

6.2 - A VERSÃO DOS FATOS

A Imagem Informativa

A partir da invenção do processo tipográfico ampliou-se a difusão da informação através das palavras, predominando o conceito de que as figuras impressas deveriam ser apenas ilustrativas. Deveriam somente harmonizar visualmente o texto, evitando que atraíssem para si a atenção do leitor em detrimento da palavra ou da apresentação dos caracteres tipográficos.

Por séculos a palavra prevaleceu como articuladora do pensamento e das idéias. Outros fatores contribuíram ainda mais para relegar a ilustração a um segundo plano.

1º Ainda no século XVII, na Europa, havia grande contingente de pessoas que não sabiam ler, cujo interesse se voltava para as imagens, principalmente nos nascentes periódicos populares ilustrados. Mesmo sendo os livros bem mais baratos, devido à produção tipográfica em série, ainda eram caros para o homem comum.

2º A história da imprensa registra a difusão do conhecimento como privilégio das elites. Pois, livros com bom conteúdo literário e informativo eram mais caros e destinados à aristocracia, enquanto ao povo comum eram direcionados os impressos mais baratos com figuras em folhas soltas.

3º Os periódicos ilustrados nunca foram vistos com bons olhos pelos intelectuais do séc. XVIII. Os jornais, mesmo sem figuras, eram considerados na categoria “livros periódicos”. Ali nascia o conceito, que permanece, de que a publicação com maior quantidade de texto verbal possui melhor conteúdo literário e informativo em comparação com as publicações que apresentam farto conteúdo de imagens.

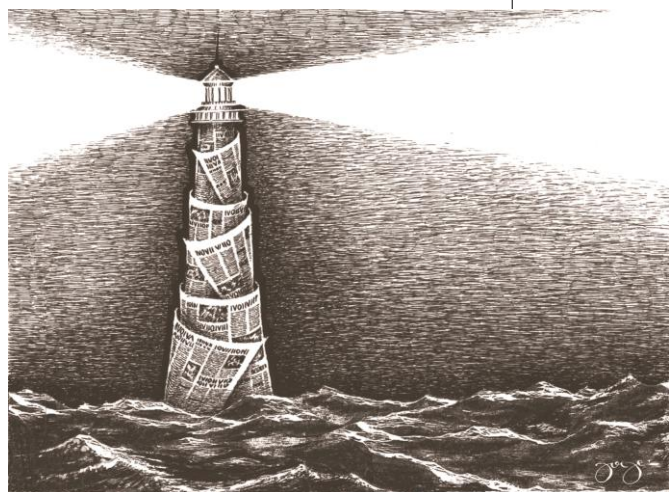
4º Prevalece até hoje também um conceito inexorável que a própria imagem transporta consigo, no que diz respeito à sua facilidade de assimilação. A compreensão pela imagem é **imediate**, enquanto que a compreensão pela palavra é **mediada**. Ou seja, por ser a palavra uma linguagem simbólica, necessita de um código para seu entendimento, exigindo maior esforço para sua compreensão. Assim, conseqüentemente, o leitor considera ter havido um esforço intelectual maior do autor para elaboração do texto do que do artista para a produção da imagem.

A Empresa Informativa

Se o conhecimento sempre foi considerado um privilégio e uma riqueza da humanidade, na mesma proporção suas formas de difusão também sempre foram valorizadas. Daí a importância para com o surgimento da imprensa que permitiu a produção de impressos em série, como livros e periódicos.

A tipografia foi decisiva pela mudança da forma de transmitir conhecimento, não apenas no aspecto prático, ao dispensar a cópia manual de textos, adotando a técnica mais rápida e simples de duplicação, mas também no econômico. O que era impresso em série passou a custar bem mais barato que a cópia manuscrita, um estímulo precioso para a cultura e a educação, para o aprendizado da leitura e da escrita. A grande maioria da população que não podia pagar por cópias manuscritas, passou a ter acesso aos impressos multiplicados pela prensa tipográfica a custos menores. (CARVALHO, 1998, p. 46)

As décadas seguintes à invenção da tipografia significaram tempos de ruptura ao bloqueio do conhecimento e da informação, que até àquela época era privilégio das classes abastadas. Antes, os caros livros manuscritos eram reservados às bibliotecas particulares sem acesso ao público em geral.



