

Considerações Finais

A hipótese de que no jornalismo impresso os sentidos e os significados não são criados apenas pelos textos escritos, mas também os elementos gráficos (fotografias, ilustrações, infográficos, cores, tipos de letras, etc) são construtores de significação tornando-se, em alguns momentos, autônomos em relação ao texto escrito foi o fio condutor deste trabalho desde o seu início.

Através da observação e análise das mudanças visuais sofridas pelo jornal impresso – de um veículo com características estéticas muito próximas ao livro, até o que conhecemos hoje, profundamente influenciados pelos padrões visuais da televisão e da Internet – guiamos nossa investigação na procura do que seria a narrativa gráfica contida nas páginas impressas.

Nosso caminho percorreu alguns conceitos chave do jornalismo, como o de notícia, onde Lage (2003) já assinalava a importância da parte gráfica ao dizer que a notícia se constitui de outros elementos simbólicos além dos lingüísticos, e que as fotografias, ilustrações, charges e cartoons ao fixarem e comentarem os fatos se constituem em “unidades semânticas autônomas de grande valor referencial” (2003, p.6-7).

Também o conceito de Ricoeur (1997) de que narrar é sempre imprimir sentido, aliado ao de França ao dizer que o campo da “comunicação é o lugar da observação do mundo em movimento” (2004, p.23) nos foi útil para compreender o jornalismo em um sentido mais amplo: como sendo um reflexo desse mundo em movimento – um mosaico como sugere Macluhan (2003) –, onde a forma gráfica do jornal impresso seria o que possibilitaria dar sentido ao que é observado dentro de um conjunto de códigos partilhados entre o veículo e seus leitores.

Desta forma, as escolhas gráficas de cada jornal seriam o reflexo da visão que cada um deles tem dos fatos, criando um discurso tanto textual, quanto visual,

diferenciado e que estará intimamente ligado ao que o seu grupo de leitores espera encontrar em, suas páginas, já que como Antunes (1987) observa, o jornalismo impresso é composto por uma articulação contínua entre diferentes linguagens (escrita, gráfica, fotográfica e diagramática), onde nenhuma das partes isoladamente tem sentido.

Além disso, é possível identificar um discurso gráfico além do textual, principalmente se usarmos uma noção de discurso que pode ser resumida como “texto e fala em um contexto”, considerando “texto” a interação via escrita/leitura, e “fala” a interação face-a-face. Neste caso, o discurso é entendido como um fenômeno de ordem social e cultural, que “manifesta ou expressa, e ao mesmo tempo molda, as muitas propriedades relevantes da situação sociocultural chamada contexto” (van Dijk 1997, p. 4).

Sendo assim, nos debruçamos sobre a arquitetura da página impressa, com o objetivo de compreender os mecanismos que as constroem, analisando principalmente as relações entre imagem e texto, e o leitor e a página impressa, comprovando o que Antunes (1987) já falava sobre a complementaridade das diferentes linguagens usadas no jornal impresso.

Porém, até que ponto chega essa complementaridade? Até que ponto o textual e o visual transmitem a mesma mensagem? Em que momentos a narrativa visual se descolará da textual, acentuando ou atenuando a mensagem veiculada e desenvolvendo um discurso visual diferenciado?

Com o objetivo de testar nossas hipóteses, escolhemos as páginas dos cadernos de esportes publicadas durante o período da Copa do Mundo da Alemanha 2006, nos jornais *O Globo*, *O Dia* e *Jornal do Brasil*, nos dias e nos dias seguintes aos jogos do Brasil e o que pudemos perceber foi que nem sempre as partes textual e não-textual caminham juntas para contar um fato.

Em alguns momentos, os jornais usaram os elementos gráficos para dizer coisas que não estavam no texto, para acentuar sentimentos e apresentar opiniões sobre a atuação da Seleção. Imagens, fontes e cores foram usadas para dizer coisas que no

texto pareceriam não jornalísticas (como o prato de comida japonesa publicado pelo caderno *Ataque*, uma metáfora visual da cultura japonesa que ambientava o leitor com o próximo adversário da Seleção), ou para dizer coisas que não podiam ser ditas no texto (como no caso do “Bonequinho” publicado pelo jornal *O Globo*, sempre após as partidas, que acentuou o caráter de espetáculo que se esperava da Seleção e também se transformou em uma forma de expressão de opiniões sem que elas fossem atribuídas ao jornal). Também a manutenção da confiança na Seleção, mesmo com atuações consideradas medíocres pela crítica especializada, foi feita por intermédio das imagens escolhidas e pelos desenhos das páginas. De todas as páginas analisadas, com exceção das publicadas no dia seguinte à eliminação, a única que mostra uma imagem de não confiança na vitória foi a publicada pelo jornal do Brasil no dia 22 de junho de 2006. A foto do técnico Carlos Alberto Parreira com uma expressão de preocupação e angústia colocada no ponto visualmente mais importante da página demonstra, pela primeira e única vez, o temor da eliminação.

O corpus escolhido para análise é composto por capas de caderno, que, como tal, têm por função introduzir o leitor aos assuntos das páginas internas e, também, dar o tom, ambientar o leitor, dar uma prévia do que ele vai encontrar. O que observamos foi que, ainda que lidando com os mesmos fatos, é possível desenvolver uma narrativa diferenciada. Os fatos eram os mesmos, todos os jornalistas torciam pela conquista do hexa campeonato, mas os discursos visuais publicados nem sempre coincidiam com os textos que os acompanhavam, nem com o que os torcedores e comentaristas diziam. O discurso textual foi, em geral, otimista e crédulo nas vitórias, porém, em alguns momentos, as imagens desmentiam tanta confiança: falar de vitória sem usar fotos de comemoração, publicar fotos de vários gols, mas usar um personagem em posição de indiferença como avaliação da partida, ou mesmo nem citar o próximo jogo, foram estratégias visuais / editoriais para manifestar, mesmo que de forma discreta, a desconfiança em relação a campanha da Seleção Brasileira na Copa do Mundo 2006.

Foi recorrente em nosso recorte, também, a predileção dos veículos por utilizar primordialmente imagens para transmitir mensagens que falavam de emoção. Nessas páginas, o texto se tornou um apoio, uma espécie de legenda. A narrativa

estava concentrada nas imagens (fotos, cores e formas) usadas. Foram elas que falaram da decepção, da tristeza, da indignação, das emoções do leitor / torcedor.

Este trabalho é apenas o início de um pensamento mais amplo, que, cremos, necessita de mais investigação e discussão, já que uma bibliografia específica sobre o assunto é praticamente inexistente, principalmente em português. É necessário que a parte gráfica dos jornais impressos seja pensada e valorizada não apenas por seu valor mercadológico, inquestionável e imprescindível nesses tempos de grande concorrência entre os veículos, mas também como um recurso estratégico para que o jornal impresso possa ocupar seu lugar na comunicação de massa através do aproveitamento das características que são exclusivamente suas, sem imitar ou competir com outros meios, e sem, como acreditam os mais pessimistas, se extinguir por não ter mais espaço.