através de seus estudos teóricos, que frames é mais levado para esquemas que envolvem questões específicas de um determinado assunto, enquanto as outras configurações (*agenda setting* e o *priming*) são tratadas como acepções inerentes e conectadas. Os preceitos das três teorias podem divergir em alguns aspectos, todavia apresentam uma máxima em comum: o efeito.

Sobre as teorias de efeito, Bourdieu (1982, p. 82) argumenta que parte de uma forma de ser ver o mundo, ou maneira de fazer a realidade desse mundo, como a “palavra, ou a fortiori, o ditado, o provérbio e todas as formas estereotipadas ou rituais de expressão”. Durfee (2002) explica em seus estudos sobre os efeitos que a mídia pode proporcionar e elenca três forma na qual podem acontecer: “Os efeitos da mídia podem ser cognitivos (afetando pensamentos ou aprendizado), afetivos (afetando atitudes e emoções) ou comportamentais (afetando o comportamento)”. Por isso é considerável que o autor da comunicação e informação apresenta interesses eminentes quando passar a mensagem, com o intuito de influencia o público em uma das três formas apresentadas pela autora.

O jornalista, por exemplo, tem um papel fundamental na produção dos textos, pois na maioria das vezes são produzidos com respaldo intencional. Van-Gorp (2005) mostra que o enfoque dos enquadrados podem medir o posicionamento da mídia em relação a determinado assunto quando constroem e reconstroem quadros de performativos intencionais. Algumas das acepções que corroboram essa premissa são apresentadas por D’Angelo (2002) quando exemplificou sobre o papel dos jornalistas e sua influência sobre a construção da realidade por meio da notícia. Na atuação performática da linguagem, termos e símbolos, o autor reflete sobre a formação dos quadros que geram inúmeras interpretações e

conhecimento para os indivíduos, por meio da audiência de opiniões e interpretações. Por esse motivo D'Angelo (2002) defende sobre os paradigmas múltiplos dos enquadramentos, uma vez que são abordagens diferentes, mas interconectadas.

A palavras possuem um poder extraordinário dentro da produção da notícia. A performatividade das mesmas, configurando-se em sistemas organizados de comunicação e informação por parte do porta-voz (jornalista), busca divulgar a notícia para aqueles que a desejam. Sobre a afirmação, Bourdieu (1982) escreve que as palavras tem um poder incrível sobre a construção daquilo que se deseja informar, por meio do porta-voz. A linguagem é fundamental para lógica que paira sobre o mundo social, por apresentação de legitimações como instrumento principal (BERGER; LUCKMAN, 1985).

A configuração da performatividade das palavras entra em um significado mais amplo de significado simbólico através da linguagem. A linguagem faz com que as coisas se “escondam ou se manifestem” uma vez que as palavras tem o poder de fazer com que os homens decifrem as coisas (FOUCAULT, 1982, p. 47).

Os significados da mensagem, sejam eles positivos ou negativos, partem de uma construção simbólica extraída de sistemas simbólicos de referência, o qual é discutido amplamente dentro da sociologia (JUNQUEIRA, 2005). Sobre a inferência de sistemas simbólicos na sociologia se observa a contribuição de Bourdieu (1989), que os classificou como sistemas estruturados que influenciam na difusão da comunicação e conhecimento e na divisão de classes de dominantes e dominados. Na condição que apresenta Bourdieu é possível validar a influência do poder simbólico que as palavras podem prover, a partir da produção de bens simbólicos³ produzidos pela mídia.

³[...] O sistema de produção e circulação de bens simbólicos define-se como o sistema de relações objetivas entre diferentes instâncias definidas pela função que cumprem na divisão do trabalho de produção, de e produção e de difusão de bens simbólicos. O campo de produção propriamente dito deriva sua estrutura específica da oposição – mais ou menos marcada conforme as esferas da vida intelectual e artística – que se estabelece entre, de um lado, o campo de produção erudita enquanto sistema que produz bens culturais (e os instrumentos de apropriação desses bens) objetivamente destinados (ao menos a curto prazo) a um público de produtos de bens culturais que também

Existe um encontro na literatura entre o que trata Bourdieu sobre o poder simbólico e a análise de enquadramento noticioso. Bourdieu propõem que o poder simbólico seja analisado, através das estruturas e separadamente. Nas mesmas acepções é dada ao enquadramento como forma de análise, quando se analisa os quadros performáticos das notícias.

Estudos anteriores

Nizer e Nievola (2012) ao fazerem um estudo com 32 papéis de investimento brasileiro e 2552 notícias puderam afirmar que as mesmas produzem impactos consideráveis nos preços negociados. Já nos estudos de Li et al., (2014, p. 839) foi possível analisar em três sites de economia e finanças, que as notícias sobre os ativos “podem enriquecer o conhecimento dos investidores e afetar suas atividades de negociação” e que “o impacto da mídia nas empresas varia de acordo com as características da empresa e o conteúdo do artigo”.

Com a predominância performática de termos e palavras de otimismo e pessimismo nas notícias, as reflexões das mesmas podem ocasionar variações no comportamento dos investidores. Galdi e Gonçalves (2018), por exemplo estudaram sobre o pessimismo das notícias de economia e finanças no Brasil, a partir da análise de editoriais do Jornal Valor Econômico e pode constatar, através da performatividade da palavras, que o pessimismo tem alto recorte para palavras, como prejuízo, desconto, déficit, baixo e corte, espera, risco, expectativa, enquanto o otimismo estava associado a termos como, desenvolvimento, crescimento, investimentos, confiança e ganho. Para o autor a negatividade ou positividade vem da análise de sofrimento estudadas, por evidências psicológicas e caracterizada dentro do estudo de finanças comportamentais, na qual tem a mídia como um dos principais pontos de influência.

produzem para produtores de bens culturais e, de outro, o campo da indústria cultural especificamente organizado com vistas a produção de bens culturais destinados a não produtores de bens culturais (“o grande público”) que podem ser recrutados tanto nas frações não intelectuais das classes dominantes (“o público cultivado”) como nas demais classes sociais (BOURDIEU, 2007, p. 105).

Silva (2017) também estudou sobre o posicionamento do pessimismo e otimismo na construção da notícia, por meio das palavras em 45.304 publicações do Jornal Valor econômico. O autor constatou como palavras positivas de otimismo crescimento, desempenho, ganhos, positivo, valorização, enquanto algumas palavras negativas de píssimo foram risco, dívida, crise, contra perdas, riscos. O mercado de ações é influenciado pelas notícias e a forma como elas são interpretadas. A movimentação dos valores acionários é nitidamente influenciada pela lógica da notícia lançada ao mercado.

Galdi e Gonçalves (2018) estudaram sobre a métrica do *tom* (teor positivo ou negativo) textual nas edições do jornal valor econômico entre os anos de 2012 e 2016 com a perspectiva de verificar sua influência na rentabilidade e rentabilidade dos índices do mercado financeiro. Como resultados foi possível identificar que palavras negativas e de teor de “incerteza” tem relação positiva com a volatilidade e negativa com rentabilidade, respectivamente.

Jornalismo econômico e produção simbólica no mercado financeiro

Mercado financeiro é um sistema operativo, regulamentado pelo subsistema normativo na qual é constituído de empresas e instituições financeiras públicas e privadas (CAVALCANTE, 2009). Nesse mercado, pessoas físicas e empresas negociam ativos de empresas selecionadas com o objetivo de se ter rendimentos.

O público do mercado financeiro é movido a comunicação e usam publicações de jornais, especialmente online onde há maior variação de notícias para estarem cientes sobre o movimento do mercado. O jornalismo econômico é o que move as publicações presentes nos portais de economia e finanças de todo o mundo e seu poder de influência tem uma representação extremamente importante.

O jornalismo econômico usa o poder simbólico para incitar a produção de bens como parte da influência. “O poder simbólico é, com efeito, esse

poder invisível o qual só poder ser exercido com a cumplicidade daqueles que não quem saber que lhe estão sujeitos ou menos que exercem” (BOURDIEU, 1989, p. 07). Para Bourdieu o poder simbólico pode ser comparado a um poder quase que mágico que exerce poder de aquisição que só é conseguido por meio da força e é muito reconhecido para ser ignorado. É possível levar em consideração essas acepções através do conhecimento científico, onde os bens, o poder e a simbologia são envolvidos na construção de quadros noticiosos, por meio da linguagem na produção da notícia.

Bourdieu (1982, p. 99) escreve que “a ciência social deve levar em conta o fato da eficácia simbólica dos ritos de instituição, ou seja, o poder que lhes é próprio de agir sobre o real ao agir sobre a representação do real.” Assim, o poder simbólico é tratado por Bourdieu como um instrumento de dominação que moldam as linhas de hierarquização. Dessa forma é pertinente afirmar que o jornalismo econômico exerce poder sobre os investidores, os quais mesmo tendo breve conhecimento sobre os fatos se deixam influenciar pela onda do mercado. Na mesma perspectiva o autor ainda colabora sobre a proatividade dos vocabulários que pode indicar força de duplo sentido.

Para Kucinski (2007), a produção do jornalismo econômico requer teorias econômicas e possuem fatos e episódios singulares que precisam serem interpretados a luz das leis e relações econômicas. Contudo, muitas vezes o discurso de mídia de economia/política estereotipados, como forma de habilidade comunicativa do jornalismo econômico, são direcionados para imposição de afetar - negativamente ou positivamente - o mercado financeiro, através de ressalvas de contraposições políticas e econômicas.

Para Tuchman (1993, p. 75) “os jornalistas invocam os procedimentos e rituais para neutralizar potenciais críticas e para seguirem rotinas confinadas pelos limites cognitivos da racionalidade”. Contudo, não é apenas esses contextos ligados ao promocionalíssimo que rege a posição do jornalista, pois além de tudo há o interesse, o desconhecimento das coisas econômicas e até mesmo o interesse pessoal. Durfee (2002) já especifica que os jornalistas usam textos com interpretações legitimadas para manter

uma associação a objetividade, na qual muitas vezes pode ser percebida com a ajuda dos enquadramentos na construção da mensagem, pois sabem que a mesma tem uma predominância de causa e efeito.

Muitas dessas acepções são inerentes aos estudos da sociologia, que através da sociologia do conhecimento buscam compreender a relação dos processos humanos até se chegar a um conhecimento que pode ser dominado de realidade (BERGER; LUCKMAN, 1985). Sobre esse conhecimento Bourdieu busca enfoque na construção conceitual dos sistemas simbólicos, que nada mais é do que estruturas estruturadas articuladas pela *habitus*⁴ e que moldam poder de conhecimento (JUNQUEIRA, 2005).

Reforma da previdência em foco

A Previdência Social teve seus primeiros vestígios de debate em 1923 com a Lei Elói. Porém, apenas em 1964 foram criadas as primeiras formulações do sistema previdenciário brasileiro. Na Constituição Federal de 1988 o direito a seguridade social é amplamente difundido em seu art. 194 onde estabelece do poder público e sociedade as ações destinadas a saúde, previdência e assistência. “A Previdência Social, ao lado da Saúde e da Assistência Social, forma a seguridade social, que é a política de proteção integrada do fundamento da República Federativa do Brasil da Cidadania” (OLIVEIRA; SANTOS; PARANHOS, 2012, p. 13).

De acordo com Ministério da Fazenda existem três regimes previdenciários no Brasil: O Regime Geral de Previdência Social (RGPS) que é administrado pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) destinado aos trabalhadores da iniciativa privada; Os Regimes Próprios de Previdência Social (RPPS) destinado aos servidores públicos e; Regime de Previdência Complementar que é de natureza facultativa e capitalizada.

A previdência social e os presente regimes que se compõem sempre tem sido alvo de debate devido a crescente onda de desejos por uma reforma. No

⁴ [...] o *habitus*, como indica a palavra, é um conhecimento adquirido e também um *haver*, um capital (de sujeito transcendental na tradição idealista), o *habitus*, a *hexis*, indica a posição incorporada, quase postural - mas sim o de um agente em ação [...] (BOURDIEU, 1989, p. 61)

ano de 2016 entrou em evidência a formalidade da apresentação de uma nova proposta onde se propunha mudanças no sistema previdenciário brasileiro no então Governo Temer. A nova proposta foi enviada no período, com a Emenda Constitucional (PEC no 287/2016), pelo poder Executivo. Essa Emenda buscava princípios que formassem propostas de uma nova previdência no Brasil (CONSTANZI et al., 2018). A Emenda “altera os arts. 37, 40, 109, 149, 167, 195, 201 e 203 da Constituição, para dispor sobre a seguridade social, estabelece regras de transição e dá outras providências” (BRASIL, 2016). A PEC foi aprovada pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara e chegou à Comissão Especial em 09-02-2017, com alterações, contudo não houve prosseguimento.

Em 2018 a discussão entorno da previdência gerou grandes debates pautados por estudos econômicos que reforçavam a premissa da necessidade de uma reforma. Alguns dos pontos de pauta eram os números do déficit total da União (privado, público e militares) que ultrapassam 264 bilhões ([Agência Câmara Notícias](#), 2019).

No período, o objetivo do Governo era claro: barrar o déficit da previdência. Contudo a questão entrou em conflito. De um lado, a oposição que repudia a reforma e do outro, aqueles que se manifestam a favor. Dentre outras propostas estão: “aumentar o tempo para se aposentar, limita o benefício à média de todos os salários, eleva as alíquotas de contribuição para quem ganha acima do teto do INSS (e estabelece regras de transição para os atuais assalariados.” ([Agência Câmara Notícias](#), 2019).

O mercado financeiro é uma das instituições do campo econômico que defendem a reforma da previdência. Para o mercado, a reforma da previdência é vista como dispositivo, onde empresários e investidores veem a oportunidade de crescimento econômico do país e também o crescimento das empresas, especialmente listadas da Bolsa de valores. Essa aceção vai em contato com a prerrogativa do poder econômico e de interesse do poder político das classes. O Governo pretende economizar com a reforma e expandir as chances de investimentos estrangeiros. Essa prerrogativa cria uma euforia dos mercados, apesar de muitos apresentarem

uma contestação de “falsa reforma” e justificarem que a população mais pobre pagará pelos mais ricos.

Em qualquer portal de notícias econômicas e financeiras a reforma da previdência é tratada como a principal saída para conter a crise econômica que se estabeleceu no Brasil. Na linha de defesa, os portais de economia ressaltam os aspectos negativos do atual sistema previdenciário. Em alguns recortes do jornalismo econômico e das finanças, nota-se enquadros como os apresentados no Quadro 01.

Quadro 01. Matéria do jornalismo econômico em 22 de janeiro de 2018

As distorções na previdência que mostram o quanto uma reforma é essencial para o Brasil

[...] de acordo com dados da Secretaria da Previdência, quem se aposenta por tempo de contribuição, sem idade mínima, costuma ter 54 anos em média e, de acordo com o IBGE, após completar essa idade, os brasileiros costumam viver mais 27 anos.

As pessoas recebem benefícios que ficam entre o salário mínimo de R\$ 954 e o teto do INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) de R\$ 5.645,80. Só para pagar esses valores a quem se aposentou antes dos 60 anos, o governo tem uma despesa de menos R\$ 4,1 bilhões por mês, considerando que todos recebem o benefício mais baixo.

Fonte: Infomoney (2018).

O Quadro traz um texto técnico informativo, com a predominância de enquadros negativos sobre os dados da atual previdência. O Texto apresenta, como suporte a relevância da Secretaria da Previdência, bem como do Instituto Nacional do Seguro Social.

No Quadro 02, outro exemplo mostra uma preocupação eminente sobre uma possível falha no prosseguimento da nova reforma da previdência.

Quadro 02. Matéria do jornalismo econômico em 12 de dezembro de 2018

Reforma da Previdência é urgente e necessária, reafirma Guardia

O ministro da Fazenda, Eduardo Guardia, disse hoje (12) que o problema fiscal do país só se resolve enfrentando o aumento dos gastos públicos, acrescentando ser necessário e urgente aprovar a reforma da Previdência.

[...] além de reduzir os gastos públicos, o ministro disse que a reforma tem o objetivo de fazer “justiça social, porque hoje existem regras desiguais” para os setores público e privado.

Fonte: Investing (2018).

No Quadro apresenta-se um reforço de “vozes” onde o texto econômico direcionado ao mercado financeiro reforça a importância de uma nova reforma com a prerrogativa de uma necessidade eminente para conter os aumentos dos gastos públicos e promover a justiça social.

Atualmente muitos dos pontos negativos provenientes de uma não reforma são amplamente difundidos nos portais de economia e finanças. Algumas das pautas são os gastos extraordinários, economia, assim como dados demográficos, sobre a idade, tempo de atividade, perspectiva de vida do brasileiro e aumento da população.

3. Percursos metodológicos e base de dados

Em uma linha evolucionária do jornalismo é pertinente apresentar o formato digital como uma realidade da evolução tecnológica. O “digital” representa a ascensão e a consolidação de formas de ação social em rede facilitadas por inovações tecnológicas. Diferente do jornal impresso, o jornal digital apresenta uma característica peculiar, chamada de multimídia, que são apresentações de textos, diagramas, vídeo e áudio (MACIEL, 2011). Todos os recursos são usados com a intenção de informar, comunicação e até influenciar os internautas.

Os portais também apresentam outra característica peculiar: a classificação. Muitas deles são voltados especificamente para blogs de saúde e beleza, comidas, lazer, compras, entretenimento e notícias. Esses últimos apresentam outras subclassificações, como econômica, política, negócios e finanças. Diferente do impresso, a relevância dos portais é medida por engajamentos ou acessos únicos mensais, através do procedimento de análise *web analytics*⁵. A avaliação dos portais *websites* pode conter várias variáveis de análise, como tempo de acesso, conteúdo e ranking.

No Quadro 03 foram elencados alguns dos portais de economia e finanças com maior número de acessos únicos mensais.

⁵ “*Web Analytics*”, trata da análise do comportamento dos visitantes e do tráfego de um Web site. As organizações tem interesse em analisar o tráfego para saber se o seu Web site, blog ou fanpage está atraindo visitantes e se os investimentos realizados terão o retorno esperado (OKADA, 2011, p. 114).

