



Estudo semiótico de jornais: possibilidades de diálogos na filosofia da linguagem¹

Francismar FORMENTÃO²

Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO

RESUMO

A comunicação é instrumento de existência social, *conteúdo* como linguagem e processo, e *forma*, como movimento estético efetivado nas relações, um acontecimento material. Acontecimento que carrega a alteridade do homem como fator fundamental de um processo que, pela linguagem, dá ao signo sentido e existência ideológica. Assim, promove-se uma reflexão semiótica considerando as contribuições da filosofia da linguagem de Mikhail Bakhtin para o estudo de duas capas do Jornal Folha de S. Paulo e duas capas do jornal O Estado de S. Paulo, escolhidas no período de maio de 2006. Possibilidades de estudo em que o jornalista enforma uma realidade, a mediando para uma nova materialização de signos em capas de jornais, demonstrando assim, esferas e campos específicos de criatividade ideológica e produção social.

PALAVRAS-CHAVE: semiótica discursiva; filosofia da linguagem; jornalismo impresso; sociedade.

Entre os estudiosos da semiótica, as reflexões promovidas por Mikhail Bakhtin aparecem ainda como novidade para este campo, constituindo uma filosofia da linguagem e possibilidades de reflexão sobre a também chamada semiótica discursiva, que no signo une dialógicamente a ideologia e cadeias signicas ou discursivas. Para Bakhtin a comunicação é um processo, um movimento: as consciências individuais interagem com outras consciências individuais, num processo que ganha em complexidade e dinamismo quando o conteúdo e a forma desta comunicação são observados como signos, que, por sua vez, também possuem forma e conteúdo ideológicos em constante interação a partir de esferas e de campos específicos, evidentes em múltiplos discursos, como no jornalismo discutido neste texto (BAKHTIN, 1995, p. 31-38). Neste estudo é interessante entender que o jornalismo materializa estes campos e esferas, mesmo por que

[...] a crítica do discurso, em busca de expressão mais límpida, precisa considerar mecanismos como o da construção do mito retórico: o deslocamento de um signo lingüístico para significar outra coisa, de

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² O autor é jornalista, Especialista em Comunicação, Educação e Artes, Mestre em Letras – Linguagem e Sociedade (Unioeste); docente da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) Guarapuava – PR (Brasil). E-mail: fformentao@yahoo.com.br.



modo que se impõe duplicidade de entendimentos e se mantém viva a regra social, inocentando suas violações, por mais habituais que sejam.” (LAGE, 1998, p. 44). [...] manchetes, títulos, textos, legendas representam o componente digital da comunicação jornalística. Como é próprio das línguas naturais, a sintaxe lógica é rica e complexa, o que faz do sistema lingüístico o mais adequado à comunicação de conceitos. (LAGE, 1998, p.7).

Observa-se, na complexidade jornalística, além de seu conteúdo, a forma que organiza os componentes apresentados, sejam imagens ou palavras, compondo o discurso de um jornal impresso. Em outros veículos, como no caso da televisão ou do rádio, o som seria também um elemento com conteúdo e forma sógnica de comunicação. O homem – num entendimento que não se deixa levar por um reducionismo economicista – é um ser social imerso nesta dinâmica pois,

Para entrar na história é pouco nascer fisicamente: assim nasce o animal, mas ele não entra na história. É necessário algo como um segundo nascimento, um nascimento *social*. O homem não nasce como um organismo biológico abstrato, mas como fazendeiro ou camponês, burguês ou proletário: isto é o principal. [...] Só essa *localização social e histórica* do homem o torna real e lhe determina o conteúdo da criação da vida e da cultura (BAKHTIN, 2004, p. 11).

Para Bakhtin, o papel contínuo da comunicação, a consolidação do signo ideológico na materialidade do processo de comunicação, não aparece em lugar algum de forma mais clara do que na própria comunicação. O autor parte de uma visão crítica³ da psicologia e da consciência e a mostra como resultado de um processo social de relações e comunicação edificada através do signo.

