

O *zapping* jornalístico: da sedução visual ao mito da velocidade¹

RAFAEL SOUZA SILVA²
(Universidade Católica de Santos)

Resumo

O recente processo de "cadernização" do jornalismo impresso diário brasileiro é o objeto principal deste trabalho. Sugere uma leitura do fenômeno *zapping* procedente da tecnologia aplicada pela mídia eletrônica, como uma abstração. O autor demonstra que a segmentação em cadernos de assuntos específicos estimula a leitura como um jogo, desencadeada pelo culto tecnológico e o ritmo veloz das modernas sociedades de consumo.

Palavras-chave: Comunicação, Jornalismo, Semiótica, Segmentação, Tecnologia

Resumen

El reciente proceso de edición en cuadernos del periodismo impreso diario brasileño es el objeto principal de ese trabajo. La investigación sugiere la reflexión de una lectura del fenómeno llamado *zapping* procedente de la tecnología aplicada por los vehículos electrónicos, como una abstracción. El autor afirma que la segmentación en cuadernos de asuntos específicos estimula la lectura como un juego, desencadenado pelo culto tecnológico e el ritmo veloz de las modernas sociedades de consumo.

Palabras-clave: Comunicación, Periodismo, Semiótica, Segmentación, Tecnología

Abstract

The recent edition process in notebooks of the Brazilian daily newspaper is the main object of this work. The investigation suggests the reflection of a reading as a phenomenon called *zapping* coming from the technology applied by the electronic media, like an abstraction. The author affirms that the segmentation in notebooks of specific matters stimulates the reading like a game, unchained by technological cult and the speedy rhythm of the modern consumption societies.

Keywords: Communication, Journalism, Semiotic, Segmentation, Technology

¹ ORIGINAL RECEBIDO PELO CONSELHO EDITORIAL NO DIA 29/09/1997.

² Vencedor do Prêmio INTERCOM 97, na categoria Doutorado, com o trabalho aqui apresentado, o autor é jornalista, professor e Coordenador da Pós-Graduação e Pesquisa da Universidade Católica de Santos (UniSantos). Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Introdução

Dentro do universo da comunicação humana, a linguagem verbal assume o papel de protagonista, embora o seu código específico esteja subordinado a um código mais amplo: o da cultura. No campo gravitacional da cultura orbitam, ao mesmo tempo, outros códigos: os visuais e os gestuais, que também se submetem aos caprichos e ao domínio dos mecanismos culturais. Diante da possibilidade de investigar um universo simbólico num sistema comunicativo como o cultural, torna-se necessário ressaltar a afirmativa de Iuri Lotman:

“É importante destacar o princípio de acordo com o qual a cultura é informação. De fato, mesmo quando tratamos com os assim chamados monumentos da cultura material, por exemplo, com os meios de produção, é preciso ter em mente que todos estes objetos desempenham, na sociedade que os cria e utiliza, uma dupla função. Por um lado, eles servem a objetivos práticos e, por outro, concentrando em si a experiência da atividade de trabalho procedente, eles se constituem um meio de conservação e transmissão de informações” (1979:32).

Sendo o jornal impresso um meio de produção simbólica por excelência, incorpora a função de produto cultural, por ser um veículo que transmite informações através de códigos e símbolos específicos. É nele que vai se concentrar a análise das estruturas de um sistema de significação a que este trabalho se propõe.

Segundo Lotman, um sistema de códigos permite expressar essas informações por meio de determinados signos. Para ele,

“o objeto da tipologia da cultura pode ser definido como a descrição dos principais tipos de códigos culturais, em cuja base se formam as ‘línguas’ isoladas, a descrição de suas características comparativas, a determinação dos universais das culturas humanas e, como resultado, a construção de um único sistema das características tipológicas dos principais códigos culturais e das propriedades universais da estrutura geral e da “cultura da humanidade” (1979:33).

Os primeiros caminhos que se abrem ao estudo de uma Semiótica da Cultura são percorridos por Iuri Lotman quando formaliza a estrutura globalizante da linguagem artística em códigos culturais representativos da cultura humana: “o valor das coisas é semiótico, uma vez que ele é determinado não pelo próprio valor destas, mas pela significação daquilo que ele representa (...)”. Segundo Lotman, “o homem embaraçado nas palavras perde a noção da realidade”. Salienta ainda que “é possível supor que o aparecimento da Semiótica seja resultado não só de um determinado movimento científico, mas também da expressão das peculiaridades do código cultural de nossa época” (1979:37, 39 e 41).