Quadro 03 - *Web Analytics* – Portais de economia e finanças

| Portal/Economia e finanças | Ranking Brasil | Visitas únicas (mês) | Temp. acesso | Pesquisa direta | Interesse/ Composição | Similar |
|--|----------------|----------------------|--------------|-----------------|-------------------------|---|
| economia.uol.com.br | 114 | 22.42m | 00:06:24 | 29.96% | Notícias e mídia | infomoney valoreconomico moneytimes |
| infomoney.com.br | 134 | 18.86m | 00:09:57 | 34.17% | Finanças e Investimento | moneytimes advfn moneytimes |

Fonte: Similarweb.com; Alexa.com (2019)

*Nota: Os dados variam constantemente de acordo com o fluxo de dados dos sites

De acordo com a classificação do Similarweb.com e Alexa.com os sites de economia e finanças estão dentro de uma categoria maior, chamada “*Finance*”. Dentro, os portais se classificam como “*Financial Marketing Website*” que apresenta conteúdo mais técnico, financeiro e de investimento, voltados ao mercado acionário, como é o caso Infomoney; e o “*Web Business News*” com notícias mais amplas sobre economia, política e negócios, como o Uol Economia.

O mundo virtual é um centro de documentação que auxilia pesquisadores através de arquivos, bibliotecas e acervos em suas pesquisas por meio de websites (CAVALCANTI, 2017). O estudo inicia em uma pesquisa documental, onde foram selecionadas publicações dos três dos principais portais de cobertura financeira, economia e política do país. Por acessibilidade de conteúdo, foram selecionados dois portais classificados como *Financial Marketing Website* (Infomoney e Investing) e uma portal *Web Business News* (Valor Econômico).

Como proposto por Carvalho e Vergara (2002), o desenvolvimento da pesquisa partiu da: (i) construção do referencial teórico; (ii) pesquisa documental (iii) análise dos dados e; (iv) redação, por meio de análise descritiva. Para construção do *corpus*, utilizou a prerrogativas da pesquisa de Flick (2009), que parte da: i) material; ii) seleção; iii) análise. Compreende-se que a construção do *corpus* envolve o período de análise do ano de 2018, sendo esse um corpo de representação política, donde estabelece o ano de eleição, sendo ano de variações conflituosas.

Ao todo foram selecionadas 36 publicações do Infomoney, 40 do Valor econômico e 41 do Investing. As reportagens foram apresentadas mediante pesquisa intencional de termo “reforma da previdência” da barra de busca dos portais. As publicações selecionadas foram escolhidas por conteúdo, onde foram priorizadas as publicações que tinham a “reforma da previdência” como pauta principal, sendo desconsideradas citações avulsas sobre.

A trajetória da análise de forma descritiva inclui o enquadramento noticioso e a contagem de palavras de relevância. A construção do *corpus*, tanto para contagem de palavras quanto para análise de enquadramentos presume da prerrogativa de três categorias de análise: *otimismo*; *pessimismo* e; *expectativa*.

O agrupamento de textos em “*formato txt.*” e a contagem de palavras presentes nas publicações foram analisadas por meio do provedor “*linguistica.insite*”. Por evidência foram desconsiderados artigos (a, e, i, o, u) e outras palavras que não se apresentam nas condições de análises apresentadas: otimismo, pessimismo e expectativa. Após, os resultados foram analisados de forma descritiva pelo programa *IBM SPSS*, onde foi possível extrair a frequência de palavras por meio da fórmula:

$$(f) = \frac{F}{n}$$

Frequência absoluta (F ou Fi)

Quantidade de dados (n ou N)

Frequência relativa (f)

Os enquadramentos foram identificados mediante análise dos textos jornalísticos apresentados, na qual se apresenta no quadro técnico informativo da seguinte forma:

Quadro 04 – Enquadramentos e significados analisados

| Categoria de análise | Significado | Enquadramentos mais comuns |
|-----------------------------|--|--|
| Otimismo | Enquadramentos e posicionamentos positivos do mercado e do jornalismo econômico em relação a reforma da previdência | “governo está otimista” “defesa da proposta” “importância da reforma” “acordo entre parlamentares” “agiliza negociações” “governo articula” “recebe apoio” |
| Pessimismo | Enquadramentos e posicionamentos negativos do mercado e do jornalismo econômico em relação a reforma da previdência. | “reforma preocupa governo” “pessimismo do governo” “preocupação com andamento da reforma” “negociações seguem com problemas” “reforma da previdência ainda é incerta” “reforma enfrenta crise” “poucos votos ameaçam a reforma da previdência” |
| Expectativa | Enquadramentos e posicionamentos estáveis mercado e do jornalismo econômico em relação a reforma da previdência. Geralmente guiados pela aceção de processos futuros da reforma. Não enquadra em pessimismo ou otimismo. | “pauta sobre a reforma é adiada” “reforma volta a ser discutida próximo mês” “governo deve adiar negociações com deputados” “proposta pode ser avaliada novamente” “possibilidade de sofrer mudanças” |

Fonte: autores (2019), a partir da análise prévia de palavras e termos

Por meio da análise foi possível verificar o posicionamento dos portais em uma das três categorias de análise. Ao mesmo dia da notícia, foi analisado os efeitos/reações do mercado financeiro no Site da B3 (BM&F Bovespa). A variação gráfica da bolsa de valores foi analisada por meio de duas variáveis: (i) variação e (ii) volume. Os dados quantitativos foram indexados em um histograma, calculado com série de blocos de Scott:

$$Int(\sqrt[3]{2n}).$$

Por meio desse método foi possível categorizar os dias em destaque e identificar na linha do tempo, se os efeitos de representações de otimismo, pessimismo e expectativa presentes nas notícias dos sites também seguiram o movimento do mercado.

4. Resultados da pesquisa

Análise de palavras (*term weighting*)

A sequência de resultados apresenta um conjunto de análises estatísticas descritivas dos dados coletados na pesquisa. Em um primeiro

momento, a frequência de palavras, ou análises de palavras (*term weighting*) que integram as correspondências múltiplas de análises de categorias: otimismo, pessimismo e expectativa.

Tabela 01. *Term Weighting* - Infomoney

| Infomoney | Palavras | Frequência absoluta (Fi) | Frequência Relativa (f) |
|-------------|---------------|--------------------------|-------------------------|
| Otimismo | Aprovar | 18 | 0,170% |
| | Crescimento | 14 | 0,120% |
| | Acordo | 12 | 0,110% |
| | Importante | 11 | 0,111% |
| Pessimismo | Contra | 7 | 0,063% |
| | Crise | 6 | 0,056% |
| | Problema | 6 | 0,054% |
| | Reduzir | 6 | 0,054% |
| Expectativa | Possibilidade | 13 | 0,110% |
| | Deve | 10 | 0,090% |
| | Apesar | 09 | 0,080% |
| | Plano | 06 | 0,054% |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Nota*: Análise feita com auxílio SPSS de 36 publicações e frequência em relação percentual de 11.132 palavras.

As palavras apresentadas no Quadro possuem enquadros **otimistas**, **pessimistas** e de **expectativas**, na qual são associados a palavras-chaves ou comuns nas publicações do jornalismo econômico. É pertinente afirmar que a formação de pares ou trios de palavras é comum e que, consequentemente, formam enquadramentos quando associados as seguintes palavras: reforma (1,34%); governo (0,83%); proposta (0,69%); presidente (0,59%); aposentadoria (0,28%); economia (0,27%); mercado (0,18%). As palavras de otimismo apresentam maior representatividade na análise de palavras do Portal Infomoney.

Na Tabela 02 a análise de palavras mais frequentes nas publicações do Jornal Valor Econômico, considerando três categorias de análise.

Tabela 02. *Term Weighting* - Valor Econômico

| Valor econômico | Palavras | Frequência absoluta (Fi) | Frequência Relativa (f) |
|--------------------|---------------|--------------------------|-------------------------|
| Otimismo | Crescimento | 24 | 0,180%, |
| | Aprovar | 22 | 0,170%, |
| | Apoio | 19 | 0,140%, |
| | Aumentar | 12 | 0,090% |
| Pessimismo | Gasto | 21 | 0,095% |
| | Problema | 13 | 0,160% |
| | Crise | 09 | 0,650% |
| | Contra | 08 | 0,590% |
| Expectativa | Pode | 34 | 0,250% |
| | Deve | 34 | 0,200% |
| | Prazo | 28 | 0,130% |
| | Possibilidade | 17 | 0,110% |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Nota*: Análise feita com auxílio SPSS de 40 publicações e frequência em relação percentual de 13.662 palavras.

As palavras mais comuns em relação a reforma na categoria de análise de **otimismo** foram “crescimento” “aprovar” “apoio” “aumentar”, enquanto para **pessimismo** houve maior assimilação para palavras como “gasto” “problema” “crise” “contra”. Já em **expectativa**, as palavras “pode” “deve” “prazo” e “possibilidade” foram as que mais se destacaram. A predominância das palavras foi de encontro a outras palavras relevantes dos textos jornalísticos, como: reforma (1,36%); Governo (1,07%); presidente (0,65%); proposta (0,35%) e economia (0,28) de frequência relativa. As palavras de teor **expectativa** foram as que mais apresentaram frequências nas publicações do portal Valor Econômico.

Na Tabela 03, os resultados pertinentes a análise de palavras das publicações do Portal Investing.

Tabela 03. *Term Weighting* - Investing

| Investing | Palavras | Frequência absoluta (Fi) | Frequência Relativa (f) |
|--------------------|-------------|--------------------------|-------------------------|
| Otimismo | Aprovar | 32 | 0,240% |
| | Defende | 19 | 0,150% |
| | Aumento | 11 | 0,082% |
| | Prioridade | 11 | 0,082% |
| Pessimismo | Despesas | 17 | 0,130% |
| | Problema | 17 | 0,130% |
| | Reduzir | 11 | 0,083% |
| | Contra | 06 | 0,045% |
| Expectativa | Necessidade | 14 | 0,100% |
| | Prazo | 13 | 0,097% |
| | Depende | 08 | 0,058% |
| | Expectativa | 08 | 0,058% |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Nota*: Análise feita com auxílio SPSS de 41 publicações e frequência em relação percentual de 13.395 palavras.

A análise de palavras do Investing apresenta relevâncias para as palavras “aprovar” em **otimismo**, “despesas” em **pessimismo**, quando se refere aos gastos da previdência e “necessidade” para **expectativa**. As palavras são destaque que se relacionam textualmente com: reforma (1,33%); governo (1,06%); presidente (0,76%); proposta (0,58%) e aposentadoria (0,25%). Houve maior representatividade de palavras de **otimismo** no portal Investing.

A *Term Weighting* dos portais apresenta similaridades nas palavras. Contudo, tanto o Valor econômico quanto Investing., assimilam a prerrogativa de ligação com as palavras: reforma; governo e presidente, respectivamente. Infomoney apresenta para reforma, governo e proposta.

Análise de enquadramentos

Os resultados que se seguem são apresentadas as análises de frames das categorias em estudo. A análise do posicionamento dos jornais é resultado dos estudos de palavras e termos (enquadramentos) avaliados nos textos jornalísticos.

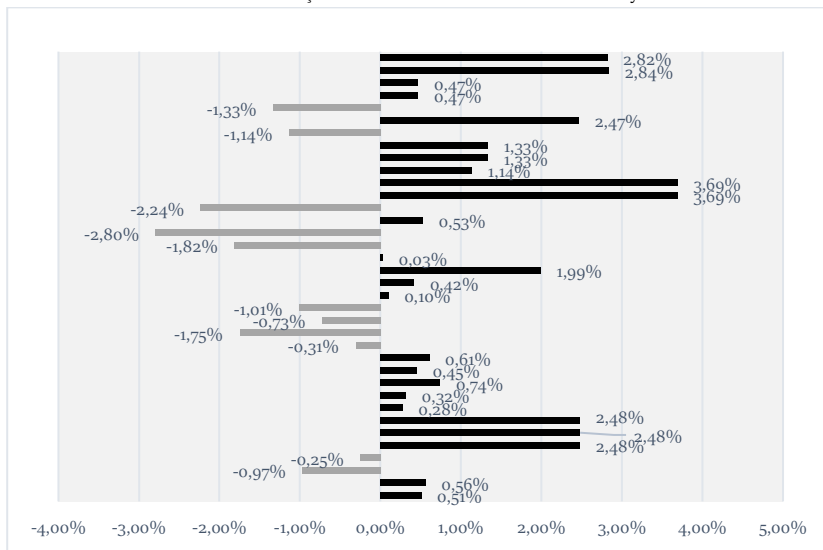
Tabela 04. Análise de enquadramento - Infomoney

| Infomoney | | | | | |
|-----------|---------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| | Enquadramento | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
| Válido | expectativa | 21 | 58,3% | 58,3% | 58,3 |
| | otimismo | 6 | 16,7% | 16,7% | 75,0 |
| | pessimismo | 9 | 25,0% | 25,0% | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0% | 100,0% | |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Considerando os enquadramentos dos textos jornalísticos do Infomoney, foi possível constatar que o portal apresenta posicionamento de “expectativa” em 58,3% das publicações selecionadas no estudo. Se for considerado os movimentos do mercado em relação aos enquadramentos das publicações do portal, a bolsa de valores apresentou variações semelhantes, como mostra no Gráfico 01 do Índice Bovespa (Ind.ibov).

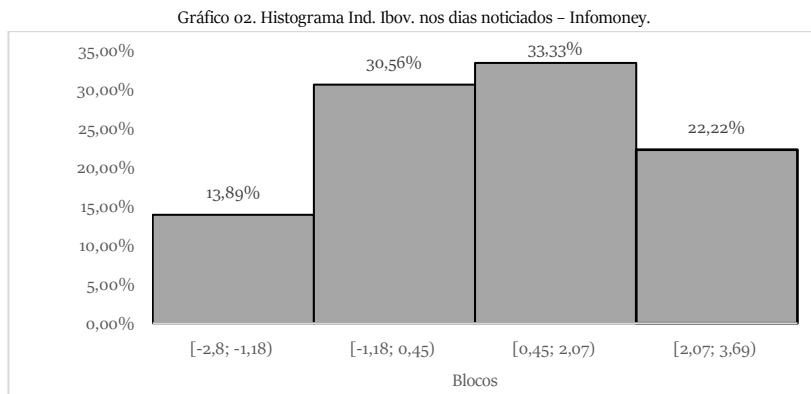
Gráfico 01. Variações Ind. Ibov. nos dias noticiados - Infomoney.



Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Os dados do Gráfico apontam que 30,5% das variações foram negativas e as notícias do portal apontam para expectativa e pessimismo. O Ind.Ibov apresenta nos dias noticiados uma média de retorno de 0,55%.

Se for considerado a história dos dados, por meio do histograma, percebe-se que 30,56% e 33,33% das variações entre (-1,18) - (0,45) e (0,45) - (2,07) estão relacionadas as notícias com teor de “expectativa”.



Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Os dados do Histograma que o mercado segue uma linha de “expectativa” o que difere um pouco da linha pessimista dos enquadramentos das notícias do portal. Na Tabela 05 os resultados pertinentes a análise dos enquadramentos dos textos jornalísticos do portal Valor Econômico. Seguindo a mesma lógica do Infomoney, o Valor econômico apresenta textos com teor de “expectativa”, seguido de “pessimismo”.

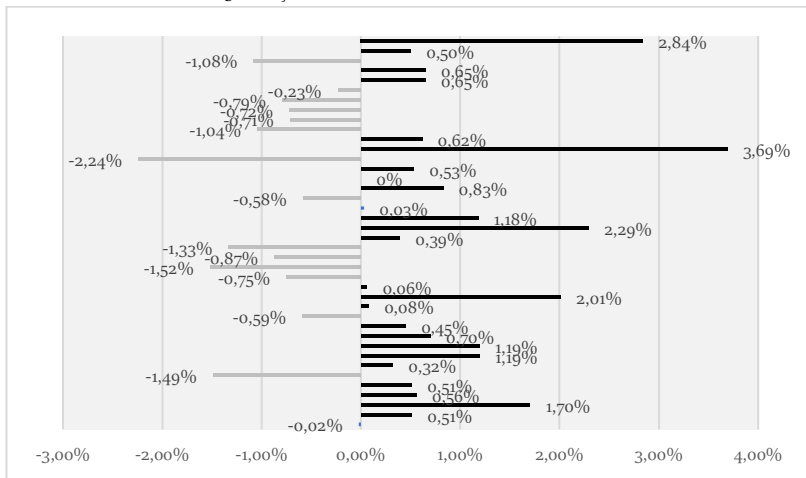
Tabela 05. Análise de enquadramento - Valor Econômico

| Valor Econômico | | | | | |
|-----------------|---------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| | Enquadramento | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
| Válido | expectativa | 20 | 50,0% | 50,0% | 50,0% |
| | otimismo | 9 | 22,5% | 22,5% | 72,5% |
| | pessimismo | 11 | 27,5% | 27,5% | 100% |
| | Total | 40 | 100,0% | 100,0% | |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Os dados da Tabela apontam que 50,0% das notícias apresentam teor de “expectativa” nos textos das publicações jornalísticas do Valor Econômico. A variação da bolsa de valores apresentou variações adversas, como mostra no Gráfico 03.

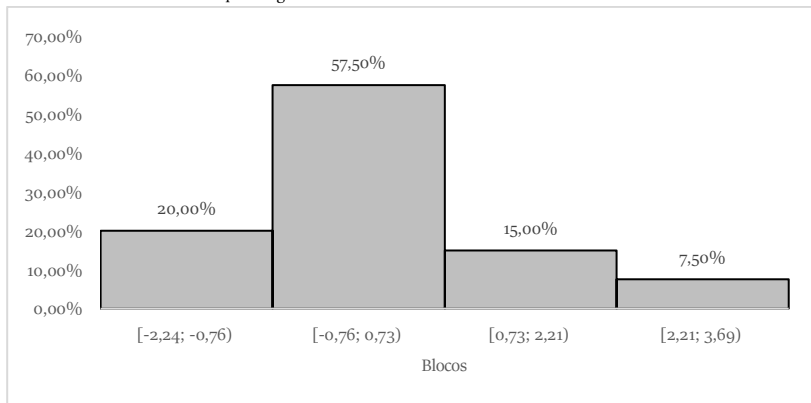
Gráfico 03. Variações Ind. Ibov. nos dias noticiados - Valor Econômico.



Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Os dados do gráfico apresentam que 35,00% das variações nos dias noticiados pelo Portal foram negativas. Nos dias noticiados o Ind.Ibov apresenta uma média de retorno nas negociações de 0,24%. O Ind.Ibov segue a perspectiva dos enquadramentos do Portal Valor econômico, uma vez que apresenta uma variação de “expectativa” nos dias noticiados, com 57,50% das variações entre (0,76) - (0,73), sendo considerado um nível estável.

Gráfico 04. Histograma Ind. Ibov. nos dias noticiados - Valor Econômico.



Fonte: Resultados da pesquisa (2019).

As variações apresentam mesma perspectiva do teor “expectativa” na qual apresenta o site, com maioria das variações em um ritmo estável. Na Tabela 06 os resultados pertinentes aos enquadramentos predominantes nas notícias do Portal Investing.

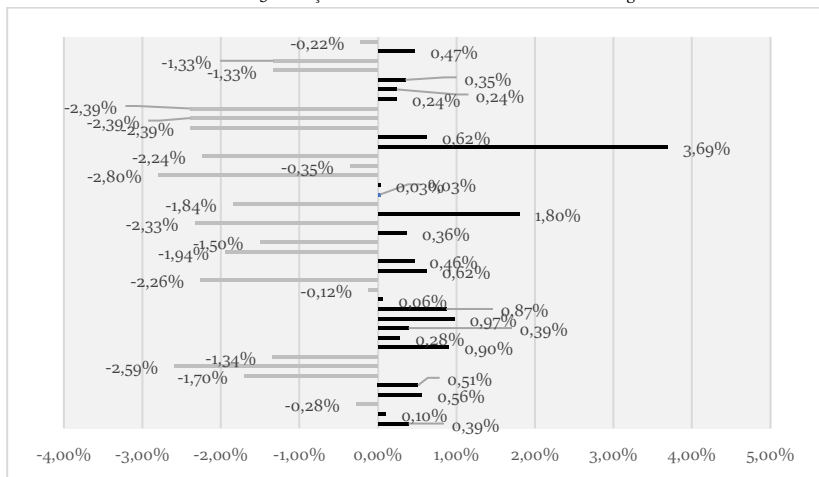
Tabela 06. Análise de enquadramento – Investing

| Investing | | | | | |
|-----------|---------------|------------|-------------|--------------------|-------------------------|
| | Enquadramento | Frequência | Porcentagem | Porcentagem válida | Porcentagem acumulativa |
| Válido | expectativa | 15 | 36,6% | 36,6% | 36,6% |
| | otimismo | 16 | 39,0% | 39,0% | 75,6% |
| | pessimismo | 10 | 24,4% | 24,4% | 100,0% |
| | Total | 41 | 100,0% | 100,0% | |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

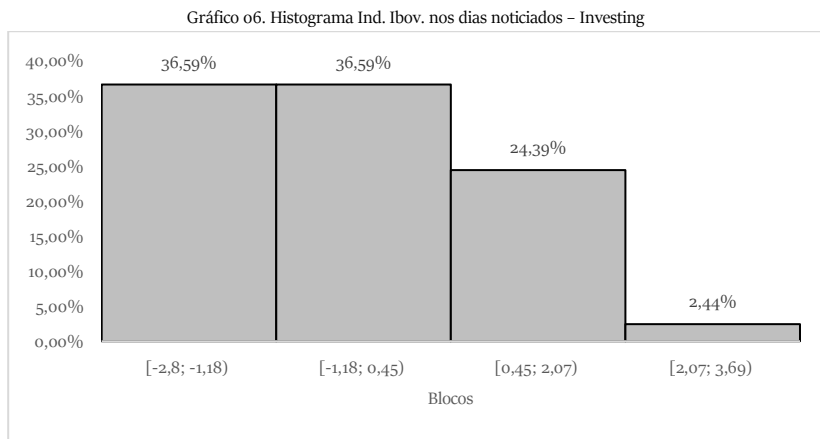
Os enquadramentos presentes nas notícias do portal Investing são quase padronizados percentualmente. Se nota destaque sem vantagem de enquadramentos otimistas por parte do jornal com 39,00%. Contudo, nos dias noticiados das publicações há um retorno médio negativo de (-0,42%) do Ind.Ibov. Como mostra no Gráfico 05 também existe mais variações negativas em relação aos sites analisados anteriormente.

Gráfico 05. Variações Ind. Ibov. nos dias noticiados – Investing



Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Os dados do Gráfico apontam que 46,34% das variações do Ind.Ibv foram negativas. Os valores são adversos aos enquadramentos otimistas do Portal Investing, uma vez que apresenta índices negativos de variação no Ind.Ibov, como mostra no Histograma 06.



Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Com dados adversos aos apresentados nos enquadramentos do portal, o Ind.Ibov apresenta uma variação negativa nos dias noticiados, com 73,18% das variações entre (-2,8) - (-1,18) e (-1,18) - (0,45), sendo considerado uma variação pessimista. De maneira global os dados apresentam que os enquadramentos são mais de expectativa, seguido por pessimismo.

Tabela 07. Análise de enquadramento – Comparação Portais

| | Enquadramento | Infomoney | Investing | Valor econômico |
|--------|---------------|-----------|-----------|-----------------|
| Válido | expectativa | 58,3% | 36,6% | 50,0% |
| | otimismo | 16,7% | 39,0% | 22,5% |
| | pessimismo | 25,0% | 24,4% | 27,5% |
| | Total | | | |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

O portal que mais apresentou enquadramentos de “expectativa” foi o Infomoney com 58,3% de enquadros. Para a categoria “pessimista” o

Valor Econômico se destacou com 27,5% e “otimista” o Portal Investing. Apesar outras variáveis influenciar o mercado financeiro nos dias de análises dos portais é pertinente considerar que o Valor Econômico foi o portal que mais se assemelhou a movimentação do mercado com os **enquadros e variação** da bolsa de valores nos dias noticiados.

No Quadro 05 é apresentada algumas das notícias mais relevantes do ano pesquisado (2018). Acrescenta-se nas colunas, o posicionamento das mídias através da análise de enquadramentos e a reação do mercado financeiro.

Quadro 05 – Painel de notícias e retornos Infomoney, Valor econômico e Investing.

| Painel A - Infomoney | | | | |
|----------------------------|--------|-----------|-------------|---|
| Data | % | Volume | Framing | Notícia |
| 29/01/2018 | -0,97% | 4.009.868 | Pessimista | Brasil virará a Grécia sem a reforma da Previdência, diz Temer a Silvio Santos |
| 31/01/2018 | 2,48% | 4.364.420 | Pessimista | Paulo Guedes e o otimismo por falta de opção: “chegamos às reformas, vamos ter que fazê-las” |
| 06/02/2018 | 2,48% | 5.772.302 | Pessimista | Fevereiro é 'tudo ou tudo' pela aprovação da reforma da Previdência, diz Marun |
| 19/02/2018 | 0,32% | 2.153.492 | Expectativa | Rodrigo Maia anuncia data da votação da previdência para fevereiro de 2018 |
| 16/04/2018 | -1,75% | 3.003.539 | Pessimista | Bolsonaro eleito será péssimo para economia, diz Gustavo Franco |
| 18/09/2018 | 1,99% | 4.295.948 | Otimista | Reforma da Previdência independente de eleição é aposta arriscada, diz Mailson |
| 26/09/2018 | 0,03% | 3.850.775 | Expectativa | Arminio Fraga estuda reforma da Previdência mais "ousada" para entregar a sucessor de Temer |
| 10/10/2018 | -2,80% | 5.380.623 | Pessimista | Bolsonaro diz que reforma da Previdência de Temer não passa e promete projeto "mais consensual" |
| 30/10/2018 | 3,69% | 6.759.724 | Otimista | Após aceno de Bolsonaro, quais as chances de a reforma da Previdência ser aprovada ainda em 2018? |
| 27/11/2018 | 2,47% | 5.124.993 | Otimista | 67% apoiam Reforma da Previdência, mas maioria é contra idade mínima, mostra XP/Ipespe |
| 04/12/2018 | -1,33% | 5.030.626 | Expectativa | Equipe de Bolsonaro estuda idade mínima de 65 anos para aposentadoria integral de servidores |
| 28/12/2018 | 2,84% | 3.762.039 | Expectativa | Reforma da Previdência é prioridade, diz general Mourão |
| Painel B - Valor econômico | | | | |
| Data | % | Volume | Framing | Notícia |

| | | | | |
|-----------------------------|----------|---------------|---------------|---|
| 22/01/2018 | 0,56 % | 2.776.322 | expectativa | Governo trabalha para aprovar reforma em fevereiro, afirma secretário |
| 31/01/2018 | 0,51 % | 4.364.420 | otimismo | Pesquisa do Planalto mostra 14% a favor da reforma da Previdência |
| 08/02/2018 | - 1,49 % | 4.135.474 | pesimismo | Governo adia, mais uma vez, data de votação da reforma da Previdência |
| 20/02/2018 | 1,19 % | 4.204.220 | otimismo | Juros futuros caem mesmo sem PEC da reforma da Previdência |
| 02/03/2018 | 0,45 % | 4.004.405 | expectativa | Sem reforma da Previdência, há 'risco real' de aumento da carga tributária, diz Fiesp |
| 28/03/2018 | 0,0 8% | 3.001.353 | otimismo | Por que o atraso na reforma não foi um desastre |
| 11/05/2018 | - 0,75 % | 4.515.177 | expectativa | Temer suspenderia intervenção no Rio para votar reforma da Previdência |
| 18/06/2018 | - 1,33 % | 3.582.718 | expectativa | Sem mudar Previdência, é difícil avançar na tributária, afirma Guardia |
| 22/08/2018 | 2,29 % | 3.722.094 | otimismo | Programas de governo citam reforma da Previdência de passagem |
| 13/10/2018 | 0,53 % | 4.930.826 | expectativa | Se eleito, Bolsonaro planeja reforma da Previdência para 2019 |
| 30/10/2018 | 3,69 % | 6.759.724 | expectativa | Bolsonaro quer mudar Previdência ainda no governo Temer |
| 13/11/2018 | - 0,71 % | 4.547.126 | pesimismo | Bolsonaro diz que Previdência deve ficar para 2019 |
| 12/12/2018 | 0,65 % | 5.155.188 | otimismo | Chance de aprovação da Previdência em 2019 é alta, diz Mansueto |
| 31/12/2018 | 2,84 % | 3.762.039 | otimismo | Orçamento, Previdência e Dívida Pública são prioridades do governo |
| Painel C - Investing | | | | |
| Data | % | Volume | Frames | Notícia |
| 22/01/2018 | 0,56 % | 2.776.322 | otimismo | Previdência tem rombo recorde de R\$268,8 bi em 2017, diz Fazenda |
| 02/02/2018 | - 1,70 % | 3.481.253 | expectativa | Temer diz que já fez o possível para aprovar a reforma da Previdência |
| 05/02/2018 | - 2,59 % | 3.354.217 | expectativa | Governo estuda forma de anunciar derrota na reforma da Previdência, diz agência |

| | | | | |
|----------------|----------------|---------------|------------------|--|
| 07/02/ 2018 | - 1,34 % | 4.006.1 95 | pessi- mismo | Com novo texto da reforma da Previdência, data-limite muda para dia 28 |
| 21/03/2 018 | 0,97 % | 3.361.82 9 | pessi- mismo | Temer diz que "privilegiados" derrubaram reforma da Previdência |
| 21/08/ 2018 | - 1,50 % | 4.203.0 84 | expec- tativa | Teto de gastos somente será sustentável com reforma da Previdência, diz Guardia |
| 11/09/2 018 | - 2,33 % | 3.514.72 0 | expec- tativa | Plano dos principais candidatos ao Planalto para a Previdência em 4 respostas |
| 24/09/ 2018 | - 1,84 % | 2.907.7 98 | pessi- mista | Temer diz que tentará fazer reforma da Previdência após eleições |
| 10/10/2 018 | - 2,80 % | 5.380.6 23 | pessi- mismo | Bolsonaro levanta dúvidas sobre reforma da Previdência e privatizações |
| 30/10/ 2018 | 3,69 % | 6.759.72 4 | expec- tativa | Guedes diz que reforma da Previdência está atrasada e quanto mais rápida for feita, melhor |
| 04/12/ 2018 | - 1,33 % | 5.030.6 26 | expec- tativa | Reforma da Previdência poderá ser fatiada, diz Bolsonaro |
| 05/12/ 2018 | 0,47 % | 2.876.31 9 | oti- mismo | Bolsonaro quer votar reforma da Previdência no primeiro semestre |

Fonte: Resultados da pesquisa (2019)

Em muitos dados das variações é possível notar que há teor pessimista com boas variações ou otimistas com baixas variações. Essa é uma premissa muito normal a se creditar no mercado financeiro, uma vez que não se trata de um sistema eficiente e estável.

5. Considerações finais

O estudo buscou investigar o posicionamento dos portais de mídia especializada de economia e finanças do Brasil sobre reforma da previdência, através da linguagem simbólica e frames noticiosos das publicações divulgadas no ano de 2018. O estudo permitiu investigar o posicionamento dos portais, nas quais também foi possível analisar sobre aquele que mais se assemelhou ao movimento do mercado.

Considerar que os sites influenciam sobre o valor das variações a respeito de um determinado assunto é um tanto perigosa. Se for analisado apenas a influência das notícias dos portais supracitados se percebe

limitadamente que as publicações tem um poder sobre a variação do mercado financeiro. Contudo, muitos sites e outras fontes de informação têm poderes surreais sobre o processo de decisão dos investidores. Como apresentado em estudos anteriores, as notícias tem sim o poder de influenciar os investidores sobre determinado assunto, porém é válido que se perceba a inserção de outras variáveis, como notícias sobre o Dólar, as ADR's, Mercado internacional, Conflitos externos, Guerra Comercial, Cambio, Inflação, Juros, PIB e até o rebaixamento de empresas de peso no mercado.

A construção dos termos linguísticos, por meio da performatividade das palavras nos portais possuem uma simetria simbólica importante. O sentido das palavras frequentes em “otimismo”, “pessimismo” e “expectativa” estão notadamente associadas a três palavras-chaves da reforma da previdência com objetivo de formação de enquadros, como: “reforma” “governo” e “presidente”. Apenas o Investing assimilou as categorias para “reforma” “governo” e “proposta”.

Ao adentrar mais profundamente sobre os resultados dos estudos é pertinente apontar que apenas o portal Investing apresentou teor positivo na análise dos enquadramentos. Enquanto isso o portal que mais se assemelhou ao movimento do mercado foi Valor Econômico, que melhor apresentou simetria de resultados “*notícia+variação da bolsa*” onde na maioria das notícias apresentadas de posicionamento “otimista”; “pessimista” e “expectativa” apresentaram variações mais correspondentes quando falavam sobre reforma da previdência. O Portal Investing foi o que mais apresentou dados adversos, com maior aceção “otimista” os dias noticiados e que iam na maioria das vezes contrários as variações do Ind.ibov.

Mesmo que o estudo não tenha se limitado a prerrogativa de “qual” site mais influenciou no mercado financeiro, ou se o “motivo” das baixas e altas na variação bolsa seja a reforma da previdência, há uma multiplicidade de resultados que podem ser interpretados a luz da pesquisa. Especialmente se for analisado que o Portal Valor Econômico é o que apresenta maior número de visitas únicas mensais e conseqüentemente foi o

que mais se assemelhou aos movimentos do mercado quando comparado os enquadramentos mais recorrentes.

Referências

BERGER, Peter, L; LUCKMAN, Thomas. **A construção Social da Realidade**: Tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **Economia de trocas linguísticas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1982/2008.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007

BREWER, Paul R., GRAF, Joseph; WILLNA, Lars. Priming or framing media influence on attitudes toward foreign countries. London, **Thousand Oaks & New Delhi**, v. 65, n. 6, p. 493-508. 2003.

CALLAGHAN, Karen, SCHNELL, Frauke. Assessing the democratic debate: how the news media frame elite policy discourse. **Olitical Communication**, v. 18, n. 00, p. 183-212, 2001.

CARVALHO, José Luis Felício; VERGARA, Sylvia Constant. A fenomenologia e a pesquisa dos espaços de serviços. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 42, n. 3, jul./set. 2002.

CAVALCANTE, Francisco. **Mercado de Capitais**: o que é, como funciona. 7. Ed. Rio de Janeiro, Elsevier, 2009.

CAVALCANTI, Márcia Teixeira. Os websites dos centros de documentação e a pesquisa histórica: uso de fontes digitais. **Revista Observatório**, Palmas, v. 3, n. 5, p. 169-190, agosto. 2017

COSTANZI, Rogério Nagamine, Et Al., Reforma Da Previdência Social. In: **Breve análise da nova projeção da população do ibge e seus impactos previdenciários**. Brasília: Ipea, 2018.

D'ANGELO, Paul. News framing as a multiparadigmatic reseach program: a response to Entman. **Journal Of Communicatinon**, 2002.

- DURFEE, Jessica L. Social change" and "status quo" framing effects on risk perception: an exploratory experiment. **Science Communication**, v. 27, n. 04, p. 459-495.2006.
- ENTMAN, R. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58. 1993.
- FLICK, UWE. **Introdução á pesquisa qualitativa**. 3 . ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FOUCAULT, Michael. **As Palavras e as Coisas uma arqueologia das ciências humanas**. Tradução: Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 1966/2000.
- GALDI, Fernando Caio; GONÇALVES, Arthur Martins. Pessimismo e incerteza das notícias e o comportamento dos investidores no brasil. **Revista de Administração de Empresas**, v. 58, n. 2, p. 130-148. 2018.
- JILL A. Edy; MEIRICK, Patrick C. Wanted, Dead or Alive: Media Frames, Frame Adoption, and Support for the War in Afghanistan. **Journal of Communication**, v. 57, p. 119-141. 2007.
- JUNQUEIRA, Lilia. A noção de representação social na sociologia contemporânea. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 18, n. 19, p. 145-161, 2005.
- JUNQUEIRA, Lilia. A noção de representação social na sociologia contemporânea. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 18, n. 19, p. 145-161, 2005.
- KUSCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. 3. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.
- LI, Qing et al., The effect of news and public mood on stock movements. **Information Sciences**, v. 278, p. 826-840, 2014.
- MACIEL, Ruana et al. Reflexões sobre a infografia no jornalismo Online. **Revista Científica Internacional**, v. 1, n. 4, 2011.
- NIZER, P. S. M; NIEVOLA, J. C. Predicting published news effect in the Brazilian stock Market. **Expert Systems with Applications**, v. 39, p. 10674-10680, 2012.
- OKADA, Sionara Ioco. Web Analytics: modelos de métricas de engajamento em mídias emergentes. **Revista brasileira de marketing**, v. 10, n. 3, p. 107-126, 2011.
- OLIVEIRA, Francielle Rodrigues de; SANTOS, Jonas Veloso; PARANHOS, Leandro Ferreira. **As políticas públicas ligadas à seguridade social: desafios e propostas**. Virtual, 2012.