A única definição objetiva possível de consciência é de ordem sociológica. A consciência não pode derivar diretamente da natureza, como tentaram e ainda tentam mostrar o materialismo mecanicista ingênuo e a psicologia contemporânea (sob suas diferentes formas: biológica, behaviorista etc.). A ideologia não pode derivar da consciência, como pretendem o idealismo⁴ e o positivismo⁵ psicologista. A consciência adquire forma e existência nos signos criados por um grupo organizado no curso de suas relações sociais. Os

³ BAKHTIN, Mikhail. **O freudismo: um esboço crítico**. São Paulo: Perspectiva, 2004. E, BAKHTIN, Mikhail. Filosofia da linguagem e a psicologia objetiva. In: BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.

⁴ Immanuel Kant (1724-1804) marcou profundamente o pensamento filosófico do seu tempo e condicionou toda a sua reflexão posterior. Johann Gottlieb Ficht (1762-1814) e Friederich Wilhelm Joseph Schelling (1775-1854) interpretam o idealismo transcendental kantiano de uma maneira mais subjetiva e menos crítica. Não têm em conta a noção de “coisa em si” e consideram que o real é constituído pela consciência. Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770-1831) evoluirá rumo ao idealismo absoluto, segundo o qual o real é a idéia, entendida não em sentido subjetivo, mas pleno (MASIP, 2001).

⁵ O positivismo é uma corrente sociológica que tem como precursor o francês Auguste Conte (1798-1587). (MASIP, 2001).



signos são o alimento da consciência individual, a matéria de seus desenvolvimentos, e ela reflete sua lógica e suas leis. A lógica da consciência é a lógica da comunicação ideológica, da interação semiótica de um grupo social. Se privarmos a consciência de seu conteúdo semiótico e ideológico, não sobra nada. A imagem, a palavra, o gesto significativo etc. constituem seu único abrigo. Fora desse material, há apenas o simples ato fisiológico, não esclarecido pela consciência, desprovido do sentido que os signos lhe conferem. (BAKHTIN, 1995, p. 35-36).

Cada signo ocupa um sistema em algum campo social, cultural ou particular da criação ideológica. “Cada domínio possui seu próprio material ideológico e formula signos e símbolos que lhe são específicos e que não são aplicáveis a outros domínios. O signo, então, é criado por uma função ideológica precisa e permanece inseparável dela.” (BAKHTIN, 1995, p. 36-37). Nas páginas dos jornais este conteúdo ideológico acompanha, de forma dinâmica, a condição sógnica ou semiótica, permitindo, assim, discernir seus enunciados discursivos na análise de seus elementos semióticos próprios, de sua esfera da comunicação.

A equivalência entre os signos e a ideologia em Bakhtin torna todos os fenômenos ideológicos um conjunto de signos, um universo em sua dupla materialidade – a física/material e a sócio/histórica (BAKHTIN, 1995, p. 33):

[...] ainda recebe um “ponto de vista”, pois representa a realidade a partir de um lugar valorativo, o que faz o signo coincidir com o domínio ideológico. O ponto de vista, o lugar valorativo e a situação são sempre determinados sócio-historicamente. E seu lugar de constituição e de materialização é na comunicação incessante que se dá nos grupos organizados ao redor de todas as esferas das atividades humanas. E o campo privilegiado de comunicação contínua se dá na interação verbal, o que constitui a linguagem como o lugar mais claro e completo da materialização do fenômeno ideológico. (MIOTELLO. In: BRAIT. 2005, p. 170).

Os parâmetros epistemológicos da semiótica de Bakhtin formam uma arquitetura que dimensiona as relações homem-mundo, sujeito-objeto do conhecimento e conectados à ação humana. A arquitetônica do conhecimento semiótico incorpora dialogicamente o processo histórico e as condições de elaboração de epistemes no processo de transformação contínua, na dinâmica das forças vivas sociais que se determina ética e esteticamente. Bakhtin une dialeticamente sua fundamentação do signo ideológico e da alteridade das relações sociais com essa arquitetônica vinculada a diversas categorias conceituais, como dialogismo, cronotopo, exotopia, polifonia, palavra, esfera, campo, enunciação, ética, estética, entre outras.



O conceito de esfera da comunicação discursiva (ou da criatividade ideológica, ou da atividade humana, ou da comunicação social, ou da utilização da língua, ou simplesmente da ideologia) está presente ao longo de toda a obra de Bakhtin e de seu Círculo, iluminando, por um lado, a teorização dos aspectos sociais nas obras literárias e, por outro, a natureza ao mesmo tempo onipresente e diversa da linguagem verbal humana. (GRILLO. In: BRAIT, 2006, p. 133-134).

