



**Imagem e narrativa jornalística no processo de construção da
memória coletiva e do fato político piauiense¹**
**Image and journalistic narrative in the process of
construction of the collective memory and the political fact**

Nilsangela Cardoso Lima²

Palavras-chave: narrativa; imagem; memória; jornalismo.

1. Introdução

A passagem sociedade dos meios para a sociedade em via de midiática traz à cena alguns conceitos importantes para entender as complexas operações que se estabelecem no âmbito da comunicação e compreender as interações entre os meios e as práticas sociais. Alguns conceitos passaram a ser mais bem discutidos e repensados quando o foco da discussão deixou de ser a *sociedade dos meios* para a *sociedade em vias de midiática*.

Dos meios à midiática, como é proposto por Fausto Neto (2006), é uma discussão que propõe um novo olhar sobre a *técnica/tecnologia* que, convertida em *meio* e inserida dentro de um contexto histórico, estrutura no âmbito da produção e da recepção novas dinâmicas sociais de interações com os *meios* tecnológicos. Para tanto, faz-se importante delinear algumas propostas teóricas que oferecem um novo olhar

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiática e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Possui Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2014), Mestrado em História do Brasil pela UFPI, Especialização em História pela UFPI (2007) e Licenciatura em História pela UFPI (2002). Professora Adjunto I do Curso de Comunicação Social-Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Piauí. Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPI. Consultor ad hoc: CAPES. Membro do NDE e do Colegiado do Curso de Comunicação Social-Habilitação em Jornalismo, do Curso de História/EaD e do Curso Letras Inglês/EaD da Universidade Federal do Piauí. nilcardoso@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

sobre a comunicação também nas sociedades dos meios. Passeando pela crítica feita aos primeiros estudos da teoria mecanicista da comunicação, cuja análise se prendia apenas nos efeitos psicossociais da técnica sobre os indivíduos, Fausto Neto (2006) consideram que a técnica só interessa quando é convertida em *meios*. Ou seja, ao invés de pensar técnicas isoladas, deve pensá-la em *processualidade*, em *processos*. Tal proposição irrompe outra percepção e possibilidades de estudos.

É na segunda metade do século XX, com o advento da modernidade tardia, que ocorre a emergência do campo dos *media*. Barbero (2009), na década de 1970, propõe um estudo das mediações que não se trata mais de conceber a sociedade dos meios, mas os meios e as operações com a sociedade em vias de mediação. A discussão epistemológica de Barbero (2009), em torno do receptor, aproxima-se da discussão de Veron (1992) ao considerar que quando se fala em sociedade dos meios e/ou sociedade em vias de mediação, está se falando de sociedades atuais, sociedades pós-industriais. Trata-se de um contexto específico que é o da modernidade, cuja estruturação das práticas sociais é marcada pela existência dos *media*.

O “efeito da realidade” produzido pelos *media* e que é oferecido pela mídia exerce uma relativa influência sobre a experiência dos sujeitos sociais, pois se trata da “geração de fenômenos distintos e que se caracterizam pelas disfunções entre estratégias de oferta e de apropriação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2005, p. 03). No campo da produção, o acontecimento é enquadrado jornalisticamente por meio de uma série de regras e interesses e é publicizado na forma de notícia. A notícia é arquitetada por meio de uma teia discursiva, que consiste em construir de forma seletiva o que se passou, geralmente, através de texto e imagem. Estes, entretanto, não são apresentados em seu estado bruto. O que é oferecido ao público é uma representação discursiva da realidade, que se constrói a partir de um olhar filtrado dos agentes das notícias, visto que são inscritos dentro de uma lógica institucionalizada.

A partir do exposto, é que o presente trabalho tem por interesse analisar o processo de construção da memória coletiva e do fato político piauiense no *Jornal do*



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Piauí no período de 1951 a 1954, ou seja, na sociedade dos meios. Através da metodologia da Análise do Discurso das imagens e das matérias das edições selecionadas, faz-se uma discussão teórica operacionalizando o conceito de jornalismo, imagem, narrativa e memória. Entende-se que a imagem é portadora de múltiplos significados, porém, pode ser enquadrada através do discurso jornalístico que seleciona um acontecimento para ser publicado na forma de notícia e nele imprime sentidos que lhe interessa. Para tanto, dar-se-á destaque para a fotografia das personalidades políticas que foram publicadas no *Jornal do Piauí* e que tinham por interesse construir o “fato político” piauiense.

2. Processo de construção da memória coletiva e do fato político piauiense no *Jornal do Piauí* na sociedade dos meios

As representações visuais, tal como a fotografia, tem ganhado espaço na academia por meio da produção de trabalhos de pesquisas de diferentes áreas do conhecimento. A fotografia, que teve seu advento com a Revolução Industrial, possui papel importantíssimo, além de registrar um fragmento da realidade social, ela é também portadora de informação e de conhecimento, portanto, “[...] instrumento de apoio à pesquisa nos diferentes campos de ciência e também como forma de expressão artística” (KOSSOY, 1989, p. 14).

