

---

**Título<sup>1</sup>: Cobertura fotográfica e desenvolvimento local: dois olhares sobre um mesmo Sertão.**

**Autoras:** Juliana Andrade Leitão<sup>2</sup> (Universidade Federal de Pernambuco, Escola Superior de Marketing, Faculdade Joaquim Nabuco)  
Maria Salett Tauk Santos<sup>3</sup> (Universidade Federal Rural de Pernambuco)

**Resumo**

Este artigo tem o objetivo de analisar comparativamente as representações sociais que o Jornal O Globo e o Diário de Pernambuco produziram sobre o Sertão do Nordeste brasileiro nas eleições de 2010. Observamos adjetivos contraditórios para definir uma mesma região: seca, miséria e fome de um lado, desenvolvimento, progresso e tecnologia do outro. Discute-se então o fazer jornalístico e a cobertura fotográfica, pontos de vista, objetividade e agendamento combinado com as teorias do desenvolvimento local. O estudo evidenciou que as imagens denotam uma representação do Sertão distinta, constroem narrativas com propostas opostas, mesmo tratando-se de uma mesma região.

**Palavras-chave:** Eleições 2010; Representações sociais; Desenvolvimento Local; Sertão; Foto-Jornalismo.

**Introdução**

O objetivo deste artigo é analisar as representações sociais que a imprensa de circulação nacional faz dos Sertões do Nordeste nas reportagens de alcance nacional comparando-a com as reportagens que a imprensa de circulação regional faz da mesma região. Para isso, observamos o fotojornalismo, especificamente o olhar, o recorte e o ponto de vista dado por cada um desses veículos. As questões que norteiam o estudo estão centradas na forma como são veiculadas as matérias.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania. GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Juliana Andrade Leitão, jornalista, atua desde 2003 como repórter fotográfico. Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco – POSMEX/ UFRPE. Doutoranda do Programa de Pós- Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco – PPGCOM/UFPE. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Escola Superior de Marketing e da Faculdade Joaquim Nabuco. Recife-PE. E-mail: [julleitao@gmail.com](mailto:julleitao@gmail.com)

<sup>3</sup> Maria Salett Tauk Santos é Jornalista, Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex), do departamento de Educação da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, PE. Coordenadora do GT Comunicação, Tecnologia e Culturas Populares do Posmex/UFRPE e do GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom. E-mail: [mstauk@hotmail.com](mailto:mstauk@hotmail.com)

O que permeou a pesquisa foi a seguinte pergunta: Qual seria a imagem do Sertão real, que de fato informa o leitor e contribui para o desenvolvimento local da região?

Para debater esse assunto trazemos duas coberturas imagéticas feitas a época das eleições presidenciais de 2010. O Globo possui somente uma galeria que fala sobre o Sertão em 2010, chama-se Seca no Nordeste, foi publicada em setembro do ano em questão. Na mesma época o Diário de Pernambuco enviou uma equipe para fazer uma reportagem especial que seria lançada logo sobre o Sertão que mudou a partir da gestão presidencial, da qual fiz parte como fotógrafa. Avaliaremos o que foi editado e escolhido para o caderno que no final foi publicado em dezembro de 2010 com o nome Luiz Inácio Nordestino da Silva.

As novas teorias sobre o desenvolvimento local propõem um novo olhar sobre as regiões sem que se caia em um erro reducionista de achar que o micro ou pequeno seria o local, mas uma forma de ver o todo de forma mais apurada. Na esfera local é que são melhor identificados os problemas e suas possíveis soluções. Franco (1998) traz uma definição importante para conceituar desenvolvimento local:

Desenvolvimento local integrado e sustentável é um novo modo de promover o desenvolvimento, que possibilita o surgimento de comunidades mais sustentáveis, capazes de suprir suas necessidades imediatas, descobrir ou despertar suas vocações locais e desenvolver suas potencialidades específicas, além de fomentar o intercâmbio externo, aproveitando-se de suas vantagens locais. (FRANCO, 1998, p.7)

Um aspecto importante na promoção do desenvolvimento local é a informação sobre as regiões, as culturas locais, a comunidade, os recursos, o capital humano e social que de fato possibilitem o planejamento de estratégias eficazes para uma nova realidade sustentável e integrada. Para tal, a mídia ou os meios de comunicação de massa tanto locais como nacionais exercem uma função fundamental para integrar as discussões, levantar o debate e trazer até as pessoas a realidade do que acontece nas regiões. O autor fala da necessidade de “desenvolver e aplicar estratégias de comunicação social e de marketing compatíveis” ao desenvolvimento local sustentável e integrado. (FRANCO 1998, p.19).

O desenvolvimento preocupa-se com o aproveitamento dos recursos materiais e humanos da comunidade. Investimentos em educação, aproveitamento da cultura e conhecimentos da comunidade, preocupação com a preservação das reservas naturais, a

inclusão de jovens e mulheres no setor produtivo, nas decisões coletivas são fundamentais para que de fato ocorra equidade de gênero e igualdade nas questões geracionais.