A fundamentação teórica deste trabalho está enraizada nas investigações da Semiótica da Cultura que remontam a Escola de Tartu e Escola de Moscou (Lotman, Ivanov, Revzin, Uspenski, Toporov, Pjatigorski e outros - 1959), quando criam as teses eslavas que se constituem na estruturação inicial de uma Semiótica da Cultura. Sua trajetória tem continuidade na Escola de Berlim, mais recentemente na década de 80, liderada pelo tcheco Ivan Bystrina³, reunindo pesquisadores e semioticistas de várias nacionalidades e diferentes áreas que, juntamente com o alemão Harry Pross⁴ e outros estudiosos, dão continuidade às investigações das Escolas de Tartu e Moscou, desenvolvendo o seu próprio sistema semiótico.

Com o propósito de realizar uma leitura semiótica do jornal impresso como um produto cultural, o procedimento metodológico será o da análise que envolve todo o seu processo de produção e da sua relação com os estímulos visuais que dele decorrem para o leitor. Nessa trajetória, este trabalho pretende destacar o fenômeno do efeito lúdico no *zapping* com a "cadernalização" e o processo de segmentação da mídia impressa diária.

Para esta tarefa inicial será utilizada a conceituação de texto cultural idealizada por Iuri Lotman e a teorização que Ivan Bystrina desenvolveu sobre a Semiótica da Cultura. No corpo do trabalho, o referencial teórico utilizado nessa ramificação da Semiótica Geral fundamenta-se no pensamento do jornalista e semioticista alemão Harry Pross, numa visão pessimista sobre a mídia.

Segundo Ivan Bystrina, toda a informação que os seres recebem não vem apenas do exterior, mas também do seu próprio corpo. Interiormente, essas informações vêm no genoma, da sua massa genética e não apenas do cérebro. Assim, das informações internas (do corpo) e externas existem invariantes que nos possibilitam estabelecer categorias de regularidades que nos levam a perceber o tempo e, com ele, a construção de regras ou códigos que regulam os processos de troca nos níveis intra-orgânico e extra-orgânico.

Com base nisso, Bystrina estabelece que a cultura está fundamentada em três tipos de códigos: a) os primários ou informacionais (ainda não há signos). São denominados códigos hipolingüísticos, pois regulam os fluxos informativos constantes, dos quais não temos a menor consciência. Exemplo: pai-filho, mãe-filho; b) códigos secundários ou lingüísticos (códigos verbais) em que todos os animais desenvolvem uma atividade de comunicação social, representando signos. Exemplo: ave (bater de asas e voar); c) e códigos terciários ou hiperlingüísticos ou culturais, que regulamentam os

³ Ivan Bystrina - Os conceitos desenvolvidos nesta introdução foram extraídos do curso: Fundamentos da Semiótica da Cultura, ministrado pelo prof. Ivan Bystrina durante o mês de maio de 1995, como professor convidado do Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP.

⁴ Harry Pross - Jornalista alemão, foi redator-chefe da Rádio Bremen e diretor da Escola de Jornalismo da Universidade Livre de Berlim - Alemanha. Não se considera semioticista, mas um teórico da mídia.

processos de troca de informações e de comunicação cultural, em que a unidade mínima é o texto.

Bystrina esclarece que os códigos primários não processam informações, mas regulamentam essas informações. Assim, os códigos hipolingüísticos são identificados por um índice de variação muito lento, pois se referem ao intraorgânico (primeira realidade, o físico-químico-biológico). Já a segunda realidade signica dos códigos lingüísticos ou secundários pode estabelecer uma relação entre o signo e o que ele significa. Desse modo, em ambos os casos, os códigos secundários ainda não são a cultura. Ela se organiza a partir de um terceiro tipo, os códigos hiperlingüísticos ou terciários, que se alimentam das informações contidas nos códigos hipolingüísticos e lingüísticos.

É no âmbito da informação e da comunicação que este trabalho elege para estudo o jornalismo impresso diário como produto cultural, o qual Harry Pross classifica de mídia secundária por necessitar de um aparato para a transmissão das mensagens, citando como modelos característicos: a moda, o fogo, a máscara, os adornos etc. Para Pross, o jornal difere da mídia primária, aquela ausente de aparatos (o tato, o tocar, a pele, o corpo; entre outras) e da mídia terciária, que tem por característica básica a dependência de aparelhos (o rádio, telégrafo, televisão, telefone, entre outros).