Os signos materializados nas esferas/campos sócio-históricos (jornais, círculos sociais) refratam as relações comunicativas existentes na linguagem e, através da linguagem, refletindo e refratando a própria materialidade ideológica sígnica.

No domínio dos signos, isto é, na esfera ideológica, existem diferenças profundas, pois este domínio é, ao mesmo tempo, o da representação, do símbolo religioso, da fórmula científica e da forma jurídica etc. Cada campo da criatividade ideológica tem seu próprio modo de orientação para a realidade e refrata a realidade à sua maneira. Cada campo dispõe de sua própria função no conjunto da vida social. (BAKHTIN, 1995, p. 33).

Categoria fundamental no estudo da linguagem, o dialogismo, permite compreender como que todo enunciado refuta, confirma, complementa e depende dos outros, levando em consideração o outro. O lugar onde brota o discurso ou a enunciação está determinado por uma situação social imediata independentemente da existência real do interlocutor. O meio social concreto propicia a emissão de discursos, tendo em vista um horizonte social do outro da classe social do contexto histórico de tal sorte que os discursos irão se aproximar “do auditório médio da criação ideológica” sem “ultrapassar as fronteiras de uma classe e uma época bem definidas”. (BAKHTIN, 1995, p. 113). Para o autor, “a situação social mais imediata e o meio social mais amplo determinam completamente e, por assim dizer, a partir do seu próprio interior, a estrutura da enunciação”. (BAKHTIN, 1995, p. 113). Compreende-se as enunciações quando “reagimos àquelas (palavras) que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida”. (BAKHTIN, 1995, p. 95).

Os jornais

A imprensa brasileira figura como elemento de disputas políticas desde seu surgimento durante o império português ainda no Brasil Colônia (SODRÉ, 1999). Lembrar estes processos históricos em que surgem estes veículos de informação constitui necessidade para o entendimento de qualquer análise a ser executada em suas páginas.



A Folha de S. Paulo ao lado do jornal O Estado de S. Paulo ocupam papel de destaque como veículos impressos diários de grande circulação nacional e importância política do país. A história destes veículos constitui-se numa trajetória participativa de grandes eventos sociais da história do Brasil e tiveram também participação na ascensão política de Lula e de suas atividades presidenciais.

O Estado de S. Paulo é conhecido como o jornal mais antigo da cidade de São Paulo ainda em circulação. Em 4 de janeiro de 1875, durante o império, circulou pela primeira vez com o nome “A Província de S. Paulo”, mudando seu nome para o atual somente em 1890, com a alteração da nomenclatura das unidades da federação da República. Influenciados pelo ideal da república e com o propósito de combater a monarquia e a escravidão, Manuel Ferraz de Campos Salles e Américo Brasiliense fundaram o jornal juntamente com outros 16 membros, durante a Convenção Republicana de Itu.

Um marco na história do jornal foi a criação, em 25 de janeiro de 1934, pelo governador Armando de Salles Oliveira, através de decreto, a USP, uma idéia encampada pelo veículo desde 1927, por Júlio de Mesquita Filho. Em 1964, o jornal foi um dos veículos de comunicação que apoiaram o golpe militar que depôs o presidente João Goulart. Em 1966 o Grupo Estado aumentou seu envolvimento editorial com o lançamento do Jornal da Tarde, um veículo voltado à problemática urbana da cidade de São Paulo.

O *Estadão* (O Estado de S. Paulo) foi um jornal criado pelas elites e para as elites: era um jornal das “classes bem pensantes” do país, que se julgavam responsáveis pela educação do povo brasileiro. Em torno da sua Redação tomou forma o projeto de criação da Universidade de São Paulo, tendo como eixo a Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, cujo objetivo era formar os quadros para a administração do país do ponto de vista tanto político como cultural. (CAPELATO. In: FOLHA DE S.PAULO, 2003, p. 38).