Os meios de comunicação de massa podem trazer à tona os diversos problemas que afligem a região, ao mesmo tempo em que podem divulgar as potencialidades locais, vocação social e econômica para certas atividades, o que possibilita que um maior número de pessoas tenha acesso ao conhecimento sobre as comunidades refletidas nas reportagens jornalísticas.

A pesquisa tem como preocupação os meios de comunicação de massa e sua função social de trazer à discussão assuntos voltados à promoção do desenvolvimento local.

### **A fotografia como ponto de partida**

Como bem explica Sandra Pesavento (2008 p. 104): “as imagens, como representação, partilham dessa condição de ambivalência, de ser e não ser a coisa representada” o que mostra que a fotografia apresenta e se coloca para a sociedade com intenções, no caso da fotografia de imprensa com intenções informativas do autor da imagem, do jornal que publica, do editor que edita e legenda; além do momento histórico em que é produzida e publicada e por fim e não menos importante da relação que essa imagem vai estabelecer com outras imagens e informações do leitor e receptor da foto.

Aumont traz a importância do recorte ou enquadramento. Esse processo que ele chama mental e material “pelo qual se chega a uma imagem que contém determinado campo, visto sob determinado ângulo e com determinados limites exatos”. (AUMONT, 1994, P.153). Nesse sentido a fotografia irá mostrar o ponto de vista daquele lugar ou situação do fotógrafo: “lugar onde uma coisa deve ser colocada para ser bem vista”. (AUMONT, 1994, P.156). O ponto de vista do fotógrafo será percebido pelo leitor da imagem: “1. Um local, real ou imaginário, a partir do qual uma cena é olhada; 2. O modo particular como uma questão pode ser considerada; 3. Enfim, uma opinião, um sentimento com respeito a um fenômeno ou a um acontecimento”. (AUMONT, 1994, P.156). Arlindo Machado complementa esse raciocínio ao falar do recorte do quadro e alusão ao extraquadro, afirmando que:

Toda visão pictórica, mesmo a mais “realista” ou a mais ingênua, é sempre um processo classificatório, que joga nas trevas da

invisibilidade extraquadro tudo aquilo que não convém aos interesses da enunciação e que, inversamente, traz à luz da cena o detalhe que se quer privilegiar. (MACHADO, 1984 p. 76)

Nesta pesquisa, a fotografia de imprensa consiste num recorte metodológico para análise da representação na mídia. “A fotografia de imprensa é uma mensagem”. (BARTHES, 2009, p.11). Utiliza-se este autor que discute quem produz quem escolhe e como esta imagem comunica com os textos aos quais faz referência, como título, legenda e até mesmo o nome do jornal: “A estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; comunica, pelo menos, com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) que acompanha toda a fotografia de imprensa”. (BARTHES, 2009, p.12).

No capítulo A Retórica da Imagem, Barthes (2009, p.33) explica que a imagem tem como característica principal o fato de ser polissêmica, devemos, então, sempre buscar informações que auxiliem na sua compreensão.

### **Representações Sociais**

Da teoria das Representações Sociais utilizou-se fundamentalmente Serge Moscovici e Celso Pereira de Sá, deste último ressaltamos a importância das manifestações culturais ou matérias veiculadas pela mídia como fonte de dados. (SÁ, 1998, P.58). O autor explica também que as Representações circulam por meio da difusão: “típica da imprensa de grande circulação” (SÁ, 1996, P.35). De Moscovici (2009) consideramos a importância dada às convenções, cultura, a memória social e histórica no processo de ancoragem (classificar, rotular e categorizar). O segundo conceito trazido é o da objetivação, ou seja, “produzir um conceito em uma imagem”. (MOSCOVICI, 2009, p.72). O estudo das Representações Sociais se faz imprescindível neste trabalho por vários motivos, a teoria aborda mídia e imagem, modelos e comportamentos sociais, visão de mundo e senso comum, todos esses temas são importantes na elaboração desta dissertação. Representar uma coisa é reconstituí-la, retocá-la, a comunicação se estabelece entre o conceito e a percepção.

Moscovici explica que “pessoas e grupos criam representações no decurso da comunicação e da cooperação. Representações, obviamente, não são criadas por um indivíduo isoladamente”. (MOSCOVICI, 2009, p.41). Isso indica que a comunidade aceita as representações, passa para as gerações seguintes e vão reforçando, realimentando até serem totalmente legitimadas pelo grupo.