Em cada mídia, Pross esclarece que a estrutura temporal significa o impulso do portador, em que há um princípio denominado ritmo, que encadeia ao automatismo e possui estreita relação com o processo da memória. O ritmo é da mais alta importância para a percepção, pois a ritmicidade é o elemento formador do aparato perceptivo. Segundo Pross, a memória resgata o tempo ritualizado, quando o jornal adquire a função de sincronizador da sociedade. Para ele, o ritual tem uma influência na segunda realidade, da mesma forma que o jogo. O jornal é uma produção dessa segunda realidade, em que o suporte do jogo vai influenciar essa produção.

Pross salienta que o jornal ritualiza, assumindo a sua verdadeira natureza como produção lógica, simbólica e auto-referenciada. A sua verdade está nela mesma e não na coincidência do fato, embora o fato precise existir como fonte e como motivação.

É sobre a renovação dos jornais impressos que este trabalho pretende desenvolver uma série de considerações, especificamente no seu aspecto morfológico diante das transformações tecnológicas. A sedução visual busca suas origens nas vanguardas artísticas do início deste século, influenciando decisivamente a estruturação do *layout* e o moderno *design* da página impressa. O processo da informatização e da colorização dos jornais impressos abre passagem estruturando o suporte técnico dos contornos geométricos e o grafismo contido nos espaços delimitados pelo horizontal e o vertical, o acima e o abaixo, a esquerda e a direita, numa armadilha de signos ordenados.

Segundo Harry Pross, "socialmente, não são os conteúdos que decidem, mas a forma". (1980:76). É na morfologia do jornalismo impresso diário que se concentra a atenção desta tese, procurando estabelecer uma ponte entre a produção cultural e a suas formas coercitivas provocadas pela ritualização que Harry Pross denomina violência simbólica dos símbolos sociais.

No capítulo sobre a "cadernalização" da *Folha*, destaca-se um estudo de caso, que, pelo seu pioneirismo, desencadeia um processo de recriação por outros jornais nos anos que sucedem ao período analisado: 1988 a 1994. Trata-se do modelo de segmentação do jornal *Folha de S. Paulo*, em cadernos de assuntos específicos, quando é feita uma abordagem análoga no ato de "zapar" da mídia eletrônica. O *zapping* jornalístico é uma abstração, produto da cultura tecnologizada das modernas sociedades de consumo. O culto tecnológico e o mito da velocidade são os novos símbolos modeladores de um novo tempo, caracterizado pela aceleração. Criam-se novos códigos e, com eles, novos valores culturais.

Análise dos resultados

Trabalhando com analogias na sua apresentação gráfica, foi utilizado neste trabalho o recurso da metalinguagem em relação ao tema central abordado através da segmentação em cadernos. Dessa maneira, os cinco capítulos que compõem a tese foram denominados "cadernos", em sequência alfabética, formando uma ponte com o assunto principal enfocado.

O "Caderno A" ressalta um breve histórico sobre as corporações jornalísticas, destacando as quatro empresas mais importantes dentro da chamada grande imprensa do País. Aponta o percurso que desencadeou o processo da segmentação do jornalismo impresso diário, notadamente nas organizações pioneiras que apostaram nesse processo e que de algum modo ajudaram na delimitação do objeto deste trabalho. Desse modo, o jornal *Folha de S. Paulo* foi o veículo que reuniu as condições básicas para essa análise, iniciada em 1988 e encerrada em 1994.

A história do jornalismo impresso diário brasileiro registra etapas marcantes que determinaram a sua evolução desde a chegada da Família Real Portuguesa com a primeira tipografia até as modernas corporações jornalísticas dos nossos dias. Poucas empresas conseguiram fazer sua história mantendo em circulação matutinos que hoje ultrapassam um século de existência. Entre os 11 hoje catalogados pela Associação Nacional de Jornais - ANJ, que atingiram o marco histórico dos 100 anos, destacam-se o *Diário de Pernambuco*, em Recife, *O Estado de S. Paulo* e o *Diário Popular*, em São Paulo, além do *Jornal do Brasil*, no Rio de Janeiro.