Se o jornal O Estado de S. Paulo é um tradicional órgão da imprensa paulista que foi fundado no século 19, pertencendo desde então a uma mesma família, a Folha de S. Paulo tem uma história diferente: “[...] O jornal [Folha de S. Paulo] foi fundado em 1921 por iniciativa de um grupo de jornalistas que saiu do próprio Oesp [O Estado de S. Paulo]. Esse grupo havia tentado uma experiência que não deu certo: uma publicação chamada *Estadinho*, mais leve e que pretendia atender a um público mais amplo.” Depois do fracasso do *Estadinho*, o grupo de jornalistas buscou criar um jornal



voltado para as camadas da população mais pobres, a população em geral. Tendo à frente Olival Costa e Pedro Cunha, é lançado o jornal *Folha da Noite*. (CAPELATO. In: FOLHA DE S.PAULO, 2003, p. 38).

A Folha da Noite fez tanto sucesso que já em 1925 foi lançada a *Folha da Manhã*. O enfoque trazia uma linguagem simples com facilidade de leitura e identificação com o povo, o boneco-símbolo (Juca Pato), fazia grande sucesso. [...] No final da década, a sociedade entre Olival Costa e Pedro Cunha se desfez. Olival Costa, o mais combativo, abandonou o jornal, e Pedro Cunha passou a apoiar o governo de Washington Luiz. Essa nova postura resultou no empastelamento do jornal após a Revolução de 1930⁶. (CAPELATO. In: FOLHA DE S.PAULO, 2003, p. 39).

O jornal, que também passou a utilizar outro veículo, o *Folha da Tarde*, em 1945, teve vários diretores e proprietários. Em 1960 passou a ser um só jornal, a Folha de S.Paulo. Em 1962, novamente muda de mãos, sendo comprada por Octavio Frias e Carlos Caldeira. Em 1964 apoiou o golpe militar e passou a priorizar a modernização do jornal. Em 1977, Octavio Frias se retirou da direção do jornal quando um jornalista, Lourenço Diaféria, foi preso por matéria que desagradou o governo. A partir desta década, a Folha de S.Paulo já havia adquirido tamanho e repercussão nacional. Como a maioria da imprensa que foi a favor do golpe militar, passará agora a ser a favor da abertura política e, em meados da década de 1980, a favor das eleições chamadas “diretas” para o preenchimento dos quadros políticos do país⁷.

A história da imprensa brasileira demonstra como, nos últimos tempos, passou a ocupar papel importante na sociedade.

Nas últimas duas décadas, a mídia brasileira conquistou a maioria. Passou a se orientar pela busca abrangente de público, induzida principalmente pela criação de uma indústria de consumo poderosa e pelas agências de publicidade – que passam a se pautar por indicadores técnicos de audiência na hora de definição de suas verbas. (NASSIF, 2003, p. 289).

⁶ Movimento de lideranças dos Estados de Minas Gerais e Rio Grande do Sul que culminou com a deposição do presidente paulista Washington Luís. Em 1929 lideranças do Estado de São Paulo romperam a aliança com os mineiros representada pela *política do café-com-leite* (alternância no poder entre representantes de Minas Gerais e São Paulo), indicando o nome de Júlio Prestes como candidato à presidência da República. O governo de Minas Gerais apoiou a candidatura do gaúcho Getúlio Vargas. Com a vitória de Júlio Prestes, houve movimento armado que deu posse a um “governo provisório”, tendo Getúlio Vargas como presidente em 3 de novembro de 1930.

⁷ CAPELATO, Maria Helena Rolim. História da folha: as diferentes etapas. In: FOLHA DE SÃO PAULO. **Um país aberto**: reflexões sobre a Folha de S.Paulo e o jornalismo contemporâneo. São Paulo: Publifolha, 2003.

O jornalismo impresso deposita grande importância na primeira página de cada jornal, pois essas páginas representam a identidade social, as características jornalísticas (visual e de conteúdo), as posições diante dos fatos e a seleção que o jornal faz dos acontecimentos sociais. Na capa, os conteúdos são intencionalmente trabalhados com objetivos variados, desde uma capa impressionante que convença o leitor a comprar o jornal até uma capa com conteúdo determinado por interesses políticos.

Nestas capas, os enunciados assumem um processo enunciativo-discursivo, congregando o próprio enunciado, seu plano verbal e extraverbal. Assim,

[...] as unidades reais da cadeia verbal são as enunciações. Mas, justamente, para estudar as formas dessas unidades, convém não separá-las do curso histórico das enunciações. Enquanto um todo, a enunciação só se realiza no curso da comunicação verbal, pois o todo é determinado pelos seus limites, que se configuram pelos pontos de contato de uma determinada enunciação com o meio extraverbal e verbal (isto é, as outras enunciações). (BAKHTIN, 1995, p. 125).