Com seu valor imensurável, esta nova invenção veio para ficar. A câmera e a fotografia tiveram enorme aceitação, sobretudo, a partir da década de 1860, quando a câmera passou a documentar temas graças a sua natureza testemunhal. Desde a sociedade dos meios até as sociedades em vias de mediatização, seu caráter testemunhal tem sido questionado. Com o avanço e o surgimento das novas tecnologias aumentou as chances de adulteração do conteúdo das imagens, por conseguinte, seu valor de verdade foi colocado em xeque.

A imagem, assim como o texto escrito, não é uma *mimese* do recorte da realidade social registrado ou um conteúdo de informações integral sobre algo, mas



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

remete a uma representação de um determinado momento capturado do presente e/ou do passado. Como objeto-imagem, a fotografia é um artefato, em que está expresso de maneira material o corte cultural do fotógrafo, sua sensibilidade, emoção de um fragmento do real que se deseja (desejou) cristalizar. Do mesmo modo, a imagem captada na foto contém em si um quadro determinado dessa realidade, sendo um resíduo do passado em que o pesquisador através do seu olhar clínico, investigativo, pode juntar os indícios representativos que a imagem pode oferecer. Assim, quando uma imagem é usada na construção da notícia, com ela são impressos modos de dizer que podem ganhar sentidos diferentes dependendo do lugar onde é/foi produzido e por quem o fabrica.

Para pensar a relação entre imagem, memória e o jornalismo, pretende-se destacar o conceito elaborado pelos teóricos ligados à corrente sociológica francesa. Para Halbwachs (1990), a memória individual é um ponto de vista da memória coletiva. Longe de ver a memória coletiva como uma imposição, uma forma específica de dominação ou violência simbólica, Halbwachs (1990) acentua a importância dos "quadros sociais" e das instituições, das redes de convenção verbal no processo de construção da memória coletiva. Pollak (1992; 1989), por sua vez, afirma que as "comunidades afetivas" eram de fato práticas de "enquadramentos da memória" e recusa a ideia da memória enquanto espaço da passividade. Para o autor, a memória coletiva corresponde à memória oficial e é seletiva.

Outro teórico que contribui para o entendimento do processo de construção da memória e já assinala o papel do jornalista é Le Goff (1992). Para este autor, nas sociedades dos meios e em vias de mediação, "cabe aos profissionais científicos da memória, antropólogos, historiadores, jornalistas, sociólogos, fazer da luta pela democratização da memória social um dos imperativos prioritários da sua objetividade científica" (LE GOFF, 1992, p. 410).

Considerando que o jornalismo contribui para a construção de uma memória coletiva e que esta construção se dá/faz em um campo do saber com regras e



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

regulamentos próprios, analisa-se como os jornalistas do *Jornal do Piauí* fizeram uso das imagens das personalidades políticas para personificar o fato político piauiense para além da narrativa escrita. Com isso, parte do conceito de “fato político” de Sodré (1983, p. 277), ou seja, dos “[...] indivíduos que protagonizam o fato político. Daí o caráter pessoal que assumem as campanhas; a necessidade de endeusar ou de destruir o indivíduo. Tudo se personaliza e se individualiza”.

Em Teresina, circulou em 30 de setembro de 1951 a primeira edição do *Jornal do Piauí*. Desde então, há presenças de imagens que compõem a informação junto com o texto escrito. Restringiam-se a fotos de personalidades políticas e/ou de pessoas de destaque da sociedade piauiense e a maioria trata-se de matérias com fotos enviadas pelas agências de notícias internacionais. As imagens aparecem sem a legenda e sem o crédito do fotógrafo. A partir de 1952, começam a serem publicadas as fotografias de personalidades políticas no *Jornal do Piauí* quando a matéria se refere à sua administração pública e/ou no transcurso de seu aniversário e, ainda, quando saíam ou regressavam das viagens realizadas, quer a trabalho, quer a passeio.

A partir de então, as fotografias que aparecem nas páginas do *Jornal do Piauí* são de políticos e se repetem de uma edição para outra, mesmo quando o conteúdo da matéria não seja mais uma retomada do assunto anterior. Isso se explica também pelo fato de os clichês serem caros e pela falta de equipamentos técnicos em sua redação para a produção e reprodução de novas imagens. As fotos dos políticos aparecem de forma estática: um busto do perfil do político trajado formalmente de paletó e. A capa da edição de número trinta e quatro é ilustrativa da composição foto e personificação do político através da imagem e da narrativa jornalista (Figura 1):



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais



Figura 1: Capa do *Jornal do Piauí* de 31 de janeiro de 1951. Fonte: Acervo particular da pesquisadora Nilsângela Cardoso.

O título da matéria “Um ano de fecunda administração” já apresenta indícios dos sentidos construídos pelo discurso jornalístico do *Jornal do Piauí*. Trata-se de uma edição especial em comemoração ao primeiro ano do governo Pedro Freitas e o texto constrói discursivamente a imagem do progresso do Piauí na gestão do pessedista. As três imagens que compõem discursivamente a matéria são referentes ao Presidente da



II Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais

República, Getúlio Vargas, o governador do Piauí, Pedro Freitas, e o seu vice-governador, Milton Brandão. O olhar de seriedade e em direção ao horizonte sugere várias leituras e interpretações. Dentre elas, infere-se que corresponde a um padrão da fotografia das personalidades políticas da época, pois todas as outras imagens publicadas no jornal de personalidades políticas verifica-se a mesma posição.

Nas edições de 1953 e 1954, pode-se observar que o formato permanece o mesmo. Em 1954 verifica-se a introdução de imagens voltadas para as realizações públicas do governador Pedro Freitas, mas ainda é a fotografia do seu busto que aparece nas matérias que tratam sobre sua administração estadual. As figuras 2 e 3, abaixo, denotam bem este caso:



Figura 2: Jornal do Piauí. Teresina 1 jan. 1954, ano III, n. 226, p. 5. Fonte: Acervo da pesquisadora Nilsângela Cardoso.



Figura 3: Jornal do Piauí. Teresina 31 jan. 1954, ano III, n. 226, p. 1. Fonte: Acervo da pesquisadora Nilsângela Cardoso.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Midiatização** e Processos Sociais

As duas figuras acima são referentes a matérias publicadas no mês de janeiro de 1954. A primeira que trata do Hotel Piauí aborda o assunto como sendo uma das realizações do governo Pedro Freitas, dito como homem de planos e que administra a favor do progresso e da modernização do Estado. A segunda, por sua vez, trata do transcurso do terceiro ano da administração de Pedro Freitas como Governador Estadual. A imagem do busto do governador nesta edição é uma foto do retrato a óleo do pintor piauiense Genes Celeste Soares e ainda nas matérias ele é personificado discursivamente como “honesto”, “trabalhador”, “patriota” e “restaurador da economia piauiense”. É válido dizer que tanto a construção do Hotel do Piauí quanto a imagem discursiva do governador Pedro Freitas foram objetos de críticas e de matérias dos jornais de oposição que circulavam no mesmo período, a saber: *O Dia* e *A Cidade*.

3. Considerações finais

Embora o editorial defina o *Jornal do Piauí* apenas como um órgão “independente”, “noticioso” e “informativo”, deixando facultada a palavra “político”, esta aparece em seu bojo, quando o fato político piauiense era um dos assuntos mais contemplados pelas matérias jornalísticas impressas em suas páginas no período de 1951 a 1954. Num período em que a fotografia não era tão usual no processo de construção da notícia devido as dificuldades técnicas da redação, a imagem do governador Pedro Freitas e das demais personalidades políticas foram publicadas de maneira que contribuiu para a construção da memória política e da personificação de sua imagem. A maioria das matérias noticiava o fato político piauiense a partir da ótica partidária, em detrimento da sua principal função, que seria a de publicar a verdade de forma objetiva e imparcial para esclarecer a opinião pública.

Referências bibliográficas



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

FAUSTO NETO, Antônio. Mídia e prática social – prática de sentido. In: **Encontro Rede Prosul** – Comunicação, sociedade e sentido no seminário sobre Mídia e Processos Sociais, Unisinos. PPGCC, São Leopoldo, 19/12/2005 e 06/01/2006.

_____. O discurso político entre recusas e controles das estratégias enunciativas midiáticas: observações sobre a mídia e a campanha eleitoral de 2006. In: **Galáxia: Revista interdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura/ Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP**. São Paulo: PUC-SP-EDC, n. 11, junho, 2006.

_____. Será que ele é? Onde estamos? A mídia e um “Discurso Proibido”. In: **Revista Ícone**. Universidade Federal do Pernambuco. Depto. de Comunicação Social. Programa de Pós-graduação em Comunicação. Recife, n. 9, (dezembro), p. 40-55, 2006.

HALBWACHS, Maurice. **Memória coletiva**. São Paulo: Venice, 1990.

LE GOFF, J. Memória. In: _____. **História e memória**. Campinas: Editora da Unicamp, 1992, p. 419-476.

BARBERO, Jesús Martín. Uma aventura epistemológica. **Revista Matrizes**. São Paulo, n. 2, p. 143-162, 2009.

POLLAK, Michael. Memórias e identidade social. In: **Estudos históricos**. Rio de Janeiro, V. 5, n. 10, p. 200-215, 1992.

_____. Memória, esquecimento e silêncio. In: **Revista de Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, vol. 02, n.03, 1989, p.03-15.

VERÓN, Eliseo. **Espacio mentales – efectos de agenda**. Buenos Aires: Gedisa, 2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R. N. Monteiro (org.). **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro> Ed. Revan; Teresina, PI: Universidade Federal do Piauí, 2000.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. Ed. Ática: 1989.