Esses focos de resistência ganharam jovens parceiros, que de forma implacável perseguem, no dia-a-dia, uma fatia do concorrido mercado da comunicação impressa diária. As armas convencionais são: tinta, papel, prensa e informação processada, um conjunto que se reforça com as evoluções tecnológicas, acirrando assim a disputa desse mercado.

A segmentação

O processo da segmentação na mídia diária brasileira tem raízes profundas nas atividades socioculturais representativas e no próprio comportamento de mercado do jornalismo internacional. Os primeiros passos concretos que determinaram essa nova ordem foram dados pelo *Jornal do Brasil*, com o lançamento, em 1960, de um caderno especial de cunho eminentemente cultural, caracterizado pelo arrojado *layout*, que durante as próximas décadas influencia o surgimento de edições similares em outros jornais brasileiros.

O início desse processo é lento. Porém, outras publicações logo perceberam o ato pioneiro do *Jornal do Brasil* e começaram a lançar seus projetos particulares com cadernos segmentados que seguem a mesma linha do jornal carioca, tanto em conteúdo, quanto em sua apresentação gráfica.

O fenômeno da segmentação tem suas origens no comportamento editorial das revistas e, principalmente, na publicação em fascículos de assuntos específicos dos mais variados conteúdos. Essa idéia se consolidou no mercado como divisões setorializadas da comunicação impressa, durante as décadas de 60 e 70, revigorando substancialmente essa tendência de fragmentação editorial. Tanto as revistas quanto as publicações em fascículos trouxeram a novidade da cor, elemento-chave desse processo que alterou decisivamente o comportamento de novas publicações e da própria segmentação do jornalismo impresso diário nas décadas seguintes.

Tanto o processo de segmentação quanto o da colorização dessas publicações são faces da mesma moeda. Se por um lado a segmentação influenciou a mudança de hábito do leitor, a colorização, de forma ainda mais persuasiva, intensificou esse comportamento. Paralelamente, obrigou às empresas a se aparelharem tecnologicamente para atender às novas exigências de mercado.

Com o advento da televisão em cores no Brasil, em março de 1972, a mídia impressa foi obrigada a rever seu comportamento e criar receitas eficazes para acompanhar e conviver pacificamente com a magia e o poder superior da telinha colorida. A TV tem o caráter fragmentário, exige uma participação efêmera do telespectador. É um veículo cujo fator tempo funciona como elemento onipresente. Em contrapartida, o canal de comunicação impressa também é fragmentado, mas com participação duradoura.

Na visão crítica de Décio Pignatari, a televisão está mais próxima do clichê do fotolito, da imagem gráfica do jornal, da revista e do *outdoor*, pois, segundo ele, sua imagem está sempre reticulada e não continua como a fotografia, quando exemplifica que: "no universo gráfico visual - o contínuo aparente ou virtual de uma captação imagética se traduz binariamente em codificação reticulada (em preto e branco e em cores)" (1995:489).

Ao comparar a televisão como meio poderoso, Pignatari faz sua relação com a imprensa escrita:

"Se a televisão é expressão fisiológica da sociedade de consumo, a imprensa escrita é a sua expressão ideológica. Relacionando um ao outro, observamos que a televisão tem mais a ver com o jornal vespertino e com a revista semanal em cores do que com o jornal matutino que informa e interpreta em profundidade. Sendo síntese e sendo vencedora, enquanto mídia, a televisão pressiona os demais veículos no sentido de síntese. Isto significa que a televisão iconiza as demais mídias" (1985:490).

No jornal ou em qualquer outro tipo de comunicação impressa, o leitor pode ler ou reler o quanto quiser as informações veiculadas com maior teor de aprofundamento, enquanto no rádio e na televisão essa leitura é telegráfica. No entanto, com a utilização de recursos tecnológicos como gravador ou videocassete, o ouvinte ou telespectador pode recorrer à repetição. Mesmo com a utilização de aparato para repetir a informação eletrônica, a quantidade de informação detalhada na mídia impressa é infinitamente superior, além da elasticidade do fator tempo-espço, a seu favor.

O processo de segmentação tem por objetivo agrupar variantes possíveis, mediante um comportamento ritualizado de interação social. Segundo Harry Pross,

"a regulação política da comunicação se apresenta com um número infinito de combinações de símbolos de dentro e fora, acima e abaixo, e claro e escuro. A comunicação se efetua mediante a comunicação ritualizada que limita distância, a duração através de símbolos que se mantêm móveis por meio da coerção humana dos signos, pelo prazer sempre novo por simbolizar, e desse modo, por criar novas ordens" (1989:55).

Se por um lado os veículos de comunicação periódica estão estruturados por meio de procedimentos ritualizados impostos pelo calendário, funcionando como hábitos de grandes grupos sociais, por outro, as delimitações do calendário representam, para Pross, um processo de coerção, fatores constituintes da violência simbólica entre os meios de veiculação periódica, notadamente, pelo jornalismo impresso diário, o rádio e a televisão.

Vendo o problema sob este ângulo, Pross adverte que o jornalismo impresso, o rádio e a TV disputam a informação periódica diária seguindo as delimitações do calendário, ao reproduzirem a simbologia dominante das mensagens veiculadas. O indivíduo era relativamente livre para participar em seu tempo e em sua casa. Quanto aos jornais, pode-se deixá-los, voltar a lê-los superficialmente, ou com profundidade. E Pross acrescenta:

"Com o rádio, o ouvinte depende das horas de emissão (como resultado dos rituais do calendário); porque somente participa seu

ouvido. O radiouvinte pode determinar em grande parte por si mesmo a flexibilidade deste veículo, com a televisão tem que unir-se ao ritmo do programa com a vista e o ouvido. E por regra geral, a pequena caixa retangular determina (ordena) também a postura do corpo. A cadeira da TV faz com que a coerção seja mais cômoda e que, em consequência, o telespectador permaneça mais indefeso" (1989:85 e 86).

Essas afirmações de Harry Pross nos levam a refletir que os caminhos percorridos pelos meios de comunicação periódica até o limite da segmentação estejam repletos de forte carga de violência simbólica, uma vez que o círculo de atuação e veiculação das mensagens torna-se cada vez mais restrito. Parte-se de um macrouniverso representado pelo veículo centralizador (jornal-base) até alcançar a formação de uma rede de fragmentos individualizados (segmento). Cada fração que se ramifica vai adquirindo personalidade própria e se distancia da sua origem, possibilitando, ainda, a continuidade desse processo de segmentação dentro da própria segmentação já estabelecida e desencadeando possibilidades de fragmentação contínua.

Pross define a violência simbólica como o poder de fazer com que a validade de significados diante dos signos seja tão efetiva que outros se identifiquem com eles. A violência simbólica está ligada à materialidade dos signos. Eles são objetivos e têm dimensões. Somente se convertem em violência social quando da relação sinal material - significado - intérprete.

Desse modo, sendo o jornalismo impresso segmentado ou não, deve ter como comportamento prioritário o fiel cumprimento das bases éticas e morais e dos princípios que regem a missão jornalística em busca de um conteúdo que traduza não apenas os critérios de satisfação do leitor, mas, sobretudo, estabeleça uma relação de confiança e de veracidade, em busca da confiança e da conquista definitiva do leitor. O processo da segmentação é apenas um instrumento que acelera e aproxima essa convivência, provocada pela velocidade e pela técnica das sociedades industriais.

A sedução visual

Os veículos de comunicação de massa eletrônicos tiveram um grande impulso a partir da Segunda Grande Guerra Mundial, forçando a comunicação impressa a rever sua estrutura comportamental na veiculação de suas mensagens.

Na visão de Tony Schwartz, os chamados *mass media* são oniscientes, fornecendo conhecimento, provocando emoções estabelecendo uma moral comum. Para ele, "são o 'Segundo Deus', estão em toda a parte e em parte alguma, são um espírito, uma entidade incorpórea que não ocupa espaço e, ao mesmo tempo, ocupa todo o espaço (...). As ondas eletrônicas dos meios de comunicação impregnam a atmosfera em que vivemos" (1981:21 e 22).

Com essa nova ordem, o jornalismo impresso diário precisou se adequar e alterar as regras do jogo. Esta permanente necessidade de estar envolvido, pela preocupação de sobrevivência fez com que a imprensa buscasse novos caminhos. Foi com a eletrônica e, em especial, com a televisão, que se consolidaram definitivamente, os processos de industrialização, urbanização e do consumo de massa.

Para o jornalista Alberto Dines, com o surgimento da televisão prognosticou-se a morte do jornal diário. Contudo ele esclarece: "O jornal tem características que a TV jamais poderá superar; pode ser lido, relido e o seu conteúdo pode ser institucionalizado". E ainda acrescenta: "O jornal aproximou-se do veículo mais próximo, no caso, a revista. A TV obrigou o jornal diário a tornar-se seletivo" (Dines, 1986:69 e 70). A ordem era mudar para competir e sair em busca de uma convivência pacífica com os chamados meios eletrônicos.

É no grafismo⁵ e no *design* da página que a diagramação assume papel de destaque. O uso da atualizada tecnologia informatizada, que abriu espaço para a explosão de cores nas páginas dos jornais diários, é o fator básico dessas mudanças e que deu sustentação ao novo jornalismo industrial dos nossos dias.

O *layout* da página impressa é o processo primário que impulsiona essa dinâmica. Carregado de intencionalidade e de códigos e léxicos específicos, tem por finalidade básica cativar o leitor. É na etapa do *design* da página que os recursos técnicos das Artes Gráficas e do *marketing* publicitário são utilizados para seduzir o leitor. É a força do grafismo e sua carga de intencionalidade traduzida em poder de sedução visual que vai determinar as regras básicas que constroem o jornal diário. Nessa ponte é que o objeto concretiza seu discurso formal. Códigos, símbolos e signos específicos formam a síntese da página impressa.

A palavra impressa tem na cultura letrada do alfabeto sua expressão máxima, codificada e sistematizada. O segredo é estabelecer uma sequência básica informativa para que se atinjam os objetivos da informação quantificada a que se destina.

Segundo o teórico da comunicação Marshall McLuhan, "a palavra impressa é a fase extrema da cultura que, na sua primeira fase, destribiliza ou descoletiviza o homem. Eleva os aspectos visuais do alfabeto à mais alta intensidade de definição" (1972:220).

É no "Caderno B" que este trabalho destaca a sedução visual contida no grafismo estruturado pelo *layout* da página, resgatando as origens do seu *design* nos movimentos artísticos no início deste século, através das correntes abstracionista, impressionista e expressionista, de modo especial pelo cubismo e futurismo, que, de maneira decisiva, influenciaram no

⁵ Grafismo - Modo de escrever as palavras de determinada língua. No jargão jornalístico são todos os elementos utilizados na composição de uma peça impressa: títulos, textos, imagens, espaços em branco, cor etc. Conteúdo e forma representados esteticamente e harmonicamente.

desenvolvimento técnico e nas relações sociais marcadas pelo pulsar frenético da atualidade.

Mostra o desenvolvimento do *layout* como um dos instrumentos da sedução visual e indica as principais zonas de visualização de uma peça impressa, que demonstram o condicionamento cultural do olhar ocidental, proporcionando ao planejador gráfico traduzir em códigos e léxicos específicos a sintaxe da página. Forma e conteúdo são mostrados harmonicamente para o benefício da leitura.

Para o artista, a percepção é um dado fundamental. Para o diagramador, o problema não pode ser diferente. A forma é a sua ferramenta de trabalho, cuja preocupação básica se concentra na imperfeição ótica e nos fenômenos provocados pela ambigüidade da visão. Desse modo, esse “caderno” busca auxílio nos princípios psicológicos da teoria da *gestalt* para explicar esses comportamentos.

Aborda, ainda, a importância do processo da colorização dos jornais como fator de sedução de leitura. O jornalismo impresso diário passou a observar a necessidade do uso da cor, com a concorrência da mídia eletrônica e, de modo especial, com o advento da televisão em cores no País a partir de 1972. Dessa maneira, os jornais foram obrigados a rever a sua estrutura industrial arcaica, dotando seus parques gráficos de moderna tecnologia para enfrentar esse novo desafio.

O processo da comunicação não termina quando a mensagem codificada pelo emissor é decodificada pelo receptor. Ao acrescentar informação nova em um repertório humano individual, é preciso ter em conta que este se mostra sempre vulnerável à circunstância que o envolve. O que se passa no exterior do seu ser normalmente provoca alterações na sua vivência em sociedade. É o que chamamos de princípio dialético

O impacto provocado pelos novos meios de produção e a evolução dos veículos de comunicação de massa no século XX determinaram o surgimento e a expansão de novas técnicas de linguagem, em que o sistema produtivo fez o artista deixar de ser apenas um elemento criador para se transformar em um codificador de linguagem, através de um código-base capaz de dominar outros sistemas de linguagem. Assim pensa Walter Benjamin no seu artigo “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”, que marca a tomada de consciência de novos caminhos para a arte e a linguagem em geral.

No entender do historiador da arte Giulio Carlo Argan, devemos nos acerrar da obra de arte sob um ponto de vista rigorosamente fenomenológico, procurando entender e incorporar os variados conceitos sobre os processos da visualidade humana. Segundo ele:

“A análise dos processos preceptivos e de sua subjetividade fundamental implica a descoberta do fato de que a percepção não é absolutamente uma coleção de materiais visuais em função de uma elaboração e um conhecimento intelectual, sendo antes um pensamento autônomo e auto-suficiente, precisamente aquele a que

um grande psicólogo da percepção, R. Arnheim, deu o nome de *pensamento visual*. A imaginação é pensamento integral, libertado das censuras lógicas do racionalismo" (1995:519).

As mais variada abstrações provocadas pelos sentidos vêm comprovar que a experiência visual é dinâmica. Para Rudolf Arnheim, o que uma pessoa ou animal percebe não é apenas um arranjo de objetos, cores, formas, movimentos e tamanhos. É talvez, antes de tudo, uma interação de tensões dirigidas. Para ele: "a configuração perceptiva é o resultado de uma interação entre o objeto físico, o meio de luz agindo como transmissor e as condições que prevalecem no sistema nervoso do observador (...). Toda experiência visual é inserida num contexto de espaço e tempo" (1980:40 e 41).

Em um trabalho de Lúcia Santaella sobre a percepção são realçadas as pesquisas empíricas realizadas sobre o assunto, revelando que, provavelmente devido às condições evolutivas do ser humano, 75% da percepção humana é visual. A segunda em importância cabe ao ouvido, com 20%, e aos demais sentidos representados pelo olfato, paladar e tato, 5%. Fica evidente o domínio absoluto do sentido visual como elemento mediador das atividades do homem.

Santaella salienta que a visão é o sentido mais importante e foi sobre ela que os estudiosos redobram suas pesquisas: "A primeira dificuldade a ser enfrentada dizia respeito à óbvia disparidade entre a imagem retiniana que é plana, chapada, e a percepção visual dos objetos do mundo, que é tridimensional" (1993:24 e 25).

Nas sociedades contemporâneas, nunca a fenomenologia da percepção e as mais variadas angulações do olhar estiveram no debate da cultura. O fato é que tudo aquilo que é produzido tornou-se de modo emblemático, para ser visto, onde as funções do olhar adquirem novas dimensões estéticas. As transformações ocorridas nos meios de comunicação e na própria estrutura industrial e urbana viriam alterar profundamente a própria constituição da realidade.

O homem urbano é bombardeado diariamente por uma enorme carga de mensagens visuais. Essas mensagens que roubam o olhar do receptor, informando e seduzindo, têm na cor o elemento centralizador desse comportamento. A ótica e a neurofisiologia explicam desde o passado até o presente a percepção desse fenômeno

É no moderno *design* e na atualização tecnológica que o jornalismo impresso diário parte em busca de novos caminhos, segmentando assuntos específicos em cadernos e favorecendo o trabalho do *marketing* publicitário, num processo semelhante ao conquistado pelas revistas e pela própria televisão.

A sedução visual é o suporte para esse novo tipo de *marketing* jornalístico, garantindo a sustentação econômica das corporações jornalísticas, quando provoca novos estímulos de leitura.

O fator geométrico

O primeiro sinal feito numa folha de papel em branco é um indício significativo de que um processo visual será desencadeado, numa série de comportamentos ritualizados, que serão postos em funcionamento, estruturando representações abstratas presentes na linguagem gráfica. "O espaço é o maior inimigo de todo esforço abstrato, e é ele que deveria em primeiro lugar eliminar a representação" (Worringer, 1975:51).

O papel em branco utilizado como suporte, representado pela geometricidade de sua forma retangular, é a baliza-mestra que conduz o ordenamento espacial delimitando fronteiras, agindo como articulador de um axioma que se manifesta.

"Um traço escuro no papel estabelece um contraste com as áreas em claro, como parece mover-se no espaço para a frente. À medida que são acrescentados outros elementos, desenvolvem-se relações mais complexas, com conseqüentes mudanças na simetria, no equilíbrio e no valor da dimensão" (Hurlburt, 1980:86).

É no âmbito da geometrização que se concentram os elementos condutores que envolvem a configuração de uma página ou qualquer peça impressa. A forma retangular, a mais comum de se encontrar em uma página de jornal, revista, livro, cartaz e tantos outros veículos da comunicação impressa, é o resultado de um processo cultural. O cenário histórico das sociedades humanas acena para o ordenamento vertical simbolizando a agressividade. A própria figura do homem em pé justifica essa superioridade diante dos demais seres vivos, enquanto o horizontal denota a passividade, o repouso.

Considerando-se que o processo geométrico está ligado intimamente a um processo de representação, encontramos em Harry Pross uma conceituação mais aproximada quando se atua dentro do processo da comunicação: "A enumeração de alguns signos para o dentro e o fora, acima e abaixo, o claro e o escuro, se fundamenta no pressuposto de o desejo da vertical por parte do homem ser algo que determina sua perspectiva. Isto quer dizer que os meios de ordenação espacial se dão por ordem política. A ordenação espacial predetermina o comportamento, influenciando de forma imediata a representação" (1980:80).

Linhas retas, verticalidade e horizontalidade no espaço em branco em busca de formas que traduzam, através do grafismo, o que se deseja comunicar. Ao observarmos uma página de jornal, livro, revista ou qualquer outro veículo impresso, somos seduzidos por sua representação gráfica, em que se processam dois tipos de leitura: uma gráfica e outra textual. O exercício é inconsciente. Mesmo que não tenhamos o domínio da língua, nossa percepção nos direciona primeiramente a uma leitura gráfica. Esse fenômeno é explicado pelas teorias psicológicas da *gestalt* e pelas possibilidades visuais organizadas por nossa percepção.

Ângulos, retângulos e quadrados comandados pelos movimentos simétricos compõem o traçado das linhas paralelas e perpendiculares que

organizam a forma para a orquestração do todo visual. O desenho de uma página impressa se fundamenta, essencialmente, dentro dessa concepção geometrizar, em que os conceitos de simetria e assimetria estabilizam a configuração final por meio de coordenadas mistas (horizontal e vertical) e um ponto de apoio predominante que assegura o equilíbrio, o ritmo e a harmonia, através da disposição dos arranjos da configuração espacial.

A concepção geometrizar do *layout* de uma página impressa possui uma intimidade com o movimento cubista. Nesse sentido, obedece a uma estética assimétrica, eminentemente fragmentária, criando um processo de circularização do próprio retângulo e funcionando como elemento condicionador da leitura. As variadas formas retangulares das mensagens transmitidas em pedaços, como fotogramas, denunciam a presença de um novo tempo circular, uma forma lúdica de leitura da nova representação espacial, caracterizada pela alinearização e pela velocidade.

Desse modo, esse processo de circularização da página tem uma estreita relação com os procedimentos de "cadernalização" do jornal, também fragmentário, provocando uma espécie de redimensionalização do que acontecia na página de forma isolada para uma nova refuncionalização espaço-temporal da leitura, que direciona a uma espécie de entropia e desfuncionalização das mensagens noticiosas e publicitárias contidas no jornal.

Segundo Harry Pross, "não são os conteúdos que decidem, mas a forma" (1980:76). Para ele, a figura do retângulo hierarquiza a ordem, como símbolo absoluto. Hierarquiza a nossa percepção. Não é o dentro, mas o fora do retângulo que retém essa carga simbólica. E assim explica:

"Estar diante da TV, jornal, livro, em oposição a estar numa festa, sala de trabalho, é tanto tatilmente quanto simbolicamente uma representação de estar dentro ou estar fora de um retângulo. É o retângulo a figura criadora de hierarquias por excelência. Delimita o que é fechado, porque é quadrilátero, porque é alto e baixo, esquerda e direita. Delimita o lado maior e o menor, o dentro e o fora, o centro e a periferia. Em todos os sentidos ele é hierárquico. Ela cria uma subordinação e supra-ordenação".⁶

É a partir dessas duas noções, de tempo e espaço que a linguagem pode ser produzida, em que seus significados poderão estar submetidos a conceitos culturalmente definidos. Sendo a figura do retângulo um símbolo absoluto que hierarquiza a percepção, assