

**SISTÊMICA E MÍDIA:
O SIGNIFICADO DA COMPOSIÇÃO NA PRIMEIRA PÁGINA DOS
JORNAIS *ESTADO DE MINAS* E *SUPER NOTÍCIA***

Flaviane Faria CARVALHO
Orientadora: Célia Maria MAGALHÃES
(UFMG)

RESUMO: *A emergência na contemporaneidade de uma nova ordem social centrada nas relações de consumo e na influência das novas tecnologias tem afetado toda a mídia jornalística, apresentando-se como um importante objeto de análise não só para os teóricos da comunicação, mas também para os estudos críticos lingüísticos e semióticos, que tratam a linguagem como forma de transformação ou conservação de hegemonias ideológicas. Desta perspectiva, o presente trabalho tem o propósito de analisar, através de elementos lingüísticos e semióticos, a primeira página dos jornais impressos de maior circulação em Belo Horizonte, o Estado de Minas e o Super Notícia: como são representadas as notícias e os atores sociais? Até que ponto constroem e/ou reproduzem a identidade social de seus leitores? Levando em conta tais questões, este estudo desenvolve-se a partir dos pressupostos da Semiótica Social (Kress e van Leeuwen, 1996), teoria fundamentada na Semiótica Social hallidayana. A metodologia utilizada é a do significado da composição, na qual os elementos representacionais e interativos são integrados através de três sistemas inter-relacionados: valor informacional, saliência e enquadramento. Com base no referencial teórico-metodológico utilizado, os resultados preliminares da análise permitem observar que o Estado de Minas prioriza os eventos políticos, atribuindo maior saliência à pauta política nacional e à representação da elite política detentora do poder, engendrando de forma opaca filiações político-ideológicas tendenciosas; enquanto o Super Notícia atribui extrema importância aos fait-divers e à sua própria autopublicidade, fazendo do veículo informacional um passaporte para o consumo.*

PALAVRAS-CHAVE: *gramática sistêmico-funcional, semiótica social, mídia impressa.*

1. Introdução

A partir da segunda metade do século, a televisão tornou-se o grande astro da mídia e, sobretudo, o principal agente de produção, transmissão

e dominação cultural da sociedade mundial, conforme aponta Marshall (2003). Nesse ínterim, um fator decisivo para a mídia impressa hoje é a influência da imagem. Para o referido autor, a concorrência com o audiovisual tem levado os jornais a se transformarem em um festival de imagens, buscando atrair e estimular a atenção dos leitores. Prova disso é a recente ebulição do mercado de tablóides populares, cujas primeiras páginas são compostas de uma carga considerável de elementos visuais.

É nesse panorama que se insere o presente trabalho: dada a proliferação dos signos visuais na mídia impressa, torna-se imprescindível a necessidade de se desenvolver formas adequadas de interpretar a informação imagética. A partir da metodologia calcada na Semiótica Social de Kress e van Leeuwen (1996), baseada na semiótica social hallidayana, pretende-se analisar o layout da primeira página dos jornais de maior circulação de Belo Horizonte: o standard *Estado de Minas* e o tablóide *Super Notícia*, a fim de verificar como são representadas as notícias e os atores sociais, e de que modo estes impressos constroem e reproduzem a identidade social dos seus leitores.

Cabe ainda ressaltar que o estudo da mídia impressa justifica-se por exercer um papel central na configuração do poder nas sociedades modernas, influenciando a expressão da cultura e a formação política e social, além de afetar as atitudes e opiniões da população, construindo e reproduzindo valores e crenças (Garrett e Bell, 1998).

Comungando desta lógica, Fowler (1991) concebe a produção da notícia como uma prática socialmente construída. Partindo desta noção, este autor defende que os eventos reportados revelam a operação de um complexo e artificial processo de seleção, uma vez que são guiados por interesses comerciais. Portanto, longe de refletirem com neutralidade a realidade social e empírica dos fatos, as notícias intervêm na construção social da realidade.

2. Pressupostos Teóricos

Os referenciais teóricos utilizados compreendem teorias que abordam a linguagem como semiótica social, que partem da proposta da lingüística sistêmico-funcional para propostas de análise de representações vinculadas a discursos, ações vinculadas a gêneros, e identificações vinculadas a estilos, em textos multimodais.

