

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Jornalismo e imagem: noticiário mais visual e menos transparente?

Nilton Marlúcio de **ARRUDA** – Mestre
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

Resumo

O objetivo deste trabalho é provocar, junto a profissionais de jornalismo, uma reflexão sobre a utilização exagerada de imagens nos noticiários em detrimento à escrita e à palavra, tendo como consequência imediata o não aprofundamento dos assuntos publicados pelos periódicos. A acirrada disputa pela atenção do público – leitor, espectador ou internauta -, bem como o dinamismo com que as informações são compartilhadas, caracterizam uma dura realidade vivenciada pelo jornalismo contemporâneo. O resumo aborda, também, os aspectos da superficialidade dos conteúdos e da fragmentação do pensamento dos atuais consumidores de notícias. Resultante de pesquisa bibliográfica e documental, este trabalho levanta a hipótese de que o atual modelo de jornalismo pode estar contribuindo para a falta de sentido e de conexões que se observam no comportamento social e político das pessoas. Se “a fotografia de imprensa é uma mensagem”, conforme Barthes (1990, p.11), sua utilização de forma pouco criteriosa e, muitas vezes, sensacionalista pode ajudar a conquistar o leitor de imediato, mas não o prepara como agente social de transformação.

Palavras-chave

Jornalismo; Imagem; Mensagem; Paginação; Noticiário.

Introdução

Da primeira utilização de uma fotografia na imprensa diária (Alemanha, 1880) à ditadura da imagem dos dias de hoje, o jornalismo vem passando por transformações a fim de se adequar às exigências do seu público. Edições mais visuais e textos menos densos têm sido estratégias adotadas pelos periódicos em geral nas últimas décadas. Também o uso de cores nas páginas e o encurtamento dos parágrafos nas colunas parece uma saída eficaz para conquistar o leitor. No entanto, o que poderia ser apenas uma questão de diagramação acaba por se transformar num processo que vicia o leitor. Diminui-se o texto, tratam-se de maneira superficial os conteúdos e alimenta-se uma leitura dinâmica repleta de informação, mas carente de significados e contextos. Do outro lado da página, um ator social que imagina ter o mundo nas mãos, mas mal consegue articular uma frase que traduza as angustias de uma sociedade sem rumos.

A pauta pode ficar ainda mais grave na medida em que os periódicos abusam do uso das imagens. Não apenas em quantidade - já fato consumado - mas também no grau de apelo sensacionalista que uma imagem pode oferecer. Além de “valer por mil palavras”, a fotografia tem o poder do choque imediato junto ao leitor. Para Barthes (1990, p.33), “imagem é polissêmica, cadeia flutuante de significados” que tal qual o texto, “dirige o leitor”. Com mais um agravante: de forma conotativa a impor sentidos na mente fragmentada de um leitor apressado.

Assim, cabe ao jornalismo apurar suas responsabilidades diante da leitura que seu público faz. Entre a minimalização do texto e sobredeterminação da imagem, o que

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

se pergunta é se o jornalismo está conseguindo cumprir seu papel de proporcionar um sentido mínimo das coisas na mente do leitor. Caso contrário, pode-se estar diante da banalização dos conteúdos em forma de mercadoria, sem querer se dar conta de que é preciso cuidar dessa imagem avassaladora que invadiu as páginas e telas dos periódicos.

Metodologia

A elaboração do trabalho conta com pesquisa bibliográfica e documental, além de análise crítica sobre a atuação de periódicos brasileiros sob o ponto de vista da utilização da imagem em suas edições. A revisão da bibliografia focou-se em autores que evidenciam os aspectos éticos e de valor, fundamentais para o exercício da profissão, ressaltando o verdadeiro papel do jornalismo. Quanto à análise crítica, a mesma foi aplicada em três frentes de atuação: 1- a evolução da presença da fotografia de imprensa nos periódicos; 2- o debate sobre os aspectos éticos do uso de imagens; e 3- os reflexos do modelo atual de jornalismo no desenvolvimento do leitor.

O papel do jornalismo em texto e contexto

Todas as esferas da atividade humana – política, constitucional e eclesiástica -, bem como seus movimentos – sociais, filosóficos e literários – encontram na atividade jornalística seu principal veículo de disseminação. Como evidência do poder de influência da mídia, Melo (2012, p.173) cita grandes movimentos sociais mundiais que resgataram a principal contribuição dos jornais e dos jornalistas: “a criação da opinião pública”. O autor se refere à atuação da imprensa nas transformações européias como um “fenômeno decisivo para sepultar o antigo regime, tornando vitoriosas a Independência Americana (1776) e a Revolução Francesa (1789)”. Na mesma linha, Berger e Marocco (2008, p. 31) citam Weber (1992, p. 247) sobre o desenvolvimento futuro da imprensa: “colocar-se como censor da sociedade e da política ao informar os temas, assuntos e problemas que não eram levados aos tribunais de justiça”.

Desde as primeiras experiências o jornalismo revela uma multiplicidade de papéis, bem como determinada vulnerabilidade diante dos interesses públicos e privados da sociedade. Assim, é compreensível que a convivência entre o compromisso com a verdade e intenções particulares sofra desconfianças e divida espaços – noticiosos e opinativos – nas páginas dos periódicos brasileiros. Diante de acusações de que o jornalismo moderno se tornou um “empreendimento comercial”, Berger e Marocco (2008, p. 35) expressam a preocupação da notícia como uma mercadoria e defendem o papel da imprensa em tornar “a informação sobre nossa vida comum acessível a cada indivíduo”. Preocupação que, por sinal, encontra respaldo em Stephens (1993, p.455-456): “os jornais começaram a voltar mais sua atenção para os negócios”. Do ponto de vista econômico, a influência da imprensa também tem sido motivo de estudos e pesquisas há bastante tempo. Melo (2012, p. 23) entende que o jornalismo precisa ser entendido como um processo sócio-político-econômico, e que não apenas seja pesquisado a partir do suporte tecnológico – a imprensa.

Considerando os aspectos empresariais que envolvem o jornalismo, há o risco de os periódicos comprometerem sua missão junto à sociedade. Dines (1986, p. 108) alerta que “um jornal que cede a uma pressão cede a todas”. O autor defende que “o caminho é manter inviolável o compromisso com a verdade”, e que somente assim o veículo

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

pode se tornar um jornal “mais prestigiado, aceito e, portanto, lucrativo”. Entre mercado e sociedade, Dines (1986, p. 120) lembra que “o jornalista seleciona e opta ao escrever”, afetando a vida das pessoas. O “jornalista sabe que, ao redigir uma nota de três linhas, pode estar destruindo uma reputação e uma vida”. Chaparro (2014, p.39) complementa que “o jornalismo tornou-se, pois, espaço público de socialização dos discursos particulares”, na medida em que “noticiar se tornou a mais eficaz forma de agir no mundo e com ele interagir”. O que se verifica como fator de ampliação desses interesses é a atuação, cada vez mais profissional, de comunicadores, utilizando os bastidores do noticiário para tentar emplacar suas pautas e seus interesses. Relação que tende a ficar ainda mais estreita na medida em que os jornais buscam formas mais visuais – e agradáveis – para atrair o leitor. Ou seja, eis a contribuição da imagem neste sentido.

Imagem e transparência: o que parece óbvio se transforma em paradoxo?

A fotografia surgiu em 1839 com o desenvolvimento da daguerreotipia. No entanto, segundo Felz (2008, p.3), “por razões tecnológicas, foram necessários mais de 30 anos para ser possível o aproveitamento de fotografias na imprensa”. O autor ressalta que, a partir desse momento, “o mundo tornou-se próximo, pequeno aos olhos da massa”, visto que, até então, “o cidadão comum apenas podia visualizar fenômenos que ocorriam perto dele”. Nos dias de hoje, é impossível se pensar o jornalismo sem imagens. Barthes (1990, p.11) vê a fotografia de imprensa como “um complexo de mensagens concorrentes”. A imagem é o centro, enquanto que seus “arredores são constituídos pelo texto, o título, a legenda, a paginação e o próprio jornal”.

Conforme Dines (1986, p.90) “o leitor de hoje não quer apenas saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos”. Ou seja, o autor defende o engrandecimento da informação, de forma que ela ofereça a dimensão comparada, a remissão ao passado, a interligação com outros fatos, a incorporação do fato a uma tendência e a sua projeção para o futuro. Quando os veículos cumprem sua natureza de contextualizar os fatos numa narrativa que vai além da simples cobertura dos acontecimentos, certamente contribuem para a criação de um sentido mínimo para as coisas na mente do leitor.

Barthes (1990, p.35) afirma que “o texto dirige o leitor” que, por sua vez, se complementa na “cadeia flutuante de significados” trazida pela imagem. Quando em sintonia com os princípios do jornalismo, esta combinação produz excelentes resultados. Entretanto, a utilização da imagem com intenções apenas estéticas ou, ainda, de forma conotativa; pode levar o leitor a caminhos equivocados em relação à reportagem que leu. Para Dines (1996, p.78), a profissionalização da comunicação em defesa de interesses de negócios certamente coloca em risco a credibilidade dos periódicos, da mesma forma que compromete o acesso da sociedade à informação isenta e independente.

Um ano após a trágica morte do menino sírio - vítima de naufrágio em fuga do Oriente Médio e África tentando chegar à Europa por conta da crise migratória -, a publicação da foto do corpo numa praia da Turquia ainda gera polêmicas. Na ocasião, o jornal britânico “*Independent*” defendeu em editorial que “essas imagens com poder extraordinário” deveriam sensibilizar as autoridades europeias. “*The Guardian*”, também britânico, disse que as fotos levaram para as casas das pessoas “todo o horror

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

daquela tragédia humana", enquanto que o americano "*Washington Post*" classificou a imagem de "o mais trágico símbolo da crise de refugiados do Mediterrâneo". O português "*Público*" também utilizou seu editorial para explicar a publicação das imagens chocantes. O jornal trouxe a fotografia em sua capa justificando que a imagem está correndo o mundo com o nome "naufrágio da humanidade". Transparência ou sensacionalismo editorial?

Imagem e reputação aos olhos da sociedade

Em se tratando de conflito entre interesses específicos e o escopo de atuação da imprensa, Chaparro (2014, p. 26) traz a ideia de que, por trás da "linguagem dos conflitos", há a própria natureza do jornalismo. "O bom jornalismo é uma narração de conflitos", reforça. Ele cita os conflitos políticos, econômicos, sociais, sexuais, culturais, enfim, de todo tipo. Para o autor, tudo isso se aflora no jornalismo, e se manifesta através de ações e falas que podem transformar a realidade. "O jornalismo tem um potencial transformador", continua. Analisando-se, no entanto, a reação do leitor, em geral, parece existir uma lacuna de sentidos e significados. Independente da questão conotativa do uso da imagem (voltando ao exemplo do menino sírio e contrastando-a com o pensamento de Dines ao falar da contextualização dos acontecimentos), espera-se do jornalismo uma atuação mais socialmente responsável. Dines (1986, p.90) resgata, ainda, que o leitor tem o direito de não querer apenas "saber o que acontece à sua volta, mas assegurar-se da sua situação dentro dos acontecimentos". Para ele, é com o engrandecimento da informação que se garante uma comunicação de qualidade. E lamenta que o jornalismo investigativo tenha se confundido com um jornalismo de sensações ou de escândalos.

Conclusão

Na Grécia antiga, a utilização de imagens era justificada para simplificar a leitura e a história. Entendia-se que o processo da leitura e da audição da palavra é mais difícil que a visualização da imagem. Tal prática, no entanto, não escapou da crítica de que o uso da imagem em detrimento à escrita provoca o empobrecimento do leitor. Transportando-se essa situação para a realidade do jornalismo contemporâneo, admite-se o risco da alienação do leitor-espectador-internauta em função do atual formato jornalístico. Paradoxalmente, a melhoria visual das páginas não garante maior transparência aos conteúdos publicados. Uma pauta que não pode ficar ausente do debate sobre o jornalismo que se pratica nos dias de hoje. Seja impresso, televisivo ou *online*, a simplificação da leitura não pode comprometer o entendimento e a atuação do cidadão na história.

Referências

Berger, Christa e Marocco, Beatriz (org). (2006). A era glacial do jornalismo – teorias sociais da imprensa: pensamento crítico sobre os jornais. Porto Alegre: Sulina.

Barthes, R. A retórica da imagem, In: O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA

Chaparro, Manuel Carlos. (2014). *Jornalismo: linguagem dos conflitos*. Edições Chaparro: SP.

Dines, Alberto. (1986). *O papel do jornal: uma releitura*. 5ª Edição, ampliada e atualizada com um apêndice sobre a Questão do Diploma. São Paulo: Summus Editorial.

Dines, Alberto. (1996). *O papel do jornal: uma releitura*. *Novas buscas em comunicação*, v. 15, 6ª ed. São Paulo: Summus.

Felz, Jorge Carlos. *A fotografia de imprensa nas primeiras décadas do século XX – o desenvolvimento do moderno fotojornalismo*. Trabalho apresentado ao GT História da Mídia Visual do VI Congresso Nacional de História da Mídia – Niterói (RJ).

Melo, José Marques de. (2012). *História do jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual*. São Paulo: Paulus, (Coleção Comunicação).

Stephens, M. (1993). *História das comunicações*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Weber, Max. (1992). *Para una sociologia de la prensa*. *Revista Española de Investigación Científica*, 57, p. 251-262. Madri: Centro de Investigaciones Sociológicas.