Os enunciados perceptíveis nas capas de jornais se realizam numa interação com aquele que faz a leitura dos títulos, dos subtítulos, das fotos, das legendas, construindo uma relação dialógica real de comunicação, em que estes elementos carregam em si outras relações, como por exemplo a existente entre os títulos ou entre a legenda e a foto, que se consumam através do signo, que produz sentido, na enunciação.

Qualquer enunciação, por mais significativa e completa que seja, constitui apenas uma fração de uma corrente de comunicação verbal ininterrupta. Mas essa comunicação verbal ininterrupta constitui, por sua vez, apenas um momento na evolução contínua, em todas as direções, de um grupo social determinado. (BAKHTIN, 1995, p. 123).

Este movimento social determina a estrutura da enunciação, conduzindo objetivamente o sentido ideológico (BAKHTIN, 1995, p. 113). Assim, percebem-se, nas capas, os enunciados que constituem uma enunciação numa cadeia discursiva de signos sobre aquilo que é objeto da comunicação.

Nas capas analisadas, a partir do anúncio da nacionalização das reservas naturais de gás e do petróleo boliviano, existe uma intensa cobertura da mídia sobre os desdobramentos e as negociações governamentais. As capas do dia 2.5.2006 (Figuras 01 e 02) referem-se ao momento em que a mídia impressa anuncia as medidas bolivianas.

Figura 01



Jornal Folha de S.Paulo – 2.5.2006

Título principal:

Bolívia nacionaliza gás e petróleo

Título secundário:

Lula diz que PT tem de saber a “importância da reeleição”

Figura 02



Jornal O Estado de S. Paulo – 2.5.2006

Título principal:

Bolívia nacionaliza petróleo e gás; Exército ocupa Petrobrás

Título secundário:

Lula diz que será julgado pelo povo e quer PMDB

As capas demonstram, em seus títulos principais, o signo de uma guerra deflagrada. A imagem dos soldados e a ocupação da Petrobrás são movimentos de uma guerra de interesses econômicos. No mesmo dia, a palavra Lula evidencia o signo da campanha eleitoral nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, que também produz sentido de tribunal. O enunciado determina que Lula passará por um tribunal – fato que acontece àqueles que cometem erro – como título secundário na capa do jornal e ao lado do título que mostra a nacionalização do gás e petróleo boliviano, produz sentido de que, o aliado, aquele que Lula apoiou à presidência da Bolívia, o está traindo, e por isso ele, Lula, será julgado. Em sentido oposto, o signo abordado no outro jornal é o que mostra Lula atento ao partido, que precisa se preocupar com a reeleição.

Nas capas dos jornais, seja em palavras ou em imagens, os enunciados revelam signos, que estão dialeticamente organizados refratando e refletindo um compromisso ideológico específico. Nesta organização, a correspondência do signo e de seu universo é mútua, produzindo sentidos objetivos. A importância do signo está na

compreensão de sua esfera e campo social definidos, pois a realidade objetivada lhe é exterior e, nesta arena discursiva, há o enfrentamento e o confronto de cadeias sógnicas que compõem um horizonte axiológico de valores ideológicos pertinentes a estes signos (BAKHTIN, 1995).

Perceber estes signos é compreender estas contradições e estes sentidos no universo da comunicação analisada. As primeiras imagens do presidente Lula relacionadas à “crise” deflagrada entre o Brasil e a Bolívia estão nas capas do dia 5.5.2006 (Figura 03 e 04). Nestes jornais existe a cobertura da primeira reunião entre o presidente do Brasil e o presidente Evo Morales, da Bolívia, sendo mediada pelos presidentes da Argentina, Néstor Kirchner e da Venezuela, Hugo Chávez.

Figura 03



Jornal Folha de S.Paulo – 5.5.2006

Título principal:

Reunião mantém indefinições sobre gás

Subtítulo:

Encontro de presidentes de Brasil, Argentina, Venezuela e Bolívia não definiu parâmetros para preço nem garantias a empresas estrangeiras

Título secundário: Apoio de Lula divide Marta e Mercadante sobre indicação

Legenda:

Da esq. para dir., Morales, Chávez, Kirchner e Lula conversam em reunião em Puerto Iguazú, na fronteira com o Brasil

Figura 04



Jornal O Estado de S. Paulo – 5.5.2006

Título principal:

Lula não obtém concessões e desautoriza a Petrobrás

Subtítulo:

Evo acusa empresa de fazer chantagem e Lula diz que investimentos continuam

Título secundário: “Economist” define: Chávez derrotou Lula

Legenda:

DESCONTRACÇÃO – Kirchner, Evo, Lula e Chávez, em Puerto Iguazú: negociações sobre preços do gás só começam na semana que vem



Para Bakhtin, a palavra reúne, na interação da dinâmica social, condições que a fazem ser um fenômeno ideológico por excelência, comportando a forma da comunicação e o sentido constituído do signo. Nos signos identificados verifica-se distinções que colocam em relevo as esferas da criação ideológica. O conteúdo, ou o sentido produzido no conjunto de enunciados e signos numa página de jornal, permite, ainda, identificar a equivalência que existe entre o signo e a ideologia, numa materialidade física nestas capas e social, historicamente consolidada na dinâmica de sentidos (BAKHTIN, 1995, p. 36-37).

As capas de 5.5.2006 (Figura 03 e 04), numa comparação entre os dois jornais, demonstram como um mesmo fato tem produções de sentido diferentes. Os signos identificados no jornal Folha de S.Paulo determinam a condição de problematização existente entre os chefes de Estado sobre a crise do gás, o impasse ainda em discussão através de reuniões. O jornal diminui a importância da crise existente com o país vizinho, ao colocar título com a palavra Lula que divide atenção do leitor com as questões relacionadas à campanha presidencial. No jornal O Estado de S. Paulo, os signos identificados são ligados à adjetivação e à consolidação em fracasso da reunião presidencial. Ao ser acusado de chantagista, Lula afirma que os investimentos na Bolívia devem continuar, associando, à sua ingenuidade e à sua derrota, signos que, claramente, reduzem a condição de força do presidente brasileiro na relação com os interesses nacionais.

Considerações finais

Para reflexão sobre a comunicação, sua lógica social também é interessante a perspectiva do impacto das tecnologias da informação na sociedade contemporânea, enfatizando a recepção dessas tecnologias sobre as ciências, sobre as formas novas de representação da realidade e sobre a interação entre os novos espaços públicos e os novos sujeitos sociais.

Trata-se de fato da afetação de formas de vida tradicionais por uma qualificação de natureza informacional, cuja inclinação, no sentido de configurar discursivamente o funcionamento social em função dos vetores mercadológicos e tecnológicos, é caracterizada por uma prevalência de forma (que alguns autores preferem chamar de “código”; outros, de “meio”) sobre os conteúdos semânticos. (SODRÉ. In: MORAES, 2006, p. 21).



Para Muniz Sodré (2006), a midiaticização é mediação social prevalente no mundo atual com autonomia e espaço particular. Ela tem como objeto fundante a interatividade contínua, articulando-se em múltiplas formas híbridas com as várias organizações sociais, todas elas organicamente articuladas em suas finalidades mercadológicas. A midiaticização promove o reflexo do real, que é aquele preconizado pela própria tecnologia.

A esta forma, a imagem, principalmente com os recursos e inovações tecnológicas, aparece como signo essencial de comunicação num processo de contínua mudança. O que se considera inovação, isto é, apresentar o produto de uma forma original e que faz com que a empresa continue ativa no mercado, comporta um processo de argumentação expressa numa lógica própria. No caso da imprensa, funda-se na construção histórica do imaginário, memória simbólica enraizada na cultura ocidental (MARTÍN-BARBERO. In: MORAES, 2006, p. 61).

Na atualidade frenética, as relações humanas tendem a virtualizar-se ou telerrealizar-se no cenário da midiaticização, caracterizado por mediações e interações baseadas em dispositivos teleinformacionais (SODRÉ, 2002, p. 21-25). As tecnointerações exercem influência marcante nos padrões de sociabilidade e nas percepções dos indivíduos. As safras midiáticas generalizam textos e imagens que estruturam simbolicamente a vida e a produção acentuando o *ethos* do consumo. (MORAES. In: MORAES, 2006, p. 36).

Para Frédric Jameson⁸ (1995), a cultura é convertida em economia e a economia se transforma em cultura, dissipando-se as fronteiras entre a vida cultural e a vida econômica. A cultura passa a ser um empreendimento comercial e sua produção industrial se sofisticava nos musicais, nos filmes ou na própria comunicação de imprensa, passando a ser segmentada e a contar com a elaboração de especialistas, mantendo a padronização como forma subliminar. (MORAES. In: MORAES, 2006, p. 37).

As inovações tecnológicas aparecem como um recurso de competitividade nesta rede de consumo da informação. Assim, a inovação se converte em algo de valor numa lógica de competição, fazendo com que os produtos comercializados se tornem temporários ou em problemas que somente serão resolvidos com novas demandas de produtos e outras inovações tecnológicas. (MORAES. In: MORAES, 2006, p. 41).

⁸ Frédric Jameson (1934-) é renomado autor marxista, tendo escrito várias obras centrado na análise da cultura contemporânea, modernidade, capitalismo tardio e inconsciente político.



Esta reflexão permite transmutar a discussão da inferência tecnológica como também resultado da exigência de um mercado competitivo e que, nesta combinação espaço-tempo, procura otimizar a lucratividade e, no caso de unidades da comunicação, como apresenta o autor, apresentar vozes ao mercado para que este possa buscar, além de sua legitimidade, força e capacidade de perduração.

A cultura, a comunicação, a educação e a própria tecnologia digital constituem-se em signos que materializam realizações, tempo-espaço, forma-conteúdo de sujeitos, realidades e diálogos sociais. Diversos pensadores constituíram “epistemes” sobre a semiótica, diálogos possíveis para promover na diferença de pensamentos um conhecimento pertinente ao estudo semiótico destes campos.

A comunicação é instrumento de realização social. A forma aparece como processo estético e a linguagem como conteúdo, efetivando relações materializadas no signo, sentido histórico – ideológico. “O ser, refletido no signo, não apenas nele se reflete, mas também se refrata. O que determina esta refração do ser no signo ideológico? O confronto de interesses sociais nos limites de uma só e mesma comunidade semiótica [...]”. (BAKHTIN, 1995, p. 46).

Os signos observados nas capas dos jornais produzem uma realidade material concreta, evidenciando o sujeito do jornal como ser do discurso, numa condição sócio-histórica que integra o outro numa cadeia semiótica com contexto mediato e imediato, num devir sustentado na alteridade. Essa necessidade do outro confirma a dialogicidade que define a multi-direcionalidade da orientação de um eu para o outro (MACHADO, 1995, p. 310).

O signo, na dialogia discursiva da arena social do jornalismo, sua forma interdisciplinar e a dinâmica interacional de totalidades com função ideológica e significação com produção de sentido na circulação de enunciados jornalísticos, em signos que demonstram como o jornalismo seleciona sentidos considerando o outro num processo de comunicação constante, efetivado no devir.

Assim, a alteridade aparece como reflexo de si mesmo, afirmando a diferença do outro, seja como ruptura ao centramento de si mesmo, seja como afirmação da diferença imediata e medita; esta realização do outro afirma-se como resposta de aspirações que o outro (nesta caso, o leitor) espera saber sobre aquilo que lê.

O leitor busca um jornal que realize sua forma de pensar; que não negue suas convicções. Assim, Folha de S.Paulo e O Estado de S. Paulo realizam para o outro, o leitor, a imagem de Lula objetivada ideologicamente nos signos identificados.



Cabe ao jornalista enformar, concluir uma perspectiva na palavra do outro, superando o elemento técnico da forma do jornal, para uma experiência não vivenciada (o outro, “o leitor” não esteve na reunião do presidente Lula apresentada nos jornais de 5.5.2006, tomou conhecimento através da vivência do jornalista), uma comunicação essencialmente dialógica. “A palavra do outro deve transformar-se em minha-alheia (ou alheia-minha). A distância e o respeito. No processo da comunicação dialógica com o objeto, este se transforma em sujeito (o outro eu).” (BAKHTIN, 2003, p. 381).

Essa criação, superação promovida na comunicação jornalística, é também objetivada, para isso o ligeiro comparativo feito entre os jornais da mesma data (5.5.2006) já torna evidente.

A refração da realidade está na superação dos signos pelo jornalista e sua apresentação em páginas de jornais, uma produção de sentido objetivada pela técnica jornalística específica, pelos campos sociais envolvidos e pela própria esfera de criação ideológica do jornalista, constituindo assim um processo de significação na comunicação social.

A significação, como enfatiza Bakhtin (1992b, p. 132), não se dá jamais de forma abstrata, pois ela é o produto da interação entre os interlocutores:

Assim, cada um dos elementos significativos isoláveis de uma enunciação e a enunciação toda são transferidos nas nossas mentes para um outro contexto, ativo e responsivo. A compreensão é uma forma de *diálogo*; ela está para a enunciação assim como um réplica está para a outra no diálogo. (BAKHTIN, 1995, p. 132) [...] a significação pertence a uma palavra enquanto traço de união entre os interlocutores, isto é, ela só se realiza no processo de compreensão ativa e responsiva. A significação não está na palavra nem na alma do falante, assim como também não está na alma do interlocutor. (BAKHTIN, 1995, p. 132).

A significação nos signos e em suas combinações, traduzida em enunciados objetivados nos jornais, revela como o sentido é objetivado nesse processo de diálogo com o leitor. O movimento interno dos signos neste processo tem no conteúdo de um signo a determinação de sua forma, como no signo da morte do humorista Bussunda (a forma de representação do presidente Lula); na forma tem a determinação do conteúdo, como no signo da reunião presidencial na Argentina (nos dois jornais a forma apresentada na foto interferiu no sentido do conteúdo da reunião). No jornalismo, a superação do fato material em um material jornalístico tem como objetivo o conteúdo, este com valor axiológico também determinado pela forma ideológica dos signos e suas combinações, imaginárias ou não.



Assim, as comunicações jornalísticas têm, em sua gênese, a objetivação de um conteúdo produzido segundo esferas e campos específicos constituídos em determinado tempo/espaço na interação comunicativa. Pela mediação desses signos ideológicos, os valores axiológicos, presentes no conteúdo em dialogismo com o leitor, produzem sentido como síntese reflexiva de um fato vivenciado por um leitor que não esteve lá e que depende de um imaginário para dar um acabamento, mesmo que precário, para a interpretação e entendimento também imaginário da matéria jornalística como uma refração objetiva da realidade.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1995.
- BAKHTIN, Mikhail. **O freudismo: um esboço crítico**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso. In: FARACO, Carlos Alberto et alii. **Diálogos com Bakhtin**. Curitiba: Editora da UFPR, 2001.
- FARACO, Carlos Alberto. TEZZA, Cristóvão; CASTRO, Gilberto de. **Diálogos com Bakhtin**. Curitiba: UFPR, 2001.
- FOLHA DE S.PAULO. **Um país aberto: reflexões sobre a Folha de S.Paulo e o jornalismo contemporâneo**. São Paulo: Publifolha, 2003.
- FORMENTÃO, Francismar. **Palavra e imagem: signos do presidente Lula na mídia impressa**. Cascavel: Editora Coluna do Saber, 2008.
- GRILLO, Sheila V. de Camargo. Esfera e campo. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin: outros conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2006.
- HENRIQUES, Maria José Rizzi. **As raízes marxistas de Mikhail Bakhtin**. In: 54º seminário do GEL - GRUPO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS – UNESPE. 2006. Disponível em: <<http://www.gel.org.br/>>. Acesso em: 10 set. 2007.
- LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1998.
- MACHADO, Irene A. **O romance e a voz - a prosaica dialógica de Mikhail Bakhtin**. Rio de Janeiro, São Paulo: Imago - FAPESP, 1995.



MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MASIP, Vicente. **História da filosofia ocidental**. São Paulo: EPU, 2001.

MATTELART, Armand e MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2004.

MIOTELLO, Valdemir. Ideologia. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.

MORAES, Dênis de. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

NASSIF, Luís. **O jornalismo dos anos 90**. São Paulo: Futura, 2003.

SOBRAL, Adail. Ato/atividade e evento. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.

SOBRAL, Adail. Filosofias (e filosofia em Bakhtin). In: BRAIT, Beth (Org.) **Bakhtin: conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.