Na Semiótica Social, os elementos visuais existem dentro de sistemas de representação moldados pela cultura e pela história que, assim como os textos escritos, estão disponíveis para uma utilização socialmente motivada por parte de indivíduos com interesses específicos. Ao contrário das demais formas convencionais de semiótica, a Semiótica Social parte do pressuposto de que os interesses de quem produz um signo levam a uma relação motivada entre significante e significado. A informação visual, portanto, é sempre carregada de um conteúdo ideológico.

Hodge e Kress (1988) argumentam que a Semiótica Social oferece um estudo sistemático, coerente e compreensivo do fenômeno comunicativo como um todo. Para estes autores, semioticistas levam em conta desde estruturas e códigos até a extensão de funções e usos sociais do sistema semiótico, suas complexas interrelações com a prática social, todos os fatores de sua motivação, suas origens e fins, sua forma e substância. Além disso, consideram o sistema e o produto, os falantes e os outros participantes em atividade semiótica conectados e em interação em um contexto social concreto.

Sob esta ótica, atribui-se poder ao significado, ao invés de significado ao poder, integrando a semiótica à sociedade, a semiótica ao pensamento social e político. Com base na gramática funcional hallidayana¹, Kress e van Leeuwen (1996) elaboram uma gramática do design visual para análise de imagens. Tais autores concebem os textos de uma perspectiva multimodal, incluindo outros recursos semióticos além dos verbais através dos quais a linguagem é realizada. Desse modo, examinam como chamadas, blocos de textos e fotografias dispostas na primeira página de jornais constroem e/ou reproduzem estruturas de significado.

3. Passos Metodológicos

Este trabalho utiliza a metodologia da Semiótica Social crítica para a pesquisa social², no que tange ao *significado da composição*, que concebe a localização dos elementos (sintagmas que conectam cada participante ao espectador) dotada de valores informacionais específicos. Desta perspectiva, os autores introduzem o conceito de *composição*, a forma pela qual os elementos representacionais e interativos são

¹ MAK HALLIDAY (1978, 1985)

² KRESS, G., van LEEUWEN. *Reading Images: the grammar of visual design*. Londod New York: Routledge, 1996.

integrados, através de três sistemas inter-relacionados: *valor informacional, saliência e enquadramento*.

O *valor informacional* está relacionado à localização dos elementos (participantes e sintagmas que os relatam entre si e com o espectador), cujos valores específicos encontram-se atachados a várias “zonas” de imagem – esquerda e direita (*polarização*), topo e base (*polarização*), centro e margem (*centralização*).

Os elementos localizados à esquerda são apresentados como *Dado*; e os elementos localizados à direita são o *Novo*. Algo é concebido como *Dado* quando apresentado como já conhecido pelo espectador, como algo familiar e já anteriormente concordado como ponto de partida da mensagem. O *Novo*, por sua vez, é apresentado como ainda não conhecido pelo espectador que, em função disso, deve prestar atenção especial à mensagem.

Os elementos dispostos no topo são apresentados como parte do domínio do *Ideal*, e tendem a fazer apelo de maior emotividade (mostra “o que pode ser”). Os elementos localizados na base pertencem ao domínio do *Real*, apresentando informações mais específicas, detalhadas e práticas, direcionadas para a ação (mostra “o que é” de fato).

Para os autores, os layouts contemporâneos têm apresentado o centro como um tipo de ilustração simbólica que unifica as informações em torno de um significado central. Nesse sentido, algo é apresentado como *Centro* quando codificado como núcleo da informação, submetendo todos os demais elementos. As *Margens* são estes elementos subservientes, de menor destaque em relação ao centro.

Há dois modos de combinar as relações dado/novo, real/ideal e centro/margem: por meio do *tríptico* e da forma *circular*. Na estrutura do tríptico, os elementos não centrais de uma composição são localizados à esquerda e à direita ou acima e abaixo do centro. Cumpre destacar a função do *Mediador* em tal estrutura – o centro da composição polarizada, responsável por formar uma ponte (Mediador) entre *Dado* e *Novo* e/ou *Ideal* e *Real*, reconciliando elementos polarizados. Na forma circular, os elementos não centrais de uma composição são localizados à margem da informação central, possuindo um valor informacional periférico.

No que tange à *saliência*, os elementos (participantes e sintagmas representacionais e interativos) são configurados com a finalidade de atrair a atenção do espectador em diferentes graus – *máxima* ou *mínima* saliência –, realizados por fatores como localização no primeiro ou segundo plano; tamanho relativo; perspectiva; contrastes de tonalidade ou cor; diferenças de brilho. Ao enfatizar alguns elementos como mais dignos de atenção do que outros, a saliência pode gerar relações de hierarquia entre os elementos.

Com relação aos recursos de *enquadramento*, os elementos ou grupos de integração do espaço nas composições podem ser *desconectados* (o grau no qual um elemento é visualmente separado de outro, através de recursos como linhas de enquadramento, espaços vazios entre os elementos, descontinuidades de cor e brilho, etc.) ou *conectados* (o grau no qual um elemento é visualmente associado a outro, através da ausência de recursos de enquadramento, vetores, continuidades ou similaridades de cor, formato visual, etc.).

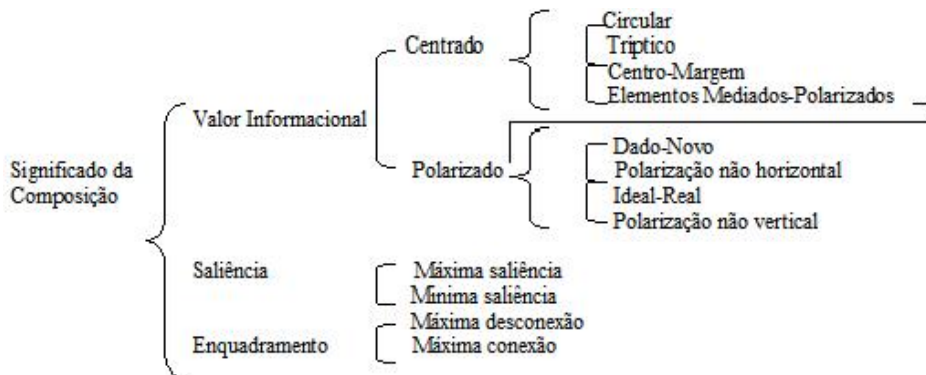


Figura 1: Estrutura esquemática do significado da composição.

4. Análise e Discussão dos Dados

Estado de Minas (formato standard)

A primeira página do *Estado de Minas* possui um layout de diagramação predominantemente horizontal, apresentando-se ao leitor de modo arejado e elegante (Collaro, 1987), dado o equilíbrio dos espaços em branco entre manchetes, notícias e imagens. Na edição analisada, de 28 de março de 2006, foi idealizada e recebeu maior saliência a chamada

sobre a demissão do ex-ministro da fazenda Antônio Palocci, o que pode ser observado pela sua localização no topo da página, além da cor e tamanho significativos das fotos e da fonte. A representação de sua punição, saída e apagamento do cenário político é sugerida ao mostrá-lo em segundo plano, de cabeça baixa, praticamente escondido atrás de um arbusto apresentado em primeiro plano. Sob a configuração de um tríptico, Palocci ocupa a posição central, sendo, assim, o núcleo da informação, e cumprindo o papel de mediador de elementos polarizados: no domínio do Dado, aparece o funcionário da Caixa Econômica, Jorge Mattoso, que incriminou o ministro ao confessar participação no crime. Nesse sentido, o funcionário é apresentado como informação dada e incontestável. Ressalta-se aqui a sombra negra sobre a cabeça de Mattoso e o fundo escuro no qual se encontra, ensejando um tipo de representação depreciativa. Envolto por um cenário ausente de cor e brilho, é como se o funcionário participasse de uma atmosfera de culpa e condenação. Já no domínio do Novo, aparece Guido Mantega, que na ocasião assumiu o cargo de Palocci. Mantega é exatamente a informação nova: sinalizando máxima saliência, sua imagem aparece carregada de cor, luminosidade e brilho, envolta por um fundo claro onde visualiza-se a bandeira do Brasil, sinalizando a possibilidade de uma gestão mais transparente e comprometida com os interesses do país – informação que não deixa de estar passível de contestação.

Logo abaixo do referido tríptico aparece, em uma dimensão consideravelmente menor, o caseiro Francenildo Costa, responsável pela acusação feita a Palocci. O caseiro é representado como a informação mais importante, por localizar-se no centro, porém em menor saliência, em uma estrutura centro-margem, na qual o texto explicativo do caso Palocci cumpre uma função marginal (situa-se à margem da informação central). Embora Francenildo tenha desencadeado todas as acusações sobre Palocci, o *Estado de Minas* atribuiu pouca relevância ao retratar o caseiro, priorizando a representação dos grupos políticos que estão no poder.

No campo do Real predominam pequenos textos de diferentes editoriais (cultura, saúde, voluntariado, economia, ciência), excetuando-se a notícia sobre a cobertura do rio Arrudas, cuja representação aparece em posição central, em tamanho considerável. A obra faz parte do projeto Linha Verde, de autoria da prefeitura de Belo Horizonte e visa promover a revitalização urbanística do centro da cidade, chamando, portanto, a atenção do leitor para as ações políticas de caráter local. O “Boulevard Arrudas” pretende, também, ligar a capital ao Aeroporto Internacional

Tancredo Neves, em Confins, por meio de uma via de trânsito rápido. Talvez a ênfase atribuída ao referido projeto pode ser explicada pelo contexto histórico, visto que sua inauguração foi feita às vésperas do 47^a Reunião Mundial do BID, que trouxe para a cidade cerca de 7 mil banqueiros, investidores e administradores públicos. No que diz respeito ao enquadramento, nota-se uma forte desconexão entre Ideal e Real através do fio de enquadramento demarcando tais domínios, o último em menor saliência do que o primeiro, priorizando, assim, o cenário político nacional.

Em linhas gerais, é possível inferir que a edição analisada prioriza os eventos políticos, atribuindo maior saliência à pauta política nacional e à representação da elite política detentora de poder. A estrutura Ideal/Real hierarquiza as notícias, o tríptico Dado/Mediador/Novo interpreta e avalia o evento principal, e a estrutura Centro/Margem aplica-se aos demais eventos representados, enfatizando a informação central. A orientação semiótica dominante é a Ideal/Real, na qual a Ideal é a mais saliente e a que confere maior status e glamour ao jornal.

Super Notícia (formato tablóide)

A primeira página do tablóide *Super*, do mesmo período, apresenta um layout semelhante a um folheto de promoções de supermercado. Todos os eventos da página parecem disputar pela atenção do leitor, usando de cores, imagens e letras garrafais, engendrando uma composição de máxima saliência, dada a forte poluição visual configurada em sua primeira página.

Na edição analisada, o valor informacional é polarizado, e o domínio do Novo constitui o destaque da página, com a foto da atriz da rede Globo Nívea Stelmann, atraindo os olhos do leitor. No domínio do Dado, visualiza-se em menor saliência os concorrentes do programa também da emissora global Big Brother Brasil - Mara, Mariana e Rafael. Neste caso, configura-se um tríptico Dado/Mediador/Novo: a jovem e bela modelo Mariana ocupa uma posição central, a ex-bóia fria Mara é apresentada como informação dada, familiar ao público-alvo do tablóide, cuja classe social (B e C) é análoga à da baiana. Rafael, por sua vez, encontra-se no domínio do Novo, como informação passível de contestação, uma vez que o público entrevistado pelo tablóide não demonstrou simpatia nem torceu para que o professor conquistasse o prêmio.

Mas o que prevalece na composição geral do jornal como domínio do Dado é a notícia sobre a promoção realizada pelo *Super Notícia*, que consiste no recorte do selo presente na primeira página do tablóide, para obter, em troca, um jogo de panelas. Ao selecionar tal tipo de evento como notícia e disponibilizá-lo no campo do Dado, o tablóide enseja um tipo de prática que corrói a práxis e a ontologia do jornalismo. Se este se fundamenta em princípios calcados no compromisso social de educar e formar cidadãos reflexivos acerca dos acontecimentos do cotidiano, o que se observa é a distorsão de tais princípios. *Super Notícia* parece atuar no sentido de naturalizar entre os leitores a idéia de que é normal a compra de um jornal a fim de adquirir um "Superdesconto" na compra de panelas, ao invés de terem como objetivo comum tornar-se cidadãos críticos e reflexivos. Isso fica ainda mais latente ao se observar o domínio do Real: o factual, o que faz parte do mundo vivido pelo leitor, o que o impele à ação de comprar e consumir resume-se na propaganda, nos produtos e promoções que o tablóide tem a oferecer. O selo, inclusive, aparece no campo do Novo, em destaque para o leitor-consumidor, para que este o recorte e obtenha desconto na compra de um DVD e um mini-sistem.