Disponível em: <http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,as-politicas-publicas-ligadas-a-seguridade-social-desafios-e-propostas,35992.html>. Acesso em: 23 jul. 2019.

SILVA, Maria Daniella de Oliveira. **O feito do sentimento das notícias sobre o comportamento dos preços no mercado acionário brasileiro**. 2017. Tese de doutorado. 213 f. Programa multiinstitucional e inter-regional de pós-graduação em ciência contábeis. Universidade de Brasília: Brasília, 2017.

TUCHMAN, G. As notícias como uma realidade construída. In: Pissarra, E. J. (org.). **Comunicação e Sociedade: os efeitos sociais dos meios de comunicação de massa**. Lisboa: Livros Horizonte, 2002.

VAN-GORP, Baldwin. Where is the frame? Victims and intruders in the belgian press coverage of the asylum issue. **European Journal Of Communication**, v. 20, n. 4, p. 484-507, 2005.

ZHOU¹, Yuqiong; MOY, Patricia. Parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage. **Journal Of Communication**, v. 57, p. 79-98. 2007.

SIMILARWEB. **Análise de métricas**. Disponível em: <https://www.similarweb.com/pt>. Acesso em: 15 jul. 2019.

ALEXA. **Análise de métricas**. Disponível em: <https://www.alexa.com/>. Acesso em: 14 e 15 jul. 2019

MINISTÉRIO DA FAZENDA (MF). **Previdência social e políticas públicas**. [internet, 2019]. <http://www.previdencia.gov.br/a-previdencia/politicas-de-previdencia-social/>. Acesso em: 14 jul. 2019

Agencia Câmara de Notícia. **Notícias sobre Reforma da Previdência**; [internet, 2019]. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2119881>. Acesso em: 21 jul. 2019.

Capítulo 6

Jornal do Tocantins: uma análise framing sobre o jornalismo cultural e a produção de conteúdo sobre música

*Elaine Nolêto Jardim*¹

*Maria Eduarda Campos de Sá Ferraz*²

Introdução

Aos poucos o jornalismo cultural tem alcançado espaço na sociedade, e mesmo com inúmeros preconceitos, já que se diferencia do jornalismo de cunho “noticioso”, com o tempo, passou a ser reconhecido mundialmente e tornou-se um segmento de grande visibilidade em jornais do país. Grandes autores como Machados de Assis, José Veríssimo e Mário de Andrade contribuíram para que ele se consolidasse no cenário brasileiro.

A visibilidade do jornalismo cultural se torna mais expressiva por meio da criação da Revista “O Cruzeiro”, em 1928. Entre diversos colaboradores, ela teve como autores José Lins do Rego, Vinícius de Moraes, Manuel Bandeira, Raquel de Queiroz e Mario de Andrade, e era ilustrada por Di Cavalcanti e Anita Malfati, dentre outros. A crônica foi o gênero textual que se consolidou no jornalismo cultural brasileiro e, a partir dela, surgiu-se uma forma de adaptar a literatura para o campo jornalístico.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCom/UFT) e jornalista pela mesma instituição. E-mail: elainenoletoo7@gmail.com.

² Mestranda, com bolsa CAPES, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal do Tocantins (PPGCom/UFT) e jornalista pela mesma instituição. E-mail: ferrazeduarda@gmail.com.

O jornalismo cultural ganha seções próprias em 1950 no jornalismo impresso brasileiro. O pioneirismo da modalidade é do Jornal do Brasil, que lança em 1956 o “Caderno B” e reuniu diversos nomes da cultura brasileira, como Ferreira Gullar, Clarice Lispector, Bárbara Heliodora e Décio Pignatari.

O sentido que a cultura possui tem se moldado diariamente pelas sociedades atuais com o desenvolvimento tecnológico e a globalização e, em consequência disso, o jornalismo cultural acaba se reconfigurando cotidianamente, tendo que encontrar novos elementos para se definir como uma prática jornalística. Com isso, ele necessita do não se limitar ao “agendismo” dos eventos culturais e explorar a relevância das obras artísticas, seja no teatro, na música, nas produções audiovisuais e outros.

Vale destacar que no Tocantins o campo é pouco explorado e pouco espaço para a cultura é dedicado no jornalismo local. Em muitos veículos não há uma sessão própria para o assunto e, os que possuem, caem no “agendismo” ou jornalismo de serviço.

Partindo dessa conjuntura, o objeto de estudo selecionado foi o Jornal do Tocantins. Ativo a mais de 40 anos, é um dos jornais tocaninenses que possuem uma editoria própria para a área e é nesse veículo que este trabalho se ancora para realizar a sua análise. Surge a partir das afirmações anteriores o questionamento: de qual forma o veículo tem trabalhado o material jornalístico sobre cultura? O Estado possui artistas de renome no mundo musical, que exploram elementos simbólicos tocaninenses e contribuem para a manutenção da cultura regional. Em consequência disso, esse trabalho na sua análise explora como os artistas desse segmento são retratados na mídia.

Cultura e Jornalismo: caminhos e possibilidades

O britânico Raymond Williams (1992) entende a cultura enquanto ações que são produzidas, processadas e desenvolvidas pela sociedade, e, assim, possui um sistema de significados. Enquanto tradição, para o autor,

a cultura compreende a um “[...] conjunto intelectual e imaginativo” (WILLIAMS, 1992, p. 202).

Em conformidade com o pensamento de Williams, Troquez (2011, p. 5) acrescenta que a cultura é determinada “[...] pela vida material e referenciada enquanto uma cultura ordinária, destituída de valorações e/ou hierarquias”. Já para Cevasco (2008), a cultura constitui um conjunto de fatores responsáveis pela manutenção da vida em sociedade. Ele destaca que a natureza da cultura também pode ser compreendida pelos conceitos de tradição, herança cultural e processos criativos de pessoas comuns. Sob este entendimento, cultura “[...] é tudo o que constitui a maneira de viver de uma sociedade” (CEVASCO, 2008, p. 51) e sua natureza está comprometida tanto com o que se entende por tradição ou herança cultural da humanidade quanto com os processos criativos da vida ordinária de pessoas comuns.

Indo para a cultura na prática jornalística, o jornalismo cultural existe já faz muito tempo, estando ativo por centenas de anos, informando sobre as diversas formas de arte existentes. Ao longo das décadas, entretanto, sua prática foi sofrendo algumas mudanças, e com o advento das novas tecnologias, o surgimento da internet e sua popularização, novas formas de divulgação apareceram, e os trabalhos na área sofreram enormes mudanças.

Segundo Ballerini (2015):

Nem mesmo o surgimento do rádio e do cinema, no final do século 19, e posteriormente da televisão, no século 20, estremeceu tanto o jornalismo cultural como agora – afinal, todas essas plataformas também são controladas pelos detentores do discurso. Durante cinco séculos, portanto, o jornalismo cultural pôde se desenvolver sob um mosaico midiático rentável, que garantia certa estabilidade financeira, uniformidade do fluxo de comunicação e, por que não dizer, uma previsibilidade da formação dos discursos acerca dos produtos culturais (BALLERINI, 2015, p. 43).

Hoje em dia, o público interessado tem acesso mais rápido e mais fácil às informações que desejam obter sobre um álbum, um show, uma exposição ou o lançamento de um livro, muitas vezes, indo diretamente ao

perfil oficial dos artistas e organizadores responsáveis, em redes sociais como o Instagram e o Twitter, onde os músicos, autores e atores não são mais tão inalcançáveis assim.

Ainda de acordo com Ballerini (2015):

A divulgação, porém, parece ser uma das características mais importantes do jornalismo cultural. Divulgar uma obra de arte é algo obrigatório, visto que o artista não a produz apenas para si próprio. A arte deve ter contato com o público. Embora haja várias instituições capazes de tal aproximação – universidades, museus e eventos –, aparentemente o jornalismo cultural faz a melhor mediação entre arte e público no quesito “visibilidade da oferta”. [...] Porém, nas últimas décadas, nota-se uma estrutura jornalística pautada pela antecipação: de produtos culturais, como lançamentos de filmes e livros, estreias de peças, novelas, abertura de mostras; de um novo restaurante; do novo game recém-lançado, do próximo desfile de moda etc. (BALLERINI, 2015, p. 46).

Temos, no entanto, que observar alguns pontos distintos. O primeiro deles é que, com o advento dos blogs e sites, muitos jornalistas e entusiastas da área cultural, desenvolveram sites especializados no conteúdo, estes tendem a trazer matérias um pouco mais detalhadas, entrevistas, vídeos, playlists, entre outros recursos.

O conteúdo que é produzido é mais focado naquelas pessoas que realmente têm interesse nesses segmentos, e gostam de saber não só sobre que filme está em cartaz e a data que certa banda vai tocar em determinada cidade, mas realmente se informar sobre o que está acontecendo, acompanhar notícias sobre as coisas de que é fã, além de conhecer novidades.

Por outro lado, no segundo ponto, temos uma série de veículos que colocam a cultura como pauta secundária, tendo um espaço reduzido, entre as pautas de política, economia e outros temas. Mas a principal observação não seria afirmar que a cultura tem pouco espaço, e sim que, além de em casos diversos não ser vista como um assunto primordial, também é tratada de forma superficial.

Neste sentido, Ballerini (2015, p. 64-65) também afirma que alguns cadernos de cultura, desses veículos mais conhecidos pelo grande público,

trazem, muitas vezes, matérias apontadas como cultura, que na verdade são mais sobre fofocas e conteúdo que não é tão relevante e nem agrega em nada ao leitor é “[...] como se o jornalista muitas vezes buscasse na vida pessoal do artista uma forma de “justificar” a publicação daquela matéria, visto que o jornalismo é pautado quase sempre pelo novo e atual”.

Jornal do Tocantins

Mesmo com o advento da internet, com a massificação de blogs e sites, o jornalismo online do Tocantins é carente de um nicho voltado, em específico, para a divulgação da cultura e a valorização de artistas, sejam eles locais, ou não.

Em uma análise feita para esta pesquisa em sites de notícias que não são voltados somente para tratar desses assuntos é possível notar que há poucos deles que se dediquem especialmente para abordar sobre cultura por meio de editorias ou cadernos. O Jornal do Tocantins, por exemplo, até tem um espaço destinado à cultura, mas se mistura também com uma coluna social.

Porém, após estudos sobre o jornalismo cultural e a observação da realidade a qual estamos inseridas, percebemos que o Jornal do Tocantins pouco aprofunda-se nos temas culturais de fato, tendo matérias que divulgam eventos e lançamentos que acontecerão pela região e replicando matérias de veículos maiores, relativas a artistas de fora do estado e sua vida pessoal.

O veículo completou 40 anos de história no dia 18 de maio de 2019 e pertence ao Grupo Jaime Câmara (GJC). Sua fundação ocorreu em Araguaína, e as primeiras edições eram quinzenais. Após a década de 1980, o jornal passou a ser semanal e, em 2002, a ser impresso em Palmas. Anjos (2010) afirma que somente em 2005 o jornal começou a ser diário, sendo impresso de terça a domingo.

Em 2010, o periódico passou a ter sua plataforma online, onde era disponibilizada a versão digital do jornal impresso, além de reportagens e

notícias produzidas diariamente. Isso aconteceu até o dia 30 de dezembro de 2018, e no dia 31 de dezembro do mesmo ano, o veículo passou a veicular seu conteúdo somente na plataforma online.

Hoje, o jornal publica material para as editorias de **Política, Economia, Mundo, Vida Urbana, Esporte e Magazine**. Ele conta também com as colunas **BIP, Antena Ligada, Coluna Esplanada, Tendências & Ideias**, além da **Judiciário e Sustentabilidade**. Das editorias citadas, Magazine é a responsável por falar sobre cultura e comportamento, nas suas mais variadas formas, sendo assim, o material jornalístico cultural produzido nela é o que utilizamos neste trabalho. A editoria, como dito anteriormente, divide espaço com a coluna social BIP³.

Enquadramento (*framing*)

A teoria da agenda-setting, ou agendamento, é conceituada por Kossicki (1993) pelo fato de trabalhar com a importância dos temas do público, tópicos quase universalmente construídos pelos pesquisadores, foco bipolar entre o conteúdo dos meios e a percepção da audiência; e a tentativa de lidar com um alcance de temas da agenda hierarquicamente ordenados (CASTRO; PÔRTO JR, 2018).

Dentro dessa teoria, dois conceitos se fizeram tão importantes quanto a própria hipótese do agendamento, como o enquadramento. Conforme McCombs et al (1997, p. 703)

[...] através dos tempos, elementos enfatizados na agenda da mídia vieram a ser considerados com a mesma importância na agenda do público. Teoricamente, essas agendas poderiam ser compostas por qualquer conjunto de elementos. Na prática, virtualmente todas as centenas de estudos até hoje tem examinado uma programação composta de assuntos públicos. Para esses estudos, a hipótese central é de que o grau de ênfase colocada nos assuntos da mídia influencia um “acordo de prioridade dessas questões” pelo público.

³ Sobre a estrutura atual do Jornal do Tocantins online, o segmento editorial e a forma o como o conteúdo organizado é demonstrado na pesquisa foi levantando a partir de análise prévia do site www.jornaldotocantins.com.br.

Scheufele (2000) traz o enquadramento como uma extensão do agendamento, uma vez que existe uma seleção de um número de atributos e consequente influência do público-alvo (CASTRO; PÔRTO JR 2018). Segundo Weaver (2007), o enquadramento possui muitas linhas de análise, tendo em vista a diversidade de teorias e pesquisas acerca do tema. Alguns dos fatores que podem ser relacionados a sua análise são definições de problemas, temas-chave, avaliações morais, estruturas macrossociais, dentre outros.

As primeiras pesquisas começaram a ser feitas na década de 1970, por Erving Goffman que primeiro aplicou o conceito em 1975, conforme levantamento de Weaver, tendo um crescimento exponencial após 1990. Para Porto (2004, p. 78) o termo se aproxima dos princípios de organização de eventos sociais. Ele explica que os “[...] enquadramentos são entendidos como marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e as situações sociais”. Isso porque, conforme Entman (1993) enquadrar tem base na seleção de acontecimentos, ou seja, excluir outros eventos a fim de ter um alinhamento do relato a ser contado.

Para Entman (1993), enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular do problema, uma interpretação casual, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito.

Mais de dez anos depois, Entman (2007) traz as quatro funções desenvolvidas pelos enquadramentos, segundo seus estudos. São elas a análise casual, a definição de problema, o julgamento moral e a promoção. Estas são formas para que o relato ou notícia seja dado de modo a interpretar um fato e moldar a preferência do público.

Porto (2004) considera que o modo de trabalhar os enquadramentos são conscientes, reforçando a ideia de que a técnica tem intuito de dar ênfase a determinadas partes de um fato, excluindo outras. Dentro do enquadramento, há o *priming* e o *framing*, sendo este segundo o foco desta discussão.

O *framing* é destacado por Scheufele (2000) como uma extensão da agenda, uma vez que existe uma seleção de um número de atributos e conseqüente influência do público-alvo, construindo uma realidade social (CASTRO; PÔRTO JR, 2018).

Apesar da forte relação e conceituações sinônimas entre agendamento e *framing*, Scheufele (1999) tem o seu pensamento reafirmado por Castro e Porto Jr, que propõem que o agendamento “[...] se preocupa com a seleção e a importância das matérias veiculadas (objeto), o *framing* se preocupa com a seleção e a importância dos termos veiculados (atributos de transmissão)” (CASTRO; PÔRTO JR, 2018, p. 30).

Chong e Druckman (2007) consideram que há duas formas de enquadramento. A primeira delas decifra o frame em comunicação como palavras, imagens, frases e estilos de apresentação que o emissor usa para transmitir informações sobre um evento para um público (MACÊDO, 2018). Os autores destacam que “[...] o enquadramento escolhido revela o que o emissor vê como relevante no tópico em questão” (CHONG; DRUCKMAN, 2007, p. 100). A segunda forma de aplicar o enquadramento é o frame de pensamento ou individual, o que se refere ao entendimento cognitivo individual sobre o uma situação.

O método entra no meio midiático de dois modos, conforme Gitlin (1980).

Os enquadramentos da mídia [...] organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN, 1980, apud PORTO, 2004, p. 80).

Scheufele (1999) analisa de forma pouco diferente essas dimensões de frame, conforme pontua Macêdo (2018, p. 101):

[...] uma que se preocupa com enquadramentos da mídia e individuais, e outra que utiliza os frames como variáveis independentes e variáveis dependentes. Na primeira dimensão, estão inseridos estudos de Gitlin (1980) que afirmou que os enquadramentos organizam o mundo para os jornalistas e para seu público, e Entman (1991), que definiu enquadramentos individuais como “esquemas de processamento de informação” e enquadramentos da imprensa “como atributos das notícias em si.

Neuman, Just e Crigler (1992) consideram, de forma prática, que os frames “[...] dão à história uma ‘espinha’... levando em consideração seus constrangimentos organizacionais e formativos, julgamentos profissionais e certos julgamentos sobre a audiência” (MACÊDO, 2018, p.102). Com isso, o enquadramento é o que direciona qual o pensamento social sobre as temáticas já estabelecidas pelo agendamento, conforme elenca Castro e Pôrto Jr (2018, p.31), se consolidando como uma ferramenta midiática poderosa.

Percurso metodológico

Cabe destacar que esta pesquisa não busca discutir sobre como o material jornalístico ligado à cultura, em especial sobre os artistas, era produzido quando o jornal era impresso, e sim nessa nova era totalmente online. Não vamos fazer um comparativo de abordagens, mas, sim, mostrar como é abordado atualmente.

O trabalho foi dividido por etapas. Primeiramente resolvemos focar em apenas um dos segmentos culturais, abordados no espaço de cultura do jornal, tendo sido ele a música. A ideia inicial era analisar a visibilidade que o jornal dava aos artistas locais da “velha-guarda” e também aos artistas locais da atualidade, tendo a hipótese de que ele aprofundava-se muito mais nos artistas já consagrados do estado e tratava de maneira superficial, ou quase não tratava, dos cantores e bandas mais novos, que tocavam outros estilos musicais, além do sertanejo, gênero muito ouvido em todo o estado.

Com a escolha feita, fizemos um levantamento das matérias produzidas acerca do tema, desde que o jornal se transformou, unicamente, em

um veículo online, em dezembro de 2018, até o mês de abril de 2019, sendo, então, um período de quatro meses de levantamento, para assim passar por métodos da Análise de Conteúdo (AC). Segundo orienta Bardin (2011, p. 44), o método “[...] aparece como um conjunto de métodos de técnicas e análises das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”.

Para realizar a análise, seguimos três etapas da análise de conteúdo. Essas fases, segundo Bardin, são:

Pré-análise: [...] tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, de maneira a conduzir um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise. **Exploração do material:** Esta fase [...] consiste essencialmente em operações de codificação, decomposição, ou enumeração, em função de regras previamente formuladas. **Tratamento dos resultados obtidos e interpretação:** Os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos [...] esses resultados são submetidos a provas estatísticas, assim como testes de validação. O analista, tendo à sua mão resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos (grifo nosso) (BARDIN, 2011, p. 125 e 131).

Desta forma, dividimos nossa pesquisa em três categorias: **matérias sobre a velha-guarda tocantinense; matérias sobre artistas tocantinos mais novos e matérias que englobem nova e velha-guarda tocantinense juntas**. Mas, ao procurar por nossos objetos, detectamos uma questão que ia de encontro ao que questionávamos: a diferença entre um e outro de fato existe, mas de forma oposta, pois há mais matérias publicadas fazendo referência a novos artistas. Um outro fato percebido foi que havia outra questão talvez ainda mais importante: artistas de fora do estado e do país tinham muito mais produções sobre seu trabalho sendo publicadas que os locais, independentemente de estilo ou tempo de carreira.

Em consequência disso, optou-se por acrescentar mais um tópico: **matérias sobre artistas de fora**. Neste intervalo de tempo, obtivemos um total de 58 matérias, ao todo. A partir disso, começamos a análise das

postagens feitas nas quatro categorias, matéria por matéria, para identificar quais delas eram produzidas com maior profundidade, respondendo a seis questionamentos:

- a) Qual o tamanho da matéria? (pequena, com até dois parágrafos; média, com até quatro parágrafos e grande, com cinco parágrafos ou mais).
- b) O conteúdo é relacionado com divulgação de novo trabalho, shows, eventos ou a vida pessoal do artista?
- c) Há entrevistas?
- d) Foi escrita por um repórter do jornal ou replicada de outro veículo?
- e) Tem alguma relação com o Tocantins?
- f) Quais as palavras-chave que mais aparecem?

Análise dos dados

A seguir, categorizamos as matérias sobre artistas na editoria de Magazine do Jornal do Tocantins, conforme o enquadramento proposto acima, sendo, então, quatro categorias.

Artistas tocantinenses da velha-guarda

Escolhemos por categorizar artistas da velha-guarda aqueles que já são consagrados no Tocantins há um bom tempo (pelo menos 10 anos) e suas músicas fazem sucesso, inclusive, fora do estado, sendo eles nomes como Genésio Tocantins, J. Bulhões, Dorivã e outros. Do total de 58 matérias levantadas, há somente quatro deste segmento. Duas médias (entre três e quatro parágrafos) e duas pequenas (com até dois parágrafos).

Figura 01 – Material jornalístico sobre artistas da velha guarda

The image shows a screenshot of a news article from a website. At the top, there is a navigation bar with categories: CAPA, POLÍTICA, ECONOMIA, MUNDO, VIDA URBANA, ESPORTE, MAGAZINE (highlighted), OPINIÃO, INFOMERCIAL, and VÍDEOS. Below the navigation bar is the 'MAGAZINE' logo. The article features a circular profile picture of Talita Melz, with her name and email address (talita.melz@focantins.com.br) below it. The main headline reads: "Músicos lançam clipe "Sou Tocantinense" sobre as belezas naturais e tradições no ritmo piraquê". Below the headline, a short paragraph states: "Trabalho é uma composição Lucimar e Nilo Alves interpretada pelo time formado por Genésio Tocantins, Juraílides da Cruz, Dorivã, Braguinha, Paulo Albuquerque, Chico Chocolate e Mara Rita". To the left of the video player are social media sharing icons for WhatsApp, Messenger, Facebook, Twitter, and LinkedIn. The video player itself shows a man wearing a wide-brimmed hat, looking upwards and playing a guitar. The video title is "Sou Tocantinense - part. Dorivã (2019)". Below the video player, the source is cited as "Fonte: Jornal do Tocantins".

Fonte: Jornal do Tocantins

Entre elas, três são sobre eventos e uma é sobre um novo trabalho. Nenhum artista foi entrevistado, somente a dona de um estabelecimento onde um dos eventos aconteceria. Do conteúdo publicado, dois foram por Talita Melz (repórter), uma foi pelo jornal, mas não há assinatura, e uma por Mara Roberta (colunista social). As palavras-chave que mais aparecem são Magazine (quatro vezes), música (quatro vezes) e café com poesia (duas vezes).

Artistas tocantinenses mais jovens

Os artistas tocantinenses mais jovens são aqueles que estão começando sua carreira (há menos de dez anos no mercado) e ainda buscam um espaço no meio midiático. Nesta categoria, das 58 matérias analisadas, foram encontradas 19 sobre artistas tocantinenses mais jovens.

A partir do enquadre, foi constatado que desse número, quatro delas são grandes (cinco parágrafos ou mais), sete são pequenas (entre um e

dois parágrafos) e oito são médias (entre dois e três parágrafos). Sete são sobre eventos, dez são sobre novos trabalhos, uma é sobre a vida pessoal.

Figura 02 - Material jornalístico sobre artistas tocaninenses mais novos



CAPA POLÍTICA ECONOMIA MUNDO VIDA URBANA ESPORTE **MAGAZINE** OPINIÃO INFOMERCIAL VÍDEOS

MAGAZINE

Anne Raelly retorna ao Quarta Clássica nesta quarta-feira com o show 'Não Seja Pouco'

Talita Melz
talita.melz@jtocantins.com.br

Concerto é uma provocação a instigar a busca pelo poder pessoal de cada um

22/04/2019 - 08:54

Fonte: Jornal do Tocantins

Todo o material é assinado pelo Jornal do Tocantins. Sete são por Talita Melz, uma por Lauane dos Santos, oito pela “Redação do Jornal do Tocantins” e quatro pela colunista Mara Roberta. Do total levantado, há cinco entrevistados. Uma das matérias com três deles. Sobre as palavras-chave que mais aparecem, tivemos Magazine (19 vezes), Música (19 vezes), BIP (quatro vezes) e Mara Roberta (quatro vezes).

Artistas da nova e velha guarda juntos

Somente uma das 58 matérias analisadas traz artistas tocaninenses da velha e nova guarda juntos. Trata-se da divulgação de um trabalho de um novo artista, em conjunto com alguns nomes da velha-guarda. Há um entrevistado, a matéria é grande (cinco parágrafos ou mais) e é assinada por Talita Melz.

Figura 03 – Material jornalístico sobre artistas da nova e velha guarda juntos

CAPA POLÍTICA ECONOMIA MUNDO VIDA URBANA ESPORTE **MAGAZINE** OPINIÃO INFOMERCIAL VÍDEOS

MAGAZINE



Talita Melz
talita.melz@tocantins.com.br

25/04/2019 - 09:56

Léo Pinheiro lança novo disco “Jeca Tatu Tocando Blues” em show

São dez músicas lançadas digitais e em show no Museu da Imagem e do Som (MIS), em São Paulo



Com dez canções e uma aposta no caipira pop, o cantor tocantinense Léo Pinheiro lança nesta sexta-feira, 26, seu novo disco “Jeca Tatu Tocando Blues”. A apresentação tem entrada gratuita e acontece no Museu da Imagem e do Som (MIS), a partir das 20 horas, em São Paulo, com, além das novas canções, um repertório que traz duas releituras de sucessos e músicas do artista gravadas anteriormente. O trabalho também é lançado nas plataformas digitais do cantor.

O trabalho “Jeca Tatu Tocando Blues” propõe uma viagem sensorial entre o “cheiro de mato ecoando

Fonte: Jornal do Tocantins

Artistas de fora do estado do Tocantins

Das 58 matérias separadas, 33 fazem parte desta categoria. São publicações sobre artistas internacionais, como Madonna, Lenny Kravitz e Adele, também sobre artistas nacionais, como Lulu Santos, Anitta e Cristiano Araújo, além disso há algumas sobre festivais de música, como o Lollapalooza e o Rock in Rio.

Através da análise, foi constatado que das 33 postagens, nove se enquadram como tamanho médio (entre três e quatros parágrafos), 13 em tamanho grande (a partir de cinco parágrafos) e 11 em tamanho pequeno (até dois parágrafos). Também se percebeu que somente cinco possuíam entrevistas e oito tinham alguma relação com o Tocantins, estado onde o jornal circula.

Figura 04: Material jornalístico sobre artistas de fora

The image shows a screenshot of a news article from a website. At the top, there is a navigation bar with categories: CAPA, POLÍTICA, ECONOMIA, MUNDO, VIDA URBANA, ESPORTE, MAGAZINE (highlighted), OPINIÃO, INFOMERCIAL, and VÍDEOS. Below the navigation bar is the 'MAGAZINE' logo. The main headline reads 'Anitta canta funk no novo álbum de Madonna, 'Madame X''. Below the headline is a sub-headline: 'Cantora fará versão da música 'Faz Gostoso', lançada no ano passado no mercado fonográfico português na voz de Blaya'. To the left of the article is a circular profile picture of a person on a horse, with the text 'Estadão Conteúdo' below it. Below the profile picture are social media sharing icons for WhatsApp, Email, Facebook, Twitter, and LinkedIn. To the right of the profile picture is a timestamp: '17/04/2019 - 13:40'. Below the timestamp is a photograph of Anitta and Madonna. Below the photo is the caption '(Foto: Instagram)'. To the right of the photo is a text block: 'Anitta participa mesmo do novo álbum de Madonna, *Madame X*, ainda sem data de lançamento. Nesta quarta-feira, 17, a cantora americana vai divulgar uma das faixas do projeto, *Medellin*, com a participação do cantor Maluma.' Below this text is another text block: 'Anitta, por sua vez, participa da faixa *Faz Gostoso*, uma nova versão de uma música lançada em 2018 no mercado fonográfico português na voz da cantora e compositora luso-brasileira Blaya.' At the bottom of the screenshot, it says 'Fonte: Jornal do Tocantins'.

Dos conteúdos publicados, 19 matérias tinham teor de divulgação de evento ou trabalho e 14 eram sobre a vida pessoal do artista, sendo três dessas voltadas para conteúdo relativo à morte (também haviam matérias sobre casamento, sexualidade, entre outros).

Quanto as palavras-chave, verificou-se que a mais usada foi Magazine, palavra padrão para as matérias do seguimento de cultura, do Jornal do Tocantins, que apareceu 32 vezes, sendo seguida por música, vista cinco vezes, Mara Roberta (colunista da BIP), quatro vezes, e BIP (coluna), três vezes.

A informação que mais gerou curiosidade, entretanto, foi que quando o assunto eram artistas de fora do estado ou do país, a maioria das matérias era replicada de jornais maiores, como o Estadão, de São Paulo, ou ainda O Popular, do Goiás. A diferença entre as publicadas, de fato, pelo jornal e as publicadas fora é grande, já que 25 delas vieram a partir de outro veículo.

Considerações finais

No que se refere a matérias sobre artistas de fora, o Jornal do Tocantins traz um número de publicações sobre a vida pessoal bem similar ao número referente a divulgações de projetos e eventos. Porém, se não houver ligação direta com o Tocantins, as matérias são replicadas, e não produzidas por seus profissionais.

Em relação aos artistas do próprio estado, a maioria das matérias não tem fala ou entrevistas (apenas 6 das 24), mesmo com a proximidade geográfica e possibilidade de conversa, não só por telefone, mas pessoalmente.

Considerando que o Jornal do Tocantins é um veículo regional, constatamos que ele dá mais visibilidade aos artistas de fora do estado ou do país, ainda que que as produções sejam um pouco mais vagas e produzidas por outros veículos, demonstrando que mesmo que a proposta do jornal seja dar espaço ao conteúdo local, ele peca em se tratando de música.

Por fim, um ponto a ser ressaltado é que, ao que parece, seu quadro de jornalistas voltados para falar sobre esse assunto, especificamente, é pequeno, o que acaba por tornar mais difícil a produção de matérias neste segmento, já que a equipe precisa dar foco a outras demandas.

Referências

ANJOS, Ana Carolina Costa dos. **Jornalismo Cultural no Tocantins: uma análise preliminar do conteúdo jornalístico**. I Encontro de História da Mídia da Região Norte Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. Universidade Federal do Tocantins. Palmas. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/JORNALISMO%20CULTURAL%20NO%20TOCANTINS%20UMA%20ANALISE%20PRELIMINAR.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo Cultural no século 21**. São Paulo: Summus, 2015.

CASTRO, Darlene Teixeira; PÔRTO JUNIOR, Francisco Gilson Rebouças. **A hipótese da agenda-setting: introduzindo conceitos**. In: PÔRTO JR, Gilson.; MORAES, Nelson Russo de; OLIVEIRA, Daniela Barbosa de; SANTI, Vilso Junior (Orgs.). *Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo*, Vol. 1: Teorias do agendamento, priming e framing [recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS: Editora Fi /Boa Vista: Editora da UFRR, 2018. 258 p.

CEVASCO, M. E. B. P. S. **Dez lições sobre estudos culturais**. 2 ed. São Paulo: Boitempo, 2008.

CHONG, D; DRUCKMAN, J. N. A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments. **Journal of Communication** 57 (2007) 99–118 ^a International Communication Association, 2007.

ENTMAN, Robert. Framing Bias: **Media in the Distribution of Power**. *Journal of Communication*. v, 57, n.1, 2007. p. 163-173.

ENTMAN, Robert M. **Framing**: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51-58. Dec. 1993. Disponível em: http://ltcead.nutes.ufrj.br/constructore/objetos/entman_93.pdf. Acesso em: 20 jun. 2019.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**. Boston: Northeastern University Press, 1986.

MACÊDO, Thaize Ferreira. **Contribuições da análise de enquadramento ao estudo sociológico da produção de notícias**. In: PÔRTO JR, Gilson.; MORAES, Nelson Russo de;

OLIVEIRA, Daniela Barbosa de; SANTI, Vilso Junior (Orgs.). *Media effects: ensaios sobre teorias da Comunicação e do Jornalismo*, Vol. 1: Teorias do agendamento, priming e framing [recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS: Editora Fi /Boa Vista: Editora da UFRR, 2018. 258 p.

MCCOMBS, M, et al. **Candidate image in Spanish elections: second-level agendasetting effects**. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 74 (4), p. 703-717, 1997.

PORTO, Mauro. **Agendamento da política**. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004. p. 73-104.

TROQUEZ, Marta Coelho Castro. **Conceituações de Raymond Williams sobre Cultura como fundamento para o currículo comum**. In: Interletras: Revista Transdisciplinar de Letras, Educação e Cultura da UNIGRAN. Dourados, v.2, n.13, mar/ago. 2011.

WEAVER, D. H. "Thoughts on Agenda setting, Framing, and Priming". In: **Journal of Communication**, 57 (1), 2007, p. 142-147.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**. Tradução de Leônidas H. B. Hegenberg, Octany Silveira da Mota e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, 1969.

_____. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

Capítulo 7

A problematização da perspectiva comunicacional de Lasswell para o estudo fotográfico de indígenas Yanomami em Roraima

*Berto Batalha Machado Carvalho*¹

*Lisiane Machado de Aguiar*²

Introdução

O conhecimento e a cultura estruturam o modelo triádico da comunicação entre os homens, a partir da fala, da escrita e da foto, que surge da necessidade de trabalhar em grupo, de contribuir com a construção da sociedade. Durante a pesquisa, não encontramos nenhum trabalho científico que trate especificamente sobre este modelo, no entanto, resolvemos propô-lo aqui.

A teoria funcionalista elaborada pelo cientista político e pesquisador americano Harold Dwight Lasswell³ (1902 – 1978), pode ser aplicada a qualquer modelo da área da comunicação contemporânea, principalmente, devido ao impacto gerado pelos veículos de comunicação de massa que nos alcançam diuturnamente.

Lasswell inspirou-se na observação da propaganda política, produzida no início de século XX, em Chicago, para desenvolver sua teoria. Ele

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR). Emails: bertobatalha@gmail.com

² Professora-Pesquisadora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação PPGCOM – UFRR). Email: lisia-guiar@gmail.com

³ “Harold Lasswell é um autor comumente citado pelo campo da Comunicação como um de seus pioneiros, no que tange ao estudo da propaganda no início do século XX e também em relação ao desenvolvimento do campo comunicacional, com a criação do famoso modelo que leva seu nome” (CARVALHO, 2012, p. 7).

acreditava que a sociedade era manipulada por meio das informações divulgadas pelos veículos de comunicação de massa – da intenção da emissão da mensagem ao *feedback* do receptor.

Neste sentido, a presente pesquisa caracteriza-se como pesquisa bibliográfica, realizada a partir da coleta de dados de artigos científicos, livros, revistas e jornais (impressos e *online*), que abordam os conceitos desenvolvidos por Lasswell. Nosso objetivo geral é estudar o seu modelo paradigmático como uma possibilidade de analisar a mensagem fotográfica. Para isso, são feitas análises de fotos de indígenas Yanomami, produzidas pela fotógrafa Claudia Andujar, em Roraima, no final do século XX. As fotos foram divulgadas na matéria “Um mergulho na cultura Yanomami”, publicada pelo jornal El País, versão *online*, em dezembro de 2018.

O método de pesquisa utilizado para o desenvolvimento do trabalho é o dedutivo, pois trata o tema abordado do geral para o específico. Neste caso, partindo da teoria de Lasswell e suas funções na sociedade até a breve análise das fotografias dos Yanomami em Roraima.

As fotos expostas neste trabalho possuem uma especificidade relevante para o estudo, pois no corpo da produção existe a intenção do autor/produtor em transmitir uma mensagem, por meio de um veículo de comunicação, para um público que possivelmente desconhece a cultura Yanomami.

Sendo, assim, os conceitos de Lasswell e a fotografia são de grande valor para a humanidade, para a Amazônia e para Roraima, por resguardar a história em imagens técnicas e nos permitir conhecer o contexto histórico social daquele período. Além disso, as pesquisas em comunicação, de modo geral, são relevantes a alunos, professores, à academia e à ciência.

Teoria de Lasswell: Causa e Efeito

Estudar a epistemologia da comunicação exige entender o contexto filosófico e científico entorno da própria ciência. Para que sejam concretizados, os estudos em comunicação devem ater-se a algum veículo e/ou

meio – jornal impresso, rádio, televisão, fotografia, entre outros. Somente, assim, têm-se condições para analisar o objeto de pesquisa proposto pelo autor.

Na contemporaneidade, existem diversas teorias e pesquisas no campo da comunicação social ou comunicação de massa. No entanto, o modelo de Lasswell⁴ é considerado um dos estudos pioneiros da área, atuando como base para estudos contemporâneos.

Lasswell sustentou que uma forma de descrever um acto de comunicação é responder a cinco questões: **Quem? – Diz o Quê? – Em que Canal? – A Quem? – Com que Efeitos?**⁵ O modelo de Lasswell, embora seja útil para descrever qualquer acto comunicativo, foi, originalmente, pensado para a descrição da comunicação mediada através dos *mass media*⁶ (*media* é o plural de *medium*), ou seja, dos meios de comunicação de massas, também designados por meios de difusão ou por meios de comunicação social (SOUSA, 2006, p. 79).

A teoria de Lasswell abrange todos os elementos que compõem o processo comunicativo. Em seus primeiros estudos, o pesquisador acreditava que a mensagem proposta pelo emissor causava efeitos somente ao receptor. Segundo ele, “a comunicação era intencional (o emissor estava consciente dos estímulos que gostaria de provocar no receptor e, portanto, criava estratégias para alcançar esse objetivo), e os papéis do emissor e do receptor eram distintos e separados” (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 6).

Na verdade, o processo entre emissor e receptor ocorre de maneira indefinida, ou seja, a interpretação da mensagem e uma possível resposta a torna uma nova mensagem que, por conseguinte, pode ser enviada ao emissor, invertendo os papéis entre os autores.

⁴ “Harold Lasswell nasceu em 13 de fevereiro de 1902, em Donnelson, Illinois, nos Estados Unidos, filho de um pastor presbiteriano e uma professora. Já na escola, Lasswell era considerado um gênio, o que fez com que ganhasse uma bolsa, ainda aos 16 anos, para a prestigiada Universidade de Chicago, onde se formou em Filosofia e Economia, em 1922, quando passou também a ministrar aulas em Ciência Política” (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 2).

⁵ Grifo do autor

⁶ Grifo do autor

De algum modo, é um modelo que propõe a ideia de que a iniciativa de um acto de comunicação é sempre do emissor e que os efeitos ocorrem unicamente no receptor, quando, na verdade, um acto comunicativo não tem início bem definido e emissores e receptores se influenciam mutuamente (SOUSA, 2006, p. 79).

A ideia do americano, então, baseia-se na capacidade de persuasão da mensagem, capaz de controlar/manipular os receptores da informação, como prevê a própria teoria da agulha hipodérmica⁷. “Para Lasswell, a propaganda era capaz de manipular as crenças, atitudes e ações do público. Essa posição é, até certa medida, herdeira de uma tradição aristotélica, onde a comunicação era, sobretudo, um ato político e intencional, direcionado para influenciar” (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 3). Percebe-se, por meio dos conceitos aristotélicos, que desde os primórdios do estudo da sociedade, a comunicação já era considerada uma forma de influenciar pessoas.

O pensamento de Lasswell formou-se ao longo dos anos por sua experiência adquirida durante a Primeira Guerra Mundial e, também, a partir da observação das propagandas políticas daquele período – início do século XX, que tinham caráter manipulador.

Em 1922, com a experiência da Primeira Guerra Mundial, já tinha uma boa noção de como a comunicação de massa era importante em termos políticos. Foi nessa época que Lasswell voltou seus estudos para as relações entre política, psicologia e comunicação, tomando como objeto a propaganda (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 2).

Ocorreram muitas mudanças devido aos avanços tecnológicos. Na contemporaneidade, podemos citar o surgimento e a ascensão da internet. Fato que contribuiu para que as propagandas continuem a persuadir a

⁷ “A Teoria da Agulha Hipodérmica formulada e estabelecida por Harold Lasswell denunciava como as propagandas veiculadas no rádio, principal meio de comunicação de massa do período entreguerras, poderia atingir e manipular a população. Isso culminou em um verdadeiro impacto teórico e, naturalmente, assustou a sociedade” (SOUSA; MELO; MORAIS, 2014, p. 539).

sociedade, principalmente em relação ao consumo e a outros comportamentos.

Por outro lado, devemos admitir, no âmbito filosófico e intelectual, que temos a opção e a condição de acreditar ou não na mensagem, logo, podemos decidir o que comprar ou o que consumir, assim como podemos optar por uma vida menos capitalista, embora seja muito difícil nos dias atuais. Nota-se, contudo, que a recepção da informação, direta ou indiretamente, engloba toda a sociedade devido à disseminação e fácil acesso ao conteúdo.

As pesquisas de Lasswell podem ser destacadas também por sua versatilidade. Apesar de ser considerada uma superação da Teoria Hipodérmica, também poderia ser apropriada por esta em algumas situações. No fundo a concepção de um receptor como uma mera caixa de ressonância deu suporte teórico tanto às pesquisas funcionalistas americanas, quanto para a Teoria Crítica (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 7).

Além dos acontecimentos da Primeira Guerra Mundial, Lasswell também foi fortemente influenciado pelo Behaviorismo - estudo sobre as características psicológicas do homem analisadas por meio do comportamento, partindo do princípio de que todo comportamento corresponde à resposta a um estímulo.

Para Lasswell os processos comunicativos eram assimétricos (considerando a passividade do receptor em relação ao emissor, único capaz de provocar estímulos), a comunicação era intencional (o emissor estava consciente dos estímulos que gostaria de provocar no receptor e, portanto, criava estratégias para alcançar esse objetivo), e os papéis do emissor e do receptor eram distintos e separados. Essa última característica deixava claro as bases teóricas que até então davam suporte as pesquisas em Comunicação: sociedade de massa e psicologia behaviorista (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 6).

A tese de doutorado intitulada *Propaganda techniques*, defendida por Lasswell em 1926, “centra suas discussões na análise de conteúdos simbólicos e não simbólicos das propagandas, voltando-se para a análise dos temas mais comuns na propaganda de guerra americana, inglesa, francesa

e alemã durante a Primeira Guerra Mundial” (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 3).

Durante o período de guerra, além das propagandas no rádio, havia cartazes, selos e cartões postais que eram disseminados para convocar a população a contribuir de alguma forma, até mesmo com mão de obra.

Desse modo, o paradigma lasswelliano visa destrinchar o funcionamento da comunicação em sua base epistemológica e, a partir disso, descobrir quais os objetivos envolvidos no processo de produção e emissão da mensagem. “O modelo de Lasswell é um modelo claramente funcionalista, pois atomiza e articula em vários segmentos *funcionais*, objetivados, o fenómeno da comunicação, propondo, conseqüentemente, vários campos de estudo” (SOUSA, 2006, p. 79).

O modelo funcionalista foi o primeiro passo para este tipo de pesquisa e é considerado um paradigma justamente por conta disso. Inclusive, os estudos sobre comunicação de massa foram vendidos para empresas privadas e instituições públicas, envolvendo até mesmo o Governo americano.

A obra de Lasswell é o primeiro grande fôlego do funcionalismo americano nas pesquisas em Comunicação. Seu trabalho se volta para compreender as funções da comunicação e, ao mesmo tempo, analisar o efeito do impacto desta. Numa clara tentativa de vender os resultados dessas pesquisas às grandes corporações preocupadas com a questão do consumo. É importante observar que essa era uma prática comum entre os pesquisadores americanos do campo da Comunicação. O poder dos meios inquietou as grandes instituições (inclusive o Governo), que financiaram boa parte das pesquisas nessa área, especialmente até a década de 60. Isso, em certa medida, explica o caráter pragmático e empírico dos estudos de Lasswell (SOUSA; VARÃO, 2006, p. 7).

Seguindo esta linha de raciocínio, pretende-se aqui, além de analisar as fotografias a partir do paradigma lesswelliano, compreender, também, o caminho epistemológico da comunicação até chegarmos ao processo fotográfico.

Portanto, antes de analisarmos a fotografia Yanomami, explanaremos sobre a fala, a escrita e a fotografia – que consideramos os três pilares da comunicação contemporânea, pois, o que é estudado neste campo, como a TV, o rádio, o cinema, o jornal impresso ou digital, passa primeiramente por estes três segmentos que formam o modelo triádico da comunicação que propomos neste trabalho.

Logo após a explanação da tríade da comunicação, utilizaremos o modelo funcionalista, paradigma lasswelliano, para a análise das fotografias. É importante ressaltar e considerar o presente artigo como um estudo embrionário, sendo possível aprofundá-lo em pesquisas futuras.

O modelo triádico da comunicação

Neste tópico, explanaremos breves conceitos sobre a fala, a escrita e a fotografia, por entendermos que estes três pilares formam o modelo triádico da comunicação contemporânea. Epistemologicamente, a teoria de Lasswell percorre com autoridade científica por qualquer uma dessas áreas – que surgiram cronologicamente em momentos distintos com o intuito, primeiramente, de se comunicar e dar continuidade à documentação da história humana. Por isso, é importante entender este processo.

Não se sabe exatamente quando, mas o homem começou a falar. A necessidade de se comunicar em grupo, de estabelecer normas e de acarretar funções a cada membro de uma comunidade, a partir da produção de ferramentas e da aptidão de cada homem em controlá-las, deu origem ao que chamamos de fala. Este foi o primeiro método concreto de comunicação que o ser humano encontrou para fazer negociações e para demonstrar suas intenções dentro do grupo.

Frequentemente, a linguagem verbal é referida como processo básico para a comunicação humana – como o sistema de regras que a define e que estabelece ofertas e restrições ao que se pode ou não expressar e mesmo pensar. Seria o código que viabiliza, ainda que com limitações, o entendimento entre os que o possuem. Tomada ao pé da letra, essa perspectiva corresponderia a considerar

a linguagem verbal como a base sobre a qual se realiza a comunicação (BRAGA, 2015, p. 1).

Neste contexto, as formas de atividade ditam a produção da comunicação: os caçadores precisavam se entender naquele determinado momento para capturar a caça; as mulheres precisavam se entender para dividir experiências dentro da comunidade, seja como mãe ou desempenhando qualquer outro tipo de função. Neste contexto, levando em consideração o cunho epistemológico, podemos dizer que a comunicação humana começa antes de nascermos, no ventre da mãe. “A linguagem é um meio e não uma simples faculdade: é por isso que, na filogênese, por mais longe que possamos ir, ela não aparece após o homem” (RASTIER, 2009, p. 109).

A fala é a primeira forma de comunicação concreta – no sentido de possuir um sistema que a rege, significados compreensivos com estrutura formada ou em formação. Essa diferença, entre gestos/gritos/sons e a fala consolidada, é perceptível, por exemplo, na diferença entre a forma de se comunicar de um bebê (gestos e gritos) e de um adulto (fala).

Desenvolvemos esta forma de comunicação, por meio da voz, devido à necessidade de entendermos uns aos outros. Portanto, o homem passa a construir a sociedade junto aos demais cidadãos, desenvolvendo tecnologias, ferramentas e máquinas como a câmera fotográfica ou o computador, que são utilizadas para armazenar milhares de informações e desempenhar outras funções cujo cérebro humano não é capaz.

Não iremos nos prolongar sobre o surgimento e a importância da fala, este breve texto discorre superficialmente sobre o tema para que seja contextualizado à pesquisa. O mesmo se aplica ao surgimento da escrita e da fotografia, que abordaremos posteriormente.

Sabemos que existem outras formas de comunicação criadas pelo homem. Apesar disso, no sentido epistemológico, nenhuma delas é acessível, enraizada e/ou utilizada pela sociedade mundial como os três pilares da comunicação – a tríade comunicacional.

Acredita-se que, ainda na pré-história, surge a necessidade do homem em utilizar símbolos matemáticos para administrar e controlar seus bens, principalmente em relação à produção agrícola e de gado. Assim, o ser humano passa a fazer operações de contabilidade por meio da escrita.

Logo, com o avanço da agricultura e da pecuária, o homem possui mais tempo para dedicar-se a outras atividades. “O desenvolvimento da agricultura gerou um aumento das reservas alimentares, possibilitando uma maior especialização das atividades artesanais e técnicas, acentuando a divisão social do trabalho” (POZZER, 1998/1999, p. 61).

De fato, não sabemos ao certo quando a escrita surgiu. Mas, foi neste período histórico – ascensão da agricultura, que os primeiros registros escritos foram datados, há mais de 3.000 mil anos a.C, no continente africano. “A ideia da escrita surgiu ainda na pré-história, mas os documentos mais antigos conhecidos datam de 3.200 a.C. São tabletes de argila com escrita cuneiforme e foram encontrados na cidade de Uruk, no sul da Mesopotâmia” (POZZER, 1998/1999, p. 61).

A partir de então, as sociedades passam a documentar informações sobre seu povo por meio da escrita, naquele período, denominada de cuneiforme⁸. Naquele período, a difusão deste conhecimento acontecia timidamente. A técnica era acessível a poucas pessoas devido à dificuldade do processo de ensino, aprendizagem e compreensão do método.

Desde então, a escrita passou por diversas transformações e adaptações ao longo dos séculos até chegarmos ao que conhecemos nos dias atuais. Na contemporaneidade, por exemplo, “a leitura e a escrita são fatores fundamentais para a inserção do ser humano na atual sociedade. As cobranças por esses dois elementos tem sido cada vez mais acirrado para os jovens e os adultos na escola, e no mercado de trabalho diariamente” (SILVA, 2016, p. 2).

⁸ A escrita cuneiforme, realizada por meio de ferramentas em formato de cunha - de metal ou madeira, é “o resultado da incisão de um estilete, impressa na argila mole, com três dimensões (altura, largura e profundidade)” (POZZER, 1998/1999, p. 62).

A explanação da escrita é muito mais abrangente e profunda do que estamos propondo nesta pesquisa, no entanto, como dito, nosso intuito é apresentar uma breve explanação sobre o tema para seguirmos à fotografia, o terceiro pilar da comunicação em ordem cronológica.

É por meio da máquina que o homem do século XXI desenvolve as atividades sociais e trabalhistas. Computador, *smartphone*, internet (satélite), câmeras fotográficas, carros, enfim, os homens criam novas realidades a partir do diálogo com as máquinas. As máquinas tornaram-se extensões do corpo humano, assim como as ferramentas. É neste contexto que surge a câmera fotográfica.

Cientistas e pesquisadores ao redor do mundo contribuíram para a formação da fotografia com experiências e pesquisas. O descobrimento da câmara escura (caixa preta totalmente vedada da luz) foi o primeiro passo para o surgimento da fotografia, por se tratar de um objeto que reproduzia a imagem exposta a luz.

A câmera fotográfica faz emergir um novo método/técnica de fazer comunicação, de produzir informação e/ou dados. Assim, é possível analisar e interpretar uma nova realidade: a fotografia e suas representações. É importante lembrar que quando discorremos sobre a foto, englobamos suas ramificações - produção audiovisual: documentários, filmes, novelas, programas de TV. Afinal, são quadros fotográficos expostos em um curto espaço de tempo, dando sensação de movimento.

Portanto, a fotografia é uma forma de obter registros que servem como fonte documental, com representações e significados que refletem o modelo e os efeitos da teoria de Lasswell.

A Teoria de Lasswell na Análise Fotográfica

Neste item da pesquisa, utilizamos a teoria funcionalista de Lasswell para fazer a análise fotográfica. A teoria nos possibilita destrinchar, por meio das fotos, todo o contexto histórico social daquele momento, percorrendo, além da vida e obra de Cláudia Andujar, a cultura e costumes

indígenas. O processo analítico, então, nos permite conhecer e interpretar a mensagem da foto; a intenção do autor; o meio utilizado para a sua produção; a recepção e o efeito causado pela imagem fotográfica.

A análise que propomos utiliza fotos de indígenas Yanomami, em Roraima, no final do século XX. Produzidas por Claudia Andujar, as fotos foram divulgadas pelo jornal *El País*, versão *online*, em matéria publicada em dezembro de 2018, intitulada “Um mergulho na cultura Yanomami”⁹.

A fotógrafa chegou ao Brasil na década de 1950, depois de fugir dos conflitos da Segunda Guerra Mundial – período em que perdeu parte da família, inclusive seu pai, devido à perseguição aos judeus em parte da Europa. Ela nasceu em 1931, é naturalizada brasileira e considerada uma das maiores profissionais da área no país, principalmente pelo trabalho desenvolvido junto aos Yanomami em Roraima.

A extensa obra fotográfica de Claudia Andujar sobre os índios Yanomami foi desenvolvida entre os anos 1970 e 1980 e compõe, no contexto da fotografia contemporânea, a iconografia dos povos indígenas no Brasil. (...) Em 1971, uma edição especial da *Realidade* sobre a Amazônia a conduz até os Yanomami. Essa viagem marcou sua carreira e sua vida, pois a partir dessa experiência, Claudia decide abandonar São Paulo para viver entre Roraima e Amazonas junto aos índios com o objetivo de compreender e vivenciar a cultura desses povos (AZEVEDO, 2017, p. 1).