O que estamos sugerindo, pois, é que pessoas e grupos, longe de serem receptores passivos, pensam por si mesmos, produzem e

comunicam incessantemente suas próprias e específicas representações e soluções às questões que eles mesmos colocam. Nas ruas, bares, escritórios, hospitais, laboratórios, etc. as pessoas analisam, comentam, formulam “filosofias” espontâneas, não oficiais, que têm um impacto decisivo em suas relações sociais, em suas escolhas, na maneira como eles educam seus filhos, como planejam seu futuro, etc. Os acontecimentos, as ciências e as ideologias apenas lhes fornecem o “alimento para o pensamento”. (MOSCOVICI, 2009, p.45).

O senso comum é constantemente modificado, seu conteúdo, suas imagens simbólicas estão constantemente sendo retocadas. Ao estocar esses elementos da memória coletiva a sociedade se comunica, ao se representar ela se relaciona e define a realidade. Ao longo do tempo as representações se fortalecem, recebem explicações, novas imagens que reforçam suas categorias que nos permite compreender o mundo e o comportamento humano dentro da sociedade.

A convenção tem sido a forma como a realidade tem sido representada, “entre a ilusão total e a realidade total existe uma infinidade de graduações” (MOSCOVICI, 2009, p.71). Dentro da sociedade circulam elementos da linguagem, palavras, imagens, conceitos, metáforas e os grupos sociais precisam estar constantemente dando a esses objetos sentidos concretos que se busca na nossa memória e no acervo que foi construindo ao longo da vida.

### **Comunicação**

A pesquisa tem como preocupação os meios de comunicação de massa e sua função social de informar e sua característica de legitimar no senso comum as representações sociais. Os jornais são formados por uma equipe de editores, repórteres, foto-jornalistas, diagramadores e ilustradores que irão dar o tratamento à notícia que será veiculada. De acordo com a importância dada por aquele determinado jornal, aquela notícia será veiculada com chamada na capa do jornal, área nobre que coloca a ordem de importância das notícias do dia. No campo dos estudos da Comunicação existem dados levantados no conhecimento da agenda-setting, ou seja, a pesquisa do impacto nos receptores no que se refere a uma ordem de importância semelhante à ordem dada pelo veículo de comunicação. Vários autores procuram saber como, por exemplo, eleitoralmente a televisão, o impresso, o rádio, a internet colocam na ordem do dia de interesse das pessoas os assuntos e acontecimentos da política.

Segundo Wolf, o público dá importância a acontecimentos enfatizados pelos meios de comunicação de massa. O autor explica que a mídia coloca na ordem do dia da

atenção do público os assuntos, dando importância, salientando sua centralidade, assim: “as notícias são enquadradas em temas, a mídia fornece categorias nas quais o receptor situa as matérias de modo significativo”. (WOLF, 2008, p.145).

A realidade aparece refletida nas matérias jornalísticas por meio de títulos, diagramação, texto, fotografias e infográficos (representações visuais de informação geralmente em tabelas ou outros gráficos explicativos), esses elementos irão proporcionar formas de elucidação ao leitor sobre a realidade que se quer mostrar, no entanto nem sempre a tal realidade da reportagem é evidenciada tal e como ela de fato é.

É importante salientar que a agenda inclui além dos fatos o tratamento dado a estes fatos (CHARAUDEAU, 2006, p 42-43). Que nesta pesquisa podemos analisar não somente o Sertão, mas o olhar sobre esse Sertão.

### **Os muitos sertões**

Quando pensamos na palavra Sertão podemos pensar geograficamente, ou seja, uma região que estende-se por grande parte da Bahia, de Pernambuco, da Paraíba, do Rio Grande do Norte, Piauí, Ceará e por uma pequena parte de Sergipe e de Alagoas. Além disso, atinge o norte e o noroeste de Minas Gerais. Compreende as áreas dominadas pelo clima tropical semiárido que apresenta temperaturas elevadas (entre 24 °C e 28 °C) e duas estações bem definidas: uma seca e outra chuvosa. As chuvas concentram-se em apenas três ou quatro meses do ano. A pluviosidade no Sertão atinge a média de 750 mm anuais, sendo que em algumas áreas chove menos de 500 mm ao ano.

Poderíamos pensar também em uma região imaginária, construída desde *Os Sertões* de Euclides da Cunha, e que segundo Albuquerque Junior (2001) foi um marco no que se refere à construção da identidade nacional, onde traz a dicotomia que coloca em lados opostos o Sertão e o litoral. Essa dicotomia aparece em muitas obras artísticas e o autor fala que se tornou uma questão arquetípica da cultura brasileira.

O autor mostra como os termos “Nordeste”, “seca”, “tradição”, “Sertão” se confundem para significar uma mesma ideia de região e de população, fazendo parte de um mesmo discurso que vem de diferentes autores ao longo da história da literatura brasileira.

Albuquerque Junior (2001) cita o texto de Graciliano Ramos (1962) em que fala sobre a seca. Percebe-se que no século passado essas representações da seca já traziam inquietações primeiramente ao que se refere aos autores dos livros sobre a seca. Sem

citar nomes, Graciliano diz que o estrangeiro que não conhecesse o Brasil e lesse na literatura sobre o assunto imaginaria que “aquela parte de terra que vai da serra Ibiapaba a Sergipe, é deserta, uma espécie de Saara”. (RAMOS, 1962 P. 135). O autor fala em época de exageros, na qual, os autores:

contaram tantos casos esquisitos, semearam no Sertão ressequido tantas ossadas, pintaram o sol e o céu com tintas tão vermelhas, que alguns políticos, sinceramente inquietos, pensaram em transferir da região maldita para zonas amenas os restos da gente flagelada. (RAMOS, 1962 P. 135).

Graciliano Ramos culpa a imprensa também e diz que “até a antropofagia serviu para dramatizar a seca, em jornal e em livro”. (RAMOS, 1962 P. 135). Ou seja, não foram somente os ficcionistas da literatura, com sua licença para criar casos e florear as histórias, os responsáveis por essa imagem da seca. O autor diz que a prosa e verso que falava da figura do retirante semeou desprezo para com essas pessoas.

Observamos que esse Sertão da Seca é o que aparece nas coberturas nacionais sobre a região e definitivamente é esse Sertão que nas imagens da Galeria Seca no Nordeste aparece e que se mistura com uma Representação Social da região formada desde Euclides da Cunha, Portinari, Rachel de Queiroz, Luiz Gonzaga etc.

### **Seca no Nordeste**

Publicada no site em 03 de setembro de 2010. Nesta galeria, a seca é materializada em imagens arquetípicas da seca: caveira, carroça, terra batida, sol quente, plantação seca e carros pipa como única alternativa.

Talvez não exista imagem mais arquetípica da seca no Sertão do que a caveira, ou a ossada de um animal, é uma comparação direta com a morte. Barthes afirmou que “o homem adora os signos e adora-os de preferência claros” (BARTHES, 2009, p.24).

O chão é de terra batida e reflete um sol provavelmente de meio dia pelo que se pode perceber as sombras bem abaixo das pessoas e objetos.

A galeria sempre traz nas legendas referências ao Programa Bolsa Família, é um dado de crítica política, pois a candidata ao governo Dilma Houssef faz parte do grupo do PT que com o presidente Lula teve como elemento principal de sua gestão o auxílio econômico aos mais pobres por meio de uma bolsa família, que é fornecido às famílias com crianças. O valor da bolsa varia entre R\$ 62,00 e R\$200.

A imagem mostra crianças, uma mulher grávida, cerca rudimentar, chão batido e um balde derramando bem pouquinho água. Na legenda a reclamação de que a falta de água traz doenças e dá a entender a omissão dos poderes públicos. A água é um

elemento presente para que a linha da reportagem que fala sobre Seca no Nordeste não perca o foco, e o fio de água que cai no balde indica escassez, a legenda deixa de trazer informação sobre a realidade da família mostrada. Em uma das imagens aparece uma cidade, é possível ver três casas, uma bicicleta, outro homem com tonel, parece uma região mais habitada, não se sabe exatamente de que local se trata.

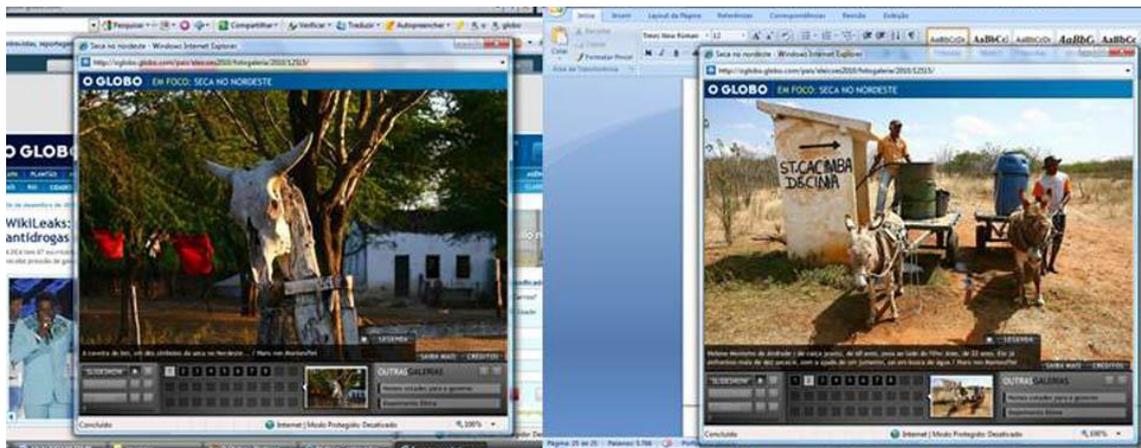


Figura 1. Legenda: “A caveira do boi, um dos símbolos da seca no Nordeste/ Hans Von Manteuffel”.

Figura 2. Legenda: “Heleno Monteiro de Andrade (de calça jeans), de 60 anos, posa ao lado do filho João, de 22 anos. Ele já enfrentou mais de dez secas, com a ajuda de um jumento, sai em busca de água / Hans Von Manteuffel”.

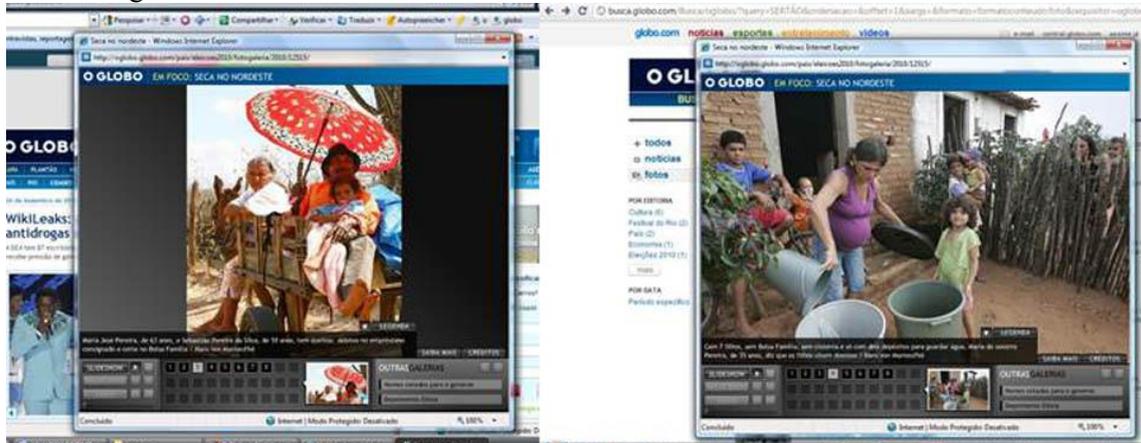


Figura3. A legenda diz: “Maria José Pereira, de 63 anos, e Sebastião Pereira da Silva de 59 anos, tem queixas: débitos no empréstimo consignado e corte no Bolsa Família / Hans Von Manteuffel”. Figura4. Legenda: “Com 7 filhos, sem Bolsa Família, sem cisterna e só com depósitos para guardar água, Maria do socorro Pereira, de 35 anos, diz que os filhos vivem doentes / Hans Von Manteuffel”.



Figura 5. A legenda diz: “No sítio Queimada Grande, o lavrador Luis Sebastião Alves, de 36 anos, fatura R\$ 900,00 mensais vendendo água em tambores duplicados artesanalmente / Hans Von Manteuffel”.

Figura 6. A legenda diz: “José Vlaney dos Santos, de 36 anos, no sítio Tanque. Ele diz que a vida dos sogros é melhor do que em 1998, mas as perdas de lavoura foram as mesmas da última grande seca / Hans Von Manteuffel”.

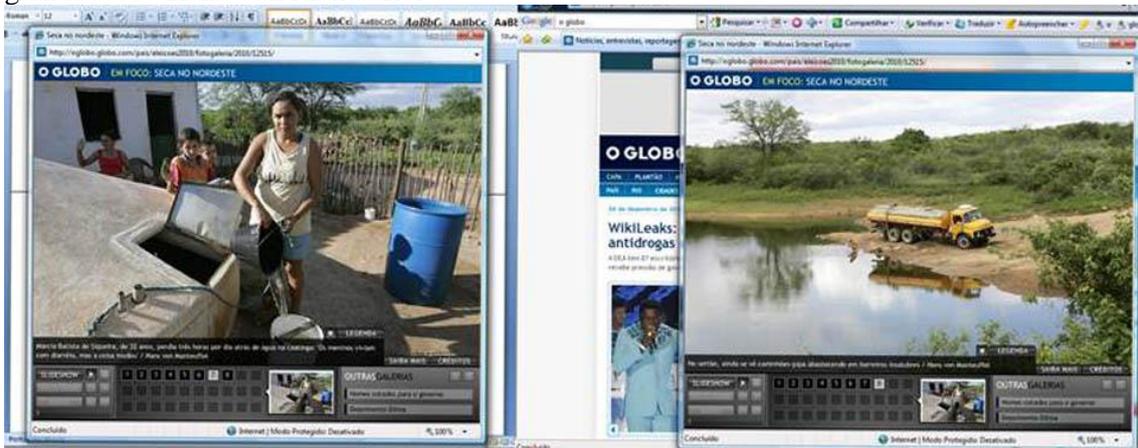


Figura 7. Uma legenda que indica uma história de melhoria: “Márcia Batista de Siqueia, de 32 anos, perdia três horas por dia atrás de água na caatinga: os meninos viviam com diarreia, mas a coisa mudou / Hans Von Manteuffel”. Figura 8. A última imagem desta galeria diz o seguinte: “No Sertão, ainda se vê caminhões-pipa abastecendo em barreiros insalubres / Hans Von Manteuffel”.

A imagem arquetípica da seca é vista nas plantas secas e mortas, o meio de transporte que indica falta de transporte, o único elemento de desenvolvimento na localidade é um poste que indica que existe iluminação elétrica na localidade. A galeria fala de Nordeste e a imagem mostra sofrimento, tristeza e o texto faz relação às grandes secas que permeiam o imaginário do leitor. Existe uma única imagem em que aparece uma caixa de água e a personagem da matéria derramando água que tirou em abundância.

A última fotografia da galeria mostra uma região com água e um caminhão pipa próximo, a legenda indica que a água é insalubre. Indicando poderes públicos ausentes,

falta de fiscalização, assim como necessidade ainda existente em muitas cidades de saneamento básico, o que afeta diretamente à higiene básica e saúde. A legenda neste caso é o elemento da linguagem que trouxe informações tais como “Sertão” + “ainda”+ “insalubre”. Neste caso algumas informações não são possíveis de saber somente olhando atentamente a foto, mas a legenda direciona o olhar, coloca uma informação aos olhos e fazem com que se complete a informação com o que está para além dela e que passa a fazer parte a partir dos dados do texto. Moscovici diz que “um enorme estoque de palavras, que se referem a objetos específicos, está em circulação em toda sociedade e nós estamos sob constante pressão para provê-los com sentidos concretos equivalentes” (MOSCOVICI, 2009, p.72).

### Sertão do desenvolvimento

O Diário de Pernambuco realizou uma cobertura em setembro de 2010 para o Caderno Especial Luiz Inácio Nordestino da Silva<sup>4</sup>, publicado dia 28 de dezembro de 2010.



Figura 9. Abertura do Caderno. Foto de Lula com um mapa do Nordeste sobreposto ao rosto dele. Figura 10. Legenda: Lula vistoria obras da Transnordestina, em visita a Missão Velha (CE); abaixo, detalhe emato em Salgueiro (PE). Foto: Hélder Tavares/DP/D.A Press.



<sup>4</sup> Expediente: Diretora de redação: Vera Ogando. Reportagem e edição: Vandek Santiago. Edição de fotografia: Heitor Cunha. Fotos: Juliana Leitão (Helder Tavares, onde indicado). Foto da capa: Teresa Maia. Edição de infografia: Christiano Mascaro. Design: Jaíne Cintra. Arte: Pedro Melo. Tratamento de imagem: Ralf Teotônio.

Figura 11. Imagem de um aluno de uma escola pública de Salgueiro. Legenda: Maicon Silva Monteiro - “Quando a época chegar, Salgueiro vai estar melhor ainda. Vou ajudar muita gente quando assumir a prefeitura”. Foto: Juliana Leitão/DP/D.A Press

Figura 12. Imagem de um pedreiro construindo uma escola. Legenda: “Cena comum em toda a região: obras de construção civil. Foto: Juliana Leitão/DP/D.A Press”.

Figura 13. A imagem mostra a fábrica de dormentes de Salgueiro. A legenda diz o seguinte: “Operário em fábrica de dormentes de concreto em Salgueiro (PE) Foto: Juliana Leitão/DP/D.A Press”.



Figura 14. O título diz: “É um trem? Não! É o Lagarta Verde” A legenda traz a seguinte informação: “Carroceiros observam passagem do metrô, no Crato . Foto: Juliana Leitão/DP/D.A Press”.

Figura 15. Legenda que diz o seguinte: “Trajeto dura 40 minutos e passa por dentro do Juazeiro e Crato”. Fábrica fica em Barbalha (ao lado). Foto: Juliana Leitão/DP/D.A Press”.

Figura 16. Trabalhadores construindo o VLT. A legenda só diz o crédito: “ Foto: Juliana Leitão/DP/D.A Press”



Figura 17. A legenda traz o crédito: Fotos: Juliana Leitão/DP/D.A Press.

Figura 18. Não possui legenda. Somente crédito. Fotos: Juliana Leitão/DP/D.A Press.

Figura 19. A legenda diz: Feira livre em São Bento (PB): cidade orgulha-se de ser “capital mundial da rede”. Fotos: Juliana Leitão/DP/D.A Press.



Figura 20. A legenda diz: “Chico da Breia, no que restou de sua plantação de milho, em Riachão (PB): “Perdi tudo” Fotos: Juliana Leitão/DP/D.A Press”.

Figura 21. Fotos: Juliana Leitão/DP/D.A Press. Onde o progresso ainda não chegou: sistema de empréstimos sem burocracia estimula população a montar o próprio negócio



Figura 22. Legenda das fotos: Fotos: Carlos Teixeira/DP /d.a press.; Sertão de Pernambuco: o presidente Lula com populares, em 13 de dezembro passado, e FHC em Petrolina (1997).

Figura 23. Legenda: Economista Gustavo Maia. Foto: Cecilia de Sa Pereira/ Esp. DP/ D.A Press

Figura 24. Legenda: Fotos: Juliana Leitão/DP/D.A Pres. Robson Marques, em Sousa (PB), e Zacarias Nunes, em Juazeiro do Norte (CE): apoio a Lula é proveniente da sensação de que ele deu atenção ao NE.

Figura 25. Legenda: Votação em massa do eleitor nordestino em candidatos apoiados por Lula altera mapa eleitoral e impõe desafio ao PSDB, que precisa desenvolver projeto para a região.

O caderno possui já na página de abertura a seguinte frase que mostra bem qual o propósito dele: “Para mostrar a nova realidade percorremos cerca de 4.500 quilômetros por toda a região. Encontramos dezenas de pessoas dizendo quase sempre a mesma coisa, com palavras diferentes. Como Robson Marques, de Sousa (PB): ‘Nunca mais eu vi ninguém pedindo esmola. E tem é muito prédio grande sendo construído na cidade’”. (SANTIAGO,2010). Nesse caderno especial vemos Presidente Lula na capa e uma série de matérias com imagens querendo provar que o Sertão desenvolveu, mudou, com o presidente que veio da região Nordeste do país. O caderno traz a maior fábrica de dormentes do mundo em Salgueiro – PE, depois vemos o Metrô do Cariri: “Experiência do Metrô do Cariri inspira outras cidades nordestinas e é a última moda em transporte ferroviário”. Um intertítulo fala o seguinte: “O ano em que a região pode alcançar o Brasil”. A imagem mostra uma carroça esperando o VLT passar. Uma página seguinte do caderno intitula-se Verdades incômodas. O título: “30 presidentes e duas verdades incômodas” a imagem mostra duas imagens de pôr de sol, feitos na estrada de Salgueiro. Logo abaixo da legenda um subtítulo que diz o seguinte: “Levantamento mostra que região tem mais apoio quando presidente é do Nordeste, Minas Gerais ou Rio Grande do Sul”.

O caderno continua com a seguinte página APLS. A imagem mostra um apicultor no meio da caatinga, imagem feita em Picos - Piauí. O título diz o seguinte: “APLs ou como dar nó em pingo d’água”; o subtítulo explica: “Povoado do Sertão cearense, Pingo D’água é modelo de programa alternativo para interiorização do desenvolvimento”. O texto inicia perguntando: “E quando a cidade é pobre, fica longe e não tem atrativos para sediar grandes indústrias ou grandes obras, o que é que faz?”. A imagem ilustra o caso do APL do Mel em Picos (330 km de Teresina, PI), a produção de mel começou como uma atividade complementar à renda dos agricultores na região de Picos. Hoje tornou-se a principal atividade para muitos deles. Como seu Antônio José de Moura, de Santana do Piauí (a 10 km de Picos). Continuando na mesma página, a matéria fala de São Bento (PB), comenta que há um outro APL de sucesso. A cidade produz redes, 12 milhões de unidades por ano. Tem cerca de 70 empresas formais, e 300 informais. Não há desemprego em São Bento; 80% dos trabalhadores estão na indústria e comércio de redes.

Existe uma matéria que fala de seca, o texto fala e a imagem mostra um agricultor que perdeu a safra de milho na seca. Agricultor em Riachão, município de pouco mais de 3.500 habitantes, no semiárido paraibano, a 110 km de João Pessoa. É uma das três cidades do Brasil que mais serão prejudicadas pelo aquecimento global. O texto faz um reconhecimento a um programa do governo federal: Garantia Safra. Mesmo falando de seca, o texto relembra no final o caso de sucesso dos apicultores de Picos. Por fim o caderno traz uma comparação entre Fernando Henrique Cardozo e Lula, diz que: “Tucano controlou a inflação e montou bases da política social; Lula fez opção pelo NE”. Aparecem duas fotos de eleitores, um em um local seco de terra rachada e outro em uma estação de metrô de Juazeiro do Norte, mostra a diferença nos lugares deles, mas a intenção de votar em candidatos ligados a Lula.

#### Sistematizando as categorias

Pensando em categorias semânticas a partir do que as imagens mostram e as legendas e títulos conversam com elas combinadas ao que o marco teórico discute sobre ponto de vista, enquadramento, agendamento, ancoragem e objetivação, chegou-se às seguintes categorias. 1) pessoas; 2) vegetação, 3) transporte, 4) urbanização e 5) seca.

A Galeria do O Globo mostra famílias, crianças, um casal de pessoas com certa idade, mulheres com filhos próximos a tonéis de água, cisternas e carroças. Pouca vegetação, principalmente seca, mas existe uma imagem em que aparece um carro pipa com uma vegetação abundante. A terra é sempre seca e o transporte rudimentar com carroças e

animais. Uma única imagem faz referência a uma cidade pequena pouco urbanizada, o restante não mostra casas, dá a sensação de sítios pequenos isolados e distantes. A seca sempre presente.

A galeria do Diário de Pernambuco mostra um funcionário da Fábrica de Dormentes de Salgueiro –PE, vestido com os equipamentos de segurança; trabalhadores na fábrica Bom Sinal –VL-Ceará. Duas pessoas em uma charrete esperando VLT passar e uma outra dentro do Metrô do Cariri; apicultor na caatinga de Picos-Piauí vestido com roupa de segurança para a função; Duas mulheres sentadas em uma banca de feira em São Bento; um agricultor que perdeu tudo na seca; a imagem de Lula, de FHC junto a eleitores no Nordeste e a foto de um economista que comentou as mudanças entre os governos; os eleitores um em uma terra seca rachada, outro em uma estação de metrô; na imagem do VLT as plantas estão verdes, mas o chão batido bem seco; um pôr do sol com galhos secos de árvore; APLs mostra a caatinga seca, onde está o apicultor; na parte do aquecimento mostra uma plantação seca de milho. Mostra ainda a Transnordestina; VLT; Charrete esperando o VLT passar ;Cavalo (1997 – FHC); a estação de metrô e a área urbana onde aparece as bancas da Feira de São Bento. A seca aparece, mas não se discute o acesso a água.

### **Conclusão**

Observaram-se dois pontos de vista, dois modos de ver uma realidade, duas posturas políticas. Assim a imagem do Sertão, identificada nesta pesquisa, é um objeto que foi trabalhado, escolhido, composto, construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas e políticas com propostas distintas. Um lado fala de um Sertão pobre, que não mudou, o outro de um Sertão com emprego, desenvolvimento econômico, transporte de qualidade. A realidade não é uma só, o Sertão é múltiplo, no entanto temos um Sertão arquetípico e um sertão imaginário futurístico. Por razões políticas a realidade está sendo parcialmente contada.

Importante salientar que consideramos que faz parte do serviço prestado à sociedade pelos meios de comunicação de massa a função de questionar e fiscalizar o poder público e a desigualdade social, no entanto pode também contribuir para mostrar as vocações locais de cada região, cobrar a descentralização da gestão pública; formar parcerias entre o estado local e a sociedade civil, com adensamento das energias sociais; ter maior eficácia na implementação dos objetivos e das metas; assim como cobrar a inserção estrutural das mulheres rurais nas atividades produtivas e nas esferas de decisão; divulgar as

possibilidades de que se crie uma maior autossuficiência e menos dependência de apoios externos.

Parece que o problema trata de convencer o leitor de uma opinião sobre determinada realidade; tendo o jornalismo como arena de disputa política. Caso houvesse compromisso com a verdade por parte dos meios de comunicação acima dos acordos políticos, mostrar o maior número de dados e de lados que a região possui, haveria, então, promoção do desenvolvimento local.

### Referências

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. -2. Ed – Recife: FJN, ED. Massangana; São Paulo: Cortez, 2001. 338p.
- ALEGRE, Maria Sylvia Porto. Reflexões sobre iconografia etnográfica: por uma hermenêutica visual. In FELDMAN-BIANCO Bela, MOREIRA LEITE ;Mirian L. (orgs.). **Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais**. Campinas, SP: Papirus, 1998. p.75-112.
- AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 2ªed. Campinas – SP: Papirus, 1994 – Coleção Ofício de Arte e Forma. 317p.
- BARTHES, Roland. **A Câmera Clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. 185p.
- BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Lisboa: Biblioteca Nacional de Portugal, Edições 70, LDA, 2009. 312p.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006. 285p.
- CUNHA, Euclides da. **Os Sertões**. Rio de Janeiro: Editora Record,1998. 584p.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: manual de Comunicação**. Tradução Rafael Varela Jr. 2.ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001. 415p.
- MACHADO, Arlindo. **A Ilusão especular**. Editora brasiliense. S.A. São Paulo, 1984. 162p.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 6ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 404p.
- PESAVENTO Sandra Jatahy, Nádía Maria Weber Santos, Miriam de Souza Rossini; **Narrativas, imagens e praticas sociais: percursos em historia cultural**. Porto Alegre, RS: Asterisco, 2008. 99-122p.
- PESAVENTO Sandra Jatahy. O mundo da Imagem: território da história cultural. In: SÁ, Celso Pereira de. **Núcleo Central das Representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996. 189p.
- SANTIAGO, Vandek. O que mudou. 2010. Acesso 24 de junho de 2012. Disponível em: <http://www.old.diariodepernambuco.com.br/politica/especiais/NEdepoisdeLula/oquemudou.shtml>
- SECA NO NORDESTE. **O Globo**. Rio de Janeiro. 03 set. 2010. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/eleicoes2010/fotogaleria/2010/12515/>; Acesso 26 dez. 2010.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 3ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008. 295p.