O Ideal é composto por um tríptico Dado/Mediador/Novo revelador. No que confere ao Dado, mais uma vez, nota-se a tendência por parte do tablóide de tornar a promoção de sorteios no jornal uma prática familiar ao leitor - desta vez carregada de idealização, pois ao invés de panelas, sons e dvd's, é lançada a possibilidade de se ganhar um apartamento. A logomarca do tablóide situa-se no campo do Novo, servindo como chamariz de novidades e atraindo a atenção do leitor. Cumprindo o papel de Mediador e de fator central na estruturação do Ideal, encontra-se o preço do tablóide (R\$0,25), atachado a uma notícia esportiva. No que tange ao enquadramento, há uma conexão entre os elementos, que não necessariamente compõem uma unidade de informação, mas sim um "mix" de variedades que se apresentam de modo "pirotécnico" e "carnavalizado" diante do leitor.

Em suma, pode-se dizer que o *Super Notícia* atribui extrema importância à sua autopublicidade, através de sorteios e promoções, fazendo do veículo informacional um passaporte para o consumo. Nesta linha, prioriza os fait-divers, ao selecionar eventos relacionados ao entretenimento, ao mundo das celebridades, ao consumo e à espetacularização.

5. Considerações Finais

Conforme pôde ser observado no decorrer deste trabalho, pode-se inferir que o *Estado de Minas* prima pela credibilidade do leitor, seja por meio de uma diagramação discreta e sóbria (Collaro, 1987), equilibrando cores, fontes, imagens e recursos de enquadramento, seja ao priorizar as notícias relacionadas à política nacional, situando-as no domínio do ideal.

Entretanto, é possível sugerir que, com base na leitura visual da edição em questão, o jornal representou os atores sociais do governo petista de forma tendenciosa, principalmente no que tange à saliência das fotos. Tal prática contraria o código de ética do *Estado de Minas*, que defende a isenção informativa e uma de rigorosa independência em relação a governos e a autoridades públicas (Estado de Minas: manual de redação, 2003).

Já o entretenimento e a autopublicidade ocupam uma posição de destaque na primeira página do *Super*. Endossa-se, aqui, o fato de que os “leitores em potencial” do tablóide (classes B e C)³ possuem baixo poder aquisitivo, são desabituaados a comprar jornal, o que “desobriga” o *Super Notícia* de aprofundar a cobertura das notícias.

Sob esta lógica, a esfera da diversão induz ao relaxamento porque é padronizada e pré-digerida, poupando as massas de qualquer esforço de participação. Daí a importância da tática do diversionismo empregada pelo *Super Notícia*, um cardápio repleto de notícias sensacionalistas que visa manter sempre intacto o atual estado das coisas. Desta ótica, o mecanismo utilizado pelo jornal pode ser descrito da seguinte forma: incrementa-se os sorteios e os produtos oferecidos pelas promoções, repete-se o enfoque dado às notícias e à significação dos elementos visuais representados, mantendo sua previsibilidade, a fim de tornar-se reconhecido e familiar ao leitor-consumidor.

O tempo em que vivemos hoje exige de nós que nos conscientizemos de que trabalhar com informações verbais e visuais através da linguagem é, necessariamente, intervir na realidade da qual fazemos parte. O fato é que ao agirem de forma reflexiva diante dos acontecimentos relatados e das imagens veiculadas pelo *Estado de Minas* e *Super Notícia*, os leitores teriam de regenerar-se criticamente – questionando o porquê,

³ www.observatorioidaimprensa.com.br Acesso em 13/03/2006.

como, onde e quando dos fatos, a pertinência contextual das informações, a seleção das matérias, e o modo como as imagens estão sendo representadas na composição das primeiras páginas de tais jornais.

REFERÊNCIAS

- COLLARO, A.C. 1987. *Projeto Gráfico: teoria e prática da diagramação*. São Paulo: Summus.
- ESTADO DE MINAS: MANUAL DE REDAÇÃO, 2003.
- FOWLER, R. 1991. *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London and New York.
- GARRET, P., BELL, A. 1998. *Approaches to Media Discourse*. USA: Blackwell Publishers.
- HALLIDAY, MAK. 1978. *Language as social semiotic*. London: Edward Arnold.
- _____. 1985. *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- HODGE, R., KRESS, G. 1988. *Social semiotics*. London: Polity Press.
- KRESS, G., van LEEUWEN, T. 1996. *Reading Images: the grammar of visual design*. London and New York: Routledge,.
- MARSHALL, L. 2003. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus. <http://www.observatoriodaimprensa.com.br> Acesso em 13/03/06.