Em suas obras, Andujar deixa perceptível a sua aproximação/relação íntima com os índios, construída ao longo de aproximadamente 30 anos. Inclusive, em suas fotos, observamos como os indivíduos representados na imagem sentem-se a vontade com a presença dela. Para Lasswell, a teoria funcionalista aplica-se a todo esse contexto do momento de captação e emissão da mensagem. A tabela 1, a seguir, nos mostra resumidamente as ideias paradigmáticas do cientista político:

⁹ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/14/album/1544820031_646949.html#foto_gal_1 Acesso em: 23 ago. 2019.

Tabela 1 – Processo comunicacional

| | |
|------------------|---|
| Quem? | Estudos sobre o emissor e a emissão das mensagens |
| Diz o quê? | Análise do discurso |
| Por que canal? | Análise do meio |
| A quem? | Análise da audiência e estudos sobre o receptor e a recepção de mensagens |
| Com que efeitos? | Análise dos efeitos das mensagens e da comunicação |

Fonte: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequsa-comunicacao-media.pdf>

Seguindo este raciocínio, no primeiro contato com a Imagem 1, podemos problematizar os estudos sobre o emissor e a emissão das mensagens. Claudia Andujar, autora da mensagem, tenta traduzir a riqueza cultural do povo Yanomami ao apresentar parte de seus costumes, crenças e rituais. A leitura visual da foto faz emergir sentimentos. Trata-se, pois, de uma consciência imediata tal qual é. Nenhuma outra coisa senão pura qualidade de ser e de sentir. No caso da imagem analisada, há certa curiosidade e mistério, por ser um ritual. Sente-se, também, certa magia na relação entre Andujar e o que ela está observando naquele momento.



Imagem 1 – “As festas do povo yanomami obedecem a rituais específicos, que podem durar dias ou semanas. A fotógrafa Claudia Andujar tenta interpretar em imagens a magia desses momentos para os indígenas”.

Fonte: brasil.elpais.com

Em um segundo momento (análise do discurso) trata do conhecimento empírico e científico a respeito do objeto ou cena exposto na fotografia para entendermos seus significados - as representações de uma

realidade reconhecida durante a interpretação do receptor da mensagem. A Imagem 1, por exemplo, nos permite conhecer as características específicas da etnia representada: seus traços, o corte de seus cabelos, as pinturas em seus corpos, suas vestimentas, e seus acessórios nos braços, pescoço e cabeça.

Além disso, no centro da foto, em segundo plano, um indígena que aparenta ser o mais velho entre os outros, segura um facão - símbolo do contato com o não índio, enquanto os demais seguram arcos. O mesmo é o único que usa colar e parece cantar naquele momento - norteador do ritual. A cena, possivelmente, representa sua posição hierárquica entre os membros.

No mais, sabemos que o evento ocorre em uma comunidade Yanomami devido ao conhecimento do trabalho realizado por Andujar. Assim, uma pesquisa mais aprofundada pode nos revelar ainda mais sobre o contexto sociocultural envolto da fotografia para mostrar o quão importante ela é à humanidade, o quanto se faz necessária.

Já a análise do meio, terceiro momento da análise, corresponde à camada de inteligibilidade, ou pensamento, através da qual representamos e interpretamos o mundo. Neste contexto, a foto é um veículo capaz de representar determinada realidade, cuja interpretação requer associação dos signos observados aos signos externos - conhecimento empírico e científico.

Neste caso, podemos observar a técnica que Andujar tenta transmitir: o ângulo, o enquadramento e a sensação de movimento - causada pela exposição mais longa do ato fotográfico. Ainda como parte do estudo do meio, sabe-se que a foto da Imagem 1 é apresentada em formato digital, JPG e em preto e branco. Possui dimensões de 980 x 658, com tamanho de 195 KB - o que significa uma imagem com baixa qualidade gráfica/digital.

Por fim, para analisar o receptor, a recepção da mensagem e os seus efeitos, precisamos saber que as primeiras fotos dos Yanomami produzidas por Claudia Andujar foram para a Revista Realidade, no início dos anos 60.

O intuito era explicar a cultura daquele povo ao Brasil e ao mundo, como de fato aconteceu por meio de publicações nacionais e internacionais.

Os efeitos de sua fotografia são notáveis, mas o principal deles é que, por conta do seu profundo envolvimento com os indígenas, tornou-se ativista e um dos pilares para a criação da Terra Indígena Yanomami, efetivada em 1992. Portanto, por meio da fotografia, Andujar alcançou um dos intuitos do seu trabalho: lutar pela causa das minorias¹⁰.

Deste modo, apresentamos até aqui um esboço da análise e problematização dos conceitos de Harold Lasswell aplicados ao estudo de uma das fotografias, de indígenas Yanomami, produzida por Claudia Andujar. Contudo, é importante ressaltar que este trabalho é embrionário e está aberto a críticas, a observações e a alterações para que possamos chegar a conclusões ainda mais concretas.

Considerações Finais

A problematização da teoria de Lasswell para o estudo fotográfico dos indígenas yanomami, em Roraima, nos permite conhecer o contexto histórico científico daquele determinado tempo e espaço, distante da nossa realidade, tendo em vista que as fotos foram produzidas no século XX.

De fato, destrinchar a fotografia por meio do modelo lasswelliano nos possibilitou adquirir conhecimento sobre o contexto histórico científico contido nas representações expostas, e, além disso, saber mais sobre quem a produziu: Claudia Andujar.

Seguindo este pensamento, concluímos que a análise da fotografia é baseada em aspectos iconográficos: equipamentos e técnicas (câmera, luz, ângulo, enquadramento). E aspectos iconológicos: contexto sociocultural em que o objeto ou cena está inserido; além da intenção do fotógrafo em produzir a foto; a mensagem; como foi produzida; para quem foi produzida; e os efeitos provocados pela mesma.

¹⁰ Sua atuação junto aos indígenas vai além da experiência como fotógrafa, ela se engaja na causa, especialmente dos povos Yanomami, dedicando seu tempo em defesa dos direitos territoriais e de sobrevivência daquele povo. Fotografou os Yanomami, com os quais tinha uma relação afetiva, durante mais de vinte anos (AZEVEDO, 2017, p. 5).

Este procedimento, de destrinchar as entrelinhas da fotografia por meio do modelo comunicacional lasswelliano, também nos permite conhecer os sentimentos e a magia que Claudia Andujar transmite em torno do ritual representado em sua obra.

Dessa forma, a aproximação de Claudia Andujar do povo yanomami é um fato que beneficiou e fomentou suas pesquisas, sendo de extrema importância à academia, professores e estudantes da área. A fotografia, então, culminou e possibilitou uma das maiores conquistas de Andujar: a demarcação da Terra Indígena Yanomami. Dessa forma, fica claro que os efeitos da fotografia, de um modo geral, podem ser positivos e relevantes à sociedade.

Referências

- AZEVEDO, Dúnya. **A imagem do índio na fotografia: entre documento e invenção**. Artigo online. XXXI Congresso Alas, Uruguay, 2017. Disponível em: <http://alas2017.easyplanners.info/opc/tl/1744_dunya_azevedo.pdf>. Acesso em: 14/07/2019.
- BRAGA, José Luiz. **O grau zero da comunicação**. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS, 2015, 19 p. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/joseluiz-textocompleto_2827.pdf>. Acesso em: 27/06/2019.
- CARVALHO, Rafiza Luziani Varão Ribeiro. **Harold Lasswell e o Campo da Comunicação**. Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2016. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/33544162.pdf>>. Acesso em: 11/08/2019.
- PERLES, João Batista. **Comunicação: conceitos, fundamentos e história**. Biblioteca online de ciências da comunicação, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/listas/tematica.php?codtema=7>>. Acesso em: 18/08/2019.
- POZZER, Katia Maria Paim. **Escritas e escribas: o cuneiforme no antigo Oriente Próximo**. Revista *Classica*, Sao Paulo, v. 11/12, n. 11/12, 1998/1999. Disponível em: <<https://revista.classica.org.br/classica/article/download/449/389>>. Acesso em: 18/07/2019.

RASTIER, François. **Tem a linguagem uma origem?**. Revista Brasileira de Psicanálise - Volume 43, n. 1, 105-117, 2009. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbp/v43n1/v43n1a13.pdf>>. Acesso em: 10/07/2019.

SILVA, Rachel Bonfim da. **A importância da leitura e da escrita como forma de (re) socializar os alunos da modalidade de educação de jovens e adultos do ensino médio no presídio feminino e masculino na cidade de São Luís**. III Congresso Nacional de Educação (CONEDU) – Natal – RN, 2016. Disponível em: <http://www.editorarealize.com.br/revistas/conedu/trabalhos/TRABALHO_EV056_MD1_SA12_ID773_27032016165026.pdf>. Acesso em: 18/07/2019.

SOUSA, Janara Kalline Leal Lopes de; VARÃO, Rafiza. **Harold Lasswell**: as contribuições do “paladino” do saber comunicacional. VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Universidade Católica de Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/89974872763076237253875879774728175707.pdf>>. Acesso em: 12/07/2019.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª edição – revista ampliada, Porto, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>>. Acesso em: 11/07/2019.

SOUZA, Rose Maria Vidal de; MELO, José Marques de; MORAIS, Osvando J. de. **Teorias da comunicação**: correntes de pensamento e metodologia de ensino. Coleção GPs, v. 14, Intecom – São Paulo, 2014, 551 p. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba84of439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>>. Acesso em: 16/07/2019.

Capítulo 8

O jornal o átomo (1953-1956): possibilidade de pesquisa culturoológica

*Áquilas Torres de Oliveira*¹

*Gustavo Frosi Benetti*²

Introdução

A Comunicação tem sido um ambiente muito produtivo para áreas multidisciplinares, em que é possível sob uma análise culturoológica perceber melhor o indivíduo e o coletivo em suas relações humanas. Dentre os processos comunicacionais, podemos nos direcionar para os jornais periódicos e perceber as atividades musicais e compreender, com base em uma aproximação analítica, seus significados e representações.

De acordo com Trinta e Pollistcuk (2003, p. 55-56) paradigma “supõe 'ordenação'”, 'Série organizada de apontamento', ou 'conjunto de formulações genéricas’”. Como algo consolidado depois de divergências. “Paradigma põe-se em paralelo à “visão dominante em dada comunidade científica, em dada época histórica”.

Por sua vez, Thomas Kuhn (1970), na obra *A estrutura das revoluções científicas*, busca compreender os processos históricos da ciência nas mudanças científicas, destacando o contexto das ações dessa forma de conhecimento. A historicidade da ciência é o foco desse trabalho.

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR). E-mail: aquilas.torres@ufrr.br

² Professor-Pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFRR). E-mail: gustavo.benetti@ufrr.br

Para Kuhn (1970, p.13), a base das ações científicas são os paradigmas, que são [...] “as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem problemas e soluções modelares para uma comunidade de praticantes de uma ciência”. O paradigma funciona como uma unidade metodológica macro que padroniza a racionalidade e é aceito pela comunidade científica e que passa a influenciar outros trabalhos. Nesse modelo apesar de trazer respostas, restringe problemas possíveis de serem investigados.

O paradigma estabelecido caracteriza a Ciência Normal, aquela que também está estabelecida. A sua consolidação é antecedida por um momento mítico ou irracional, denominada por Kuhn (1970) de pré-ciência.

O estágio posterior é chamado de Ciência Extraordinária ou Ciência Revolucionária, que é quando ocorre uma ruptura com a estrutura da Ciência Normal. Nesse novo modelo é adotado outro paradigma que caminha para ser uma ciência normal, até que haja um esgotamento de suas reflexões. Nessa visão percebe-se a ciência dentro do seu contexto histórico, com vista numa consideração coerente, avaliando-a com os valores científicos de sua própria época.

Os valores científicos, em Kuhn (1970), são sempre momentâneos, e o seu estabelecimento segue um processo iniciado pelo período Pré-paradigmático, em que existe um conflito de ideias na classe científica. Na Ciência normal, existe uma certa unanimidade nas teorias aceitas; seguido da Crise, em que já não existe um consenso paradigmático na classe científica, havendo um esgotamento na geração de problemas e soluções; motivando a Ciência Extraordinária que são novas teorias científicas que buscam suprir esse esgotamento; gerando por sua vez uma Revolução Científica; e com a consolidação da teoria por parte da ciência, tem-se então um Novo paradigma.

O cientista ao escolher um paradigma, escolhe uma forma de análise, não uma aproximação neutra, é uma escolha de como perceber o objeto. “Adotar um paradigma significará firmar um ponto de vista, não somente

porque assim se vê de perto, mas também porque, indiscretamente, se determina o modo pelo qual se vai exercer um olhar” (TRINTA e POLLISTCUK 2003 p. 57)

Paradigma influencia olhares e delimita tipos de explicação, baseados em modelos firmados em um conjunto de teorias, que orientam hipóteses e determinam juízos. “Todo o paradigma serve à introdução de um 'feixe de incertezas e convicções', [...] que autoriza a formulação de 'perguntas legítimas e oportunas', acompanhadas dos protocolos científicos que encaminham as suas respostas” (TRINTA e POLLISTCUK, 2003, p. 57)

Conforme Trinta e Pollistcuk (2003) os paradigma pensados como modelos gerais, é a base em que serão construídas as teorias científicas, que serão protótipos, e gerarão modelos produto da base teórica escolhida serão absorvidos por uma norma.

Na pesquisa em Comunicação é um onde tem sido visto um terreno fértil de ações multidisciplinares, motivada pela fragilidade na consolidação paradigmática e/ou epistemológico. Considerada como um ponto de interseção das ciências humanas, muito mais do que ser uma disciplina científica com bases autônomas (TRINTA e POLLISTCUK, 2003, p. 63).

Segundo Trinta e Pollistcuk (2003) são destacados sete paradigmas na área da Comunicação, entre eles temos o Funcionalista-pragmático; Matemático informacional; Conceitual ou crítico-radical; Conflitual-dialético; Culturológico; Midiológico; e o Tecnológico-interacionista. Destaca-se nesta discussão o Paradigma Culturológico para a aproximação com análise de jornais históricos no contexto de Roraima.

O Paradigma Culturológico

Na década de 1960 nas pesquisas em Comunicação inicia-se o Paradigma Culturológico, que tem como nomes iniciais o sociólogo Edgar Morin, o semiólogo Roland Barthes e estudioso de cultura Umberto Eco. Tal modelo se opõe a Teoria-crítica, buscando uma interpretação na

antropologia cultural, dando menos importância aos meios de comunicação e mais a “‘produções significativas’ da ‘indústria da cultura’ como filmes seções de jornais, revistas especializadas, histórias em quadrinhos, ficção de TV e etc” (TRINTA e POLLISTCUK, 2003, p.126).

Nesta perspectiva existe uma visão diferente com relação a Indústria cultural, sendo ela vista não apenas como “máquina” de manipulação da massa populacional. Percebe-se a cultura de massa, mas o seu foco passa a ser as estruturas sociais, a vida social e a relação privada de grupos e indivíduos. Outra característica é a de que ao se aproximarem sobre esse novo viés, a análise parte de princípios não ligados a conceitos comumente estabelecidos ou vinculados a classe dominante.

Diferente dos frankfurtianos que entendem a cultura a serviço da política, esta corrente coloca a política como um fato cultural (TRINTA e POLLISTCUK, 2003). Assim também percebe a cultura nos meios de comunicação, considerando-os inseparáveis.

A influência do paradigma culturológico na comunicação é motivado pela história cultural que desde o início do século XIX reflete o aspecto cultural. Para Burke (2005) é possível dividir a história da cultura em quatro etapas temporais iniciando com a História Clássica no período de 1800 a 1950; a História Social da Arte de 1930 e 1940; a História Cultural Popular de 1950 e 1960 e a Nova História Cultural a partir dos anos 1970. Tais divisões são propostas didáticas do autor, não sendo etapas rígidas.

Na primeira denominada Clássica tem como origem a Alemanha, sendo o termo “clássico” fazendo referência, tanto a uma base histórica da História cultural, quanto pelos historiadores desse período concentrarem os seus estudos em obras de referência de várias áreas. Tendo como principais nomes o historiador suíço Jacob Burckhardt e historiador holandês Johan Huizinga.

Preocupavam-se com a ligação entre as diferentes artes, buscando entender o “espírito de uma época”, ou seja, buscavam a história da cultura. Como característica distintiva tem a ampliação da hermenêutica, incluindo documentos antes não acessíveis, como pinturas ou poemas, não

restringindo se os documentos eram oficiais ou não. No âmbito da historiografia pensava-se que os documentos produzidos por fontes governamentais eram mais confiáveis, visão defendida, por exemplo, por Leopold Ranke, que considerava esses outros documentos como amadores ou marginais.

A segunda etapa iniciada a partir de 1950 tem como a maior influenciadora a sociologia. A obra marcante, segundo o autor foi *A ética protestante e o espírito do capitalismo* (1904) do sociólogo Marx Weber, que buscava uma explicação cultural para as mudanças econômicas. Seguindo essa mesma influência, temos o sociólogo alemão Norbert Elias. Um dos nomes mais marcantes foi Aby Warburg, que buscava em sua investigação respostas culturais produzidas pela tradição clássica e por suas transformações históricas a longo prazo. Os trabalhos de Warburg influenciaram outros pesquisadores entre eles o historiador Ernst Gombrich; o filósofo Ernst Cassirer; e os historiadores da arte Fritz Saxl, Edgar Wind e Erwin Panofsky.

Em 1933 houve uma saída dos integrantes do Instituto Warburg para Londres, com Saxl e Wind e Estados Unidos, com Cassirer para os onde já estava Panofsky. Essa diáspora ocorreu uma forte influência na produção da história cultural, da história da arte, da sociologia e de certos estilos de filosofia, desses países que acolheram.

Arnold Hauser, com interações marxistas mais convencionais, escreveu a **História social da arte** (1951), Eric Hobsbawm escreveu a **História social do Jazz** (1959) e este buscando aplicação político social da música; Edward Thompson escreveu **A formação da classe operária inglesa** (1963), e influenciou outros trabalhos para o enfoque de grupos não “dignos” dos estudos históricos. Trabalhos que deram novas características a pesquisa histórica no ambiente cultural ligados a sociologia.

Um dos meios de difusão da história cultural foi a revista francesa *Annales*, entre os nomes desta corrente temos Jacques Le Goff e Jean

Claude Schmitt que pensaram sobre a história da cultura popular e deram base para outros estudos.

Em 1960 temos a criação do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, na Universidade de Birmingham, tendo como diretor Stuart Hall, buscando entre outras coisas o aumento da produção da história da cultura popular. A partir de então os estudos em jornais passam a ser influenciados pela reflexão culturoológica que passou a usá-lo como fonte principal de análise científica.

A História cultural em seu modo de entender os documentos válidos para a análise científica veio em oposição a um paradigma Positivista, que teve o seu auge no final do século XIX e início do XX, considerando o documento como representação exata do fato e esgotava-se em si mesmo como prova dos acontecimentos, cabendo ao historiador apenas verificar a “confiabilidade” (LE GOFF, 1996). Por exemplo, teriam maior confiabilidade os que eram produzidos por um órgão oficial do governo.

A essa visão positivista da história atribui-se, entre outros, o nome Leopold von Ranke e de seus seguidores, que não reconheciam a legitimidade da História cultural, pois a viam como menos confiável e utilizavam uma estrutura diferente para análises. A história cultural foi descartada pelos seguidores de Leopold von Ranke, considerada marginal ou amadorística, já que não era baseada em documentos oficiais dos arquivos e não ajudava na tarefa de construção do Estado (BURKE, 2005).

A nova visão da história cultural remonta o início do século XIX na Alemanha com o nome de *Kulturgeschichte*, e nesse primeiro período ficou conhecida como a “grande tradição”. “Antes disso havia histórias separadas da filosofia, pintura, literatura, química, linguagem e assim por diante” (BURKE, 2005, p.10).

Neste novo contexto a imprensa é um meio fértil para a compreensão sobre a visão humana, nas suas representações e idealizações sociais, e a comunicação recentemente entendeu que precisava “[...] incorporamos a perspectiva de que todo documento, e não só a imprensa, é também

monumento, remetendo ao campo de subjetividade e da intencionalidade com o qual devemos lidar” (VIEIRA, 2013, p.01).

Mas a aplicação dos usos dos jornais pode ser muito maior. Segundo Viera (2013, p. 01) “Nos diversos campos de pesquisa, da comunicação à semiótica, da crítica literária à educação, a imprensa aparece como fonte e também como objeto de pesquisa”.

Nesse momento, a imprensa periódica, seja nas suas variedades históricas e de veículos, jornais regionais e locais, grandes jornais diários, revistas nacionais, revistas de variedades, culturais, especializadas ou militantes, gibis, jornais alternativos ou de humor; seja em suas diferentes partes e seções, como editoriais, noticiário corrente, carta de leitores, seção comercial, artigos assinados; ou ainda, nos diversos gêneros e linguagens que se articulam nos veículos, como artigo de fundo ou editorial, a notícia e a reportagem, as crônicas, críticas e ensaios, as cartas e pequenos comentários, a fotografia, o desenho e a charge, o classificado e o anúncio comercial (VIEIRA, 2013, p. 01).

O pesquisador não deve tratar os textos e as imagens contidas nos jornais como espelhos, imagens não problemáticas de seu tempo (BURKE, 2005). Portanto todo o documento tem uma intencionalidade, que deve ser buscada por quem a utiliza. Essa intencionalidade está explícita ou implícita no jornal como expressão de um grupo social, deixando evidenciados seus interesses, para tanto, quem se envolve com esse material histórico precisa descrever as vozes presentes por trás dos textos.

Entende-se o documento como ativo no processo de construção do conhecimento, possível de ser entendido dentro de um processo teórico-metodológico que perceba as suas potencialidades e limitações. Como possibilidades de críticas ao modelo proposto pelos historiadores clássicos da cultura, levanta-se duas considerações marxistas que podem servir como norteadoras para o amadurecimento desse modo de reflexão.

A primeira fala em “superestimar a homogeneidade cultural e ignorar os conflitos” (BURKE, 2005), nesse apontamento deve preocupar-se em não ampliar de maneira demasiada a abrangência da análise, pois

mesmo em grupos consolidados, nunca há unanimidade, e deve-se pressupor o atrito de interesses internos.

A segunda fala é que as “classes dominantes exercem poder não apenas diretamente, pela força e a ameaça da força, mas porque suas ideias passam a ser aceitas pelas 'classes subalternas'” (BURKE, 2005). Essa forma de dominação pode também ser vista nos escritos jornalísticos, sendo de maior dificuldade de serem identificadas, por aparecer de forma velada, tão grande é a eficácia da influência da classe dominante. Talvez a compreensão existente em grande parte dos jornais, seja de grupos dominantes, por questões de manutenção, e menos de grupos subalternos, a identificação da motivação nesses casos seja encontrá-los nas entrelinhas, em outras fontes, nos dados marginais.

Os jornais são produto das representações sociais e podem revelar parte das representações sociais nela expostas, com limitações.

[...] um jornal não corresponde e não divulga toda a realidade do meio ao qual se insere, pois ele seleciona, se posiciona, omite, inverte, reverte, manipula, destaca e oculta os fatos e posições conforme seus interesses, muitas vezes, se expressando como porta-voz de toda uma sociedade, quando na realidade está veiculando os anseios de um grupo minoritário (LEITE, 2015, p.13).

Conforme Vieira (2013) cabe ao pesquisador perceber o projeto editorial em que o jornal está vinculado, para assim, entender como se dá o processo de construção histórica do periódico, usando a aproximação para propor um diagnóstico social e seu posicionamento na memória social, ou seja, a sua relação com o passado/presente/futuro.

Imagens em jornais

Nessa etapa busca-se uma aproximação com as ideias expressas por dois historiadores que aciono como base para o processo de análise de imagens, que são estes: Carlo Ginzburg e Erwin Panofsky. Almejando uma aproximação com as imagens contidas nos jornais sobre um viés culturalógico.

O pesquisador Ginzburg (1989) em seu livro *Mitos emblemas e sinais*, destaca que o método que trouxe uma revolução para o meio artístico, foi o “moreliano”, que surgiu entre 1874 e 1876, criado por Giovanni Moreli, que fazia a atribuição correta dos quadros artísticos que estavam presentes nos museus, dizendo os seus verdadeiros autores e isso com uma firmeza nunca antes vista para esse tipo de análise, sempre era com suposições e possibilidades.

Esse método era baseado em pormenores, aquilo que para a maioria parecia insignificante (como dedos e orelha), era a base de sua investigação, sendo comparável às digitais humanas, de tão confiável interpretação que o método colocava.

Para esse método as formas inconscientes eram as mais valorizadas, pois a cópia de uma obra de arte, por mais fidedigna que seja fosse, expressava alguma particularidade de quem a copiava (sendo isto perceptível a um especialista). Nesse ponto a análise se encontra com a psicanálise médica que utiliza os dados marginais, que são desprovidos de “sistema de defesa”, abrindo a brecha, reveladora do espírito humano.

Carlo Ginzburg (1989) encontra um ponto em comum entre Moreli, Freud e Conan Doyle, a medicina, ou mais especificamente a semiótica médica. Freud era médico e os outros dois já haviam sido. Os três buscavam pistas que são chamadas com nomes diferentes: signos pictóricos, indícios e sintomas. Essa capacidade de analisar as minúcias veio possivelmente dos caçadores que podiam narrar a história através da leitura de pistas. Muitas vezes pode ser entendida como adivinhação para leigos.

Outro método que influenciou foi o método Zadig, que segundo o autor é considerado como o embrião do romance policial e que veio a ser usado por Darwin. Esse método fazia uma reelaboração através da história, da arqueologia, a geologia, a astronomia e a paleontologia, ou seja, usava a retrospectiva e a profecia. “Quando as causas não são reproduzíveis, só resta inferi-las a partir dos efeitos” (GINZBURG, 1989. p.169).

Tratando-se de paradigmas indiciários existe uma inversão proporcional, pois “ao assumir um estatuto científico frágil para chegar a resultados relevantes, ou assumir um estatuto científico forte para chegar a resultados de pouca relevância” (GINZBURG, 1989. p.178). Contudo os sinais nos podem dar embasamento científico, apesar da subjetividade das fontes.

Panosfsky (1991) em seu livro *O significado das artes visuais*, propõem três etapas para a leitura de imagens em descrição analítica e interpretativa, cuja metodologia é hoje uma das mais respeitadas, devido a sua visão mais completa de uma obra.

A primeira etapa é a “pré-iconográfica”, onde são observados os elementos físicos da obra em seu aspecto primário, em seus objetos naturais e os motivos artísticos diretos. A segunda, “iconográfica” busca os significados convencionais, fazendo relação com os motivos artísticos, assuntos e conceitos, querendo elucidar histórias e alegorias presentes no objeto artístico. A terceira e mais importante é a “iconológica”, que pode revelar: uma nação, um período, uma classe, uma crença religiosa ou até mesmo filosófica. Busca o significado intrínseco e conteúdo, que é revelador, contudo esta etapa só é possível a partir do desenvolvimento das fases anteriores.

Ainda nesse mesmo livro Panosfsky (1991) menciona que os registros confiáveis surgem na observação dos fenômenos naturais e no exame dos registros humanos. Depois os dados são decodificados e interpretados. Só então se classificam e se coordenam os resultados dentro de um sistema coerente, que surge no decorrer da pesquisa.

A análise racional proposta por Panosfsky (1991), da interpretação da obra visual baseia-se na forma. A “forma” é o ponto onde o objeto pode deixar de ser um simples elemento prático para se tornar uma obra de arte, materializada, na ideia e no conteúdo.

Essa discussão aponta que o pesquisador deve observar as circunstâncias em que a obra foi criada e as outras informações factuais (como o meio, a condição física, a idade, autoria, destino, etc.); depois pode

comparar com outras obras de arte da mesma classe, ler escritos que reflitam os padrões da época, bem como livros antigos ou documentos que auxiliem a interpretação e por fim, situar o lugar histórico da obra e a contribuição do autor para sua época.

Áquilas... Essa discussão ainda está meio solta no teu texto... Mas me parece que é daqui que pode sair uma inspiração importante para montagem da METODOLOGIA da tua proposta de pesquisa. Tenta desenvolver isso melhor na sequência.... OK?!

Jornal Átomo e os eventos musicais

A Imprensa escrita em Roraima é iniciada nos primeiros anos do século XX, contabilizado cinco jornais nos primeiros cinquenta anos. Em 1951 é criado o jornal “O Átomo”, que tinha como temática principal a política partidária, sendo o primeiro marcadamente em oposição ao governo. Outros assuntos também eram contemplados, nesse momento destaca-se as notícias que envolvam atividades musicais, contabilizados em 78 eventos.

Os escritos em Roraima são iniciados na primeira década do século XX, os primeiros que aparecem na região são o jornal **O caniço** de 1905, que era “... um jornal manuscrito, contendo quatro páginas, escrito em duas colunas, com um único caderno e circulação quinzenal, publicado na região do rio Uraricoera” (LIMA, 2001, p. 17), seguido cronologicamente pelos periódicos impressos: **O Tacutú** de 1907; **Folha do Rio Branco** de 1914; **Bem-te-vi** (s.d); **O carvão** de 1930; **O Boa Vista** de 1947 e; **O Átomo** em 1951.

Em 1943 foi instituído o Território Federal do Rio Branco, antes município do Rio Branco, pertencente ao Estado do Amazonas, sendo desmembrado do município de Moura. Em 1947 o governo Ene Garcez iniciou a Imprensa Oficial do Estado, “Nasceu desta oficina tipográfica **O Boa Vista**, primeiro jornal do Governo do Território do Rio Branco, marcando, assim, uma nova etapa no jornalismo impresso, rodado em impressora manual.” (LIMA, 2001, p.29)

O periódico **O Boa Vista** tinha por interesse promover de forma positiva as ações do governo. Em oposição a este, surge o jornal **O Átomo**, com o subtítulo de “jornal independente e noticioso”, o periódico começou a circular em 1951, no então Território Federal do Rio Branco.

Segundo Andrade (2016), o jornal **O Átomo** foi o primeiro jornal em oposição ao governo, fazendo críticas principalmente a Félix Valois de Araújo, então governador do Território Federal do Rio Branco. O proprietário e diretor era o Tenente do Exército José Estevam Guimarães, iniciando os seus trabalhos em 28 de março de 1951.

Para Souza (2012) um dos usos do jornal O Átomo é a inserção no contexto nacional, buscando um sentimento unificador em um ambiente não favorável ao Governo.

Todos os habitantes da longínqua e isolada Boa vista deveriam se sentir como filhos dos heróis ancestrais cujos os feitos deveriam ser reverenciados por meio dos atos religiosos e cívicos, coroando os feitos e o heroísmo dos grandes patriarcas do passado (SOUZA, 2012, p. 25).

Conforme Souza (2012, p.27), “[...] ao que parece por mais que houvesse esforços a participação popular era escassa e não havia nenhum sentimento cívico nacional contundente por parte da maioria dos moradores do território. Este contexto perdurou até o Golpe de 64”.

Em 1958 esse jornal foi adquirido por membros do governo, perdendo uma de suas características mais marcantes que era a oposição à organização política estabelecida, e continua seus trabalhos até 1959.

A temática predominante contidas nesse jornal é o aspecto político, sendo usado um instrumento de propagação das opiniões de grupos políticos, recebendo a maioria das matérias de capa. Além do aspecto político é possível perceber outros temas como: seção de piadas; publicações de editais; variadas propagandas; notícias locais, nacionais e internacionais; vendas pessoais de móveis e imóveis; notícias policiais; agradecimentos de milagres alcançados; futebol brasileiro; dicas sanitárias; chegada e saída da cidade de políticos e pessoas vinculadas à classe empresarial; dentre

essas podemos destacar as atividades musicais como shows, aniversário, casamentos, missas, festa junina, dentre outras.

Em uma observação e análise do jornal O Átomo (do período 1951-1956)³, foi possível identificar notícias de eventos ligados à música, sendo contabilizadas setenta e oito citações musicais, dos mais variados tipos.

Em relação aos eventos vinculados à igreja católica foram identificadas vinte três atividades, sendo principalmente de missas de falecimento, missa cantada, missas em geral, inauguração de construções, casamentos e festividades natalinas.

O segundo evento que mais aparece é de propagandas de cinema, principalmente o Cine Boa vista, que situava à Rua Jaime Brasil e exibia predominantemente filmes americanos e nacionais.

Como exemplos de atividades musicais, podemos citar a edição de 13/11/1954, na qual foi noticiada a festividade da inauguração de uma fábrica em que diz: “Foi coroada de pleno êxito a inauguração da nova fábrica de refrigerantes 'Regional'. A firma proprietária, na seleta e animada festa realizada no Hotel Boa Vista, promoveu um animado concurso da 'Rainha do Guaraná'” (JORNAL O ÁTOMO, 1954, p. 11).

Fazia parte do jornal o “Serviço de alto-falantes” que também vinculava atividades musicais, pouco é comentado sobre as características desse veículo informativo, porém em 12/06/1954 foi publicada uma nota com o título de “Boi caprichoso”, que registra a presença de atividade musical.

“Esteve em visita à nossa Redação, ontem à noite, o bem organizado 'cordão' do 'Boi Caprichoso', cuja a exibição foi coberta pelo nosso Serviço de Alto-falantes. A apresentação do 'bumbá' esteve excelente, sendo apreciada, com agrado, por numerosa assistência que não lhe regateou aplausos” (JORNAL O ÁTOMO, 1954, p. 06).

Foram identificados também registro de aniversário; evento pelo dia das crianças; *Reveillon*; festividades carnavalescas; eventos na União operária; eventos em clubes esportivos; dentre outros eventos e atividades que

3 Período que o jornal está disponível no acervo da Biblioteca Nacional

são informações de parte da vida musical da sociedade roraimense desse periódico.

Jornais como O Átomo puderam ser instrumentos de análise científica a partir da década de 1970, pois passou-se a se intensificar o uso de jornais e outros periódicos como fonte principal de análises científicas, uma das contribuições se dá pela divulgação da revista “Annales” e como pano de fundo desta estava a concepção da História cultural, que pensava várias inovações no campo da pesquisa histórica entre elas, uma reconsideração de possíveis fontes legítimas.

Considerações finais

Esse trabalho buscou uma relação científica entre a Comunicação, a História e a Musicologia, buscando construir bases que auxiliem a pesquisa culturológica usando como material principal os jornais. Outra contribuição da investigação é o adensamento nos debates da Ciência Normal no ambiente comunicacional, almejando reflexões que levem à Ciência Extraordinária.

Os jornais são fonte densa de informações, incluindo a visão histórico-cultural, sendo de importante contribuição, não como dados de segunda importância, mas com contribuições científicas, usada como fonte principal na construção do saber científico.

Referências

BIBLIOTECA NACIONAL. JORNAL O ÁTOMO 1953 à 1956. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=719525&pesq=>> Acesso em: 05/06/2019

BURKE, Peter. **O Que é História Cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

GINZBURG, Carlo, **Mitos emblemas e Sinais**. Morfologia e História (trad.Frederico Carotti) São Paulo: Companhia das letras, 1989.

JORNAL O ÁTOMO, Boa Vista, RR, 1951-1956.

JORNAL RIO BRANCO – 1916.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. 4 ed. Campinas, Ed. da UNICAMP, 1996.

LEITE, Carlos Henrique Ferreira. **Teoria, metodologia e possibilidades**: os jornais como fonte e objeto de pesquisa histórica. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/escritas/article/view/1629/8314>> Acessado em: 05 de jan. 2019.

LIMA, Maria Goretti Leite de. **O índio na mídia impressa de Roraima**, Campinas, SP: [s.n], 2001.

LOPES, M. Immacolata V. (org.). **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

PANOSFSKY, Erwin. **O Significado nas Artes Visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1991.

VIEIRA, Lucas Schuab. **A Imprensa como Fonte para a Pesquisa em Historia**: Teoria e Método. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vieira-lucas-2013-imprensa-fonte-pesquisa>. Acesso em 29/06/2019

A Editora Fi é especializada na editoração, publicação e divulgação de pesquisa acadêmica/científica das humanidades, sob acesso aberto, produzida em parceria das mais diversas instituições de ensino superior no Brasil. Conheça nosso catálogo e siga as páginas oficiais nas principais redes sociais para acompanhar novos lançamentos e eventos.



www.editorafi.org
contato@editorafi.org