Jorge Arbach

Junto com a tipografia, o jornalismo é outra forma de difusão do conhecimento valorizada pela humanidade. Teve início nas *cartas de notícias* manuscritas que traziam, para comerciantes e empreendedores, informações de interesse de regiões distantes. O jornalismo como nós o conhecemos caracterizou-se desde seus primórdios por selecionar e hierarquizar os acontecimentos, construindo a realidade, interpretando as notícias, o conhecimento, a cultura e o mundo. Buscou métodos e aperfeiçoou formas de narrativas para melhor atrair e se comunicar com o leitor. Utilizando a linguagem adequada para o grande público, valeu-se dos processos técnicos e editoriais específicos de cada período histórico.

Em meados do século XIX as nascentes empresas jornalísticas norte-americanas se depararam com o desafio de diariamente apresentar um jornal com conteúdo editorial que atraísse e agradasse o leitor comum. A saída foi criar uma imprensa popular privilegiando mais a notícia que o artigo opinativo. Uma imprensa que utilizasse mais a imagem do que o texto.

O novo modelo do jornalismo informativo enfrentou oposição dos modelos tradicionais do jornalismo opinativo em função de ideais político-partidários. Porém, na luta travada entre os dois gêneros o uso da imagem foi fundamental para que o *jornalismo informativo* se firmasse como meio de comunicação de massa, em contraposição ao *jornalismo opinativo* que, apesar de ser o único praticado até então, possuía perfil elitista.



Foto de Mathew Brady - 1864

O entrelaçamento definitivo da tríade jornalismo, capitalismo e progresso técnico solidificaram-se no advento da revolução industrial. Alguns anos após sua invenção, a máquina a vapor foi utilizada para mover as prensas tipográficas, permitindo a produção em massa dos meios impressos a preços reduzidos, o que possibilitou grande circulação. Nascia a comunicação de massa, através de jornais e revistas.

Era o nascimento do jornalismo informativo, legitimado pelo uso da imagem, opondo-se ao jornalismo opinativo. (BELTRÃO, 1980, p. 61)

Essa imprensa informativa de massa atingiu seu ápice de tiragem com a *Guerra da Secessão* na década de 1860. O público, ávido por informações do confronto, consumia cada vez mais jornais e revistas. E estimulava que utilizassem um dispositivo decisivo para a consolidação do jornalismo noticioso: a imagem fotográfica.

O jornalismo informativo surgia para atender as necessidades dos primeiros veículos populares de comunicação. Surgiram em função do desenvolvimento capitalista da época, ficando caracterizada como grande empresa comercial e industrial. Um negócio como qualquer outro que precisava vender seu produto: a notícia. Vender para o grande público, e vender barato! Graças às grandes tiragens foi possível alcançar tal meta. “Quanto mais, melhor!”



A Versão dos Fatos

O jornalismo veicula três categorias específicas de opinião: a do *editor*, a do *jornalista* e a do *leitor*, que, juntas, irão oferecer à comunidade a manifestação (...) da *opinião pública*.

A opinião do *editor* é expressa pelos editoriais e pela linha do jornal, identificáveis pelo critério de seleção das informações, pelo relevo dado a determinadas matérias, pelos títulos, fotografias e outras características.

A opinião do *jornalista* reflete (...) uma parte expressiva do público, contribuindo de modo decisivo para a formação do pensamento coletivo (...).

(...) (*e as cartas*) constituem mesmo o único e mais efetivo recurso de que dispõe o editor para receber o retorno do imenso e disperso público receptor de suas mensagens. (BELTRÃO, 1980, p. 76)

Mesmo mantendo acesos os ideais jornalísticos, não há como o jornalista passar as informações imunes aos seus próprios conceitos. Mesmo que a editora para qual ele trabalha não lhe exija comprometimento às suas diretrizes, comercial e ideológica, ao dar um cunho interpretativo à narrativa, ele sempre apresentará a interpretação do fato de acordo com a sua formação sócio-histórica.

A interpretação jornalística consiste em saber que (...)

(...) a cada momento o jornalista tem em mãos um enorme volume de fatos e situações que se poderão transformar em matéria de difusão; contudo, o veículo de que se utiliza, seja por limitação de tempo ou de espaço, reclama uma seleção, efetuada à base do primordial interesse do público, o que exige “o desenvolvimento de um critério especial, de um juízo jornalístico, que se resume em submeter o interesse particular e transitório para obter a universalidade e considerar, nos fatos, o seu valor permanente”. (BELTRÃO, 1980, p. 37).

O relato jornalístico, mesmo situando-se mais próximo possível da verdade, será o produto de uma interpretação pessoal ou de determinado grupo, já que, qualquer instituição, ao se referir a um assunto, apresentará suas observações sob uma visão particular, inerente aos seus princípios. Daí, podemos admitir que a objetividade não existe. Não há como admitir a existência de uma história “pura e verdadeira” sem a interpretação histórica do jornalismo sobre o fato narrado. (CARVALHO, 1998, p. 52).

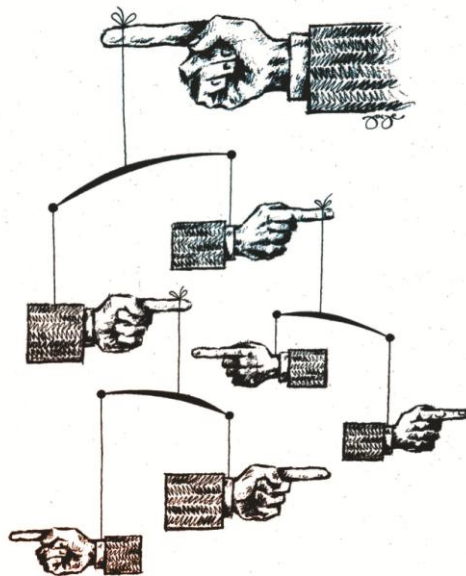
Não é de hoje que se diz que a simples escolha de uma pauta contraria o conceito de objetividade e de imparcialidade. O mesmo ocorre quando se escolhe uma notícia, um *lead*, uma legenda, um título ou uma imagem.



Jorge Arbach

(5) **DENOTATIVO**
A imagem é revelada
por sinais objetivos

(6) **CONOTATIVO**
A imagem é revelada por
associações subjetivas



Ao ser empregada inicialmente pelo jornalismo, a própria fotografia já sofria a intervenção do profissional copiador da placa de madeira xilogravada ou da chapa de metal riscada a buril. Ou seja, a imagem fotográfica era copiada à mão e, sempre que necessário, era acrescida ou subtraída de detalhes da foto original. Após seu invento (até a descoberta do negativo para confecção do clichê) a fotografia teve que esperar por cerca de 40 anos para ser reproduzida integralmente num jornal. Fato que ocorreu em 1880.

A fotografia, especialmente a jornalística, por sofrer os processos de edição é muito mais polissêmica que o texto verbal. A subjetividade do leitor é incentivada, não só pelas fotos, mais ainda pelo desempenho das invenções ilustrativas.

(...) a fotografia, embora sendo também imagem, não possui a capacidade opinativa do desempenho caricatural. Antonio Luis Cagnin explica essa diferença entre desenho e fotografia: "se, por um lado, a fotografia pode escolher o seu assunto, o seu enquadramento e seu ângulo, por outro lado, não pode interferir no interior de um objeto (salvo trucagens), isto é, a denotação (5) do desenho é menos pura que a denotação fotográfica, pois jamais houve desenho sem estilo. Na fotografia, a cena é captada mecanicamente mas não humanamente (o mecânico, no caso, é a garantia de objetividade); as intervenções do homem sobre a fotografia (enquadramento, distância, luz, filtro, granulações etc.) pertencem todos, com efeito, ao plano da conotação (6); tudo se passa como se houvesse, no ponto de partida (mesmo utópico), uma fotografia (frontal e nítida) sobre a qual o homem colocaria, graças a certas técnicas, os signos extraídos do código cultural". (BRIL; MELO, 1987, p. 114)

O jornalismo atual enfrenta ainda o desafio da linguagem rápida e objetiva das imagens que outros meios utilizam, principalmente a TV. Isso faz com que o jornal impresso se molde ainda mais aos esquemas do texto curto, diminuindo os espaços para a palavra e aumentando para a imagem. Para enfrentar a concorrência com a televisão o jornal procurou ser também imagético por meio de uma interatividade entre linguagem escrita e linguagem visual.

Hoje o jornal impresso, que em sua história primou em buscar o texto mais analítico, procura também ser cada vez mais uma reprodução dos processos televisivos, marcados pela fragmentação de relatos.

Diante da certeza da subjetividade no jornalismo, devemos trabalhá-la na consideração de seus dois aspectos: um que proporciona a interpretação mais coerente, esclarecedora e precisa do fato; outra que procura desviar o sentido da notícia em relação ao acontecimento real, apresentando versões não condizentes com a realidade, com o propósito de provocar interpretações de interesse particular. (CARVALHO, 1998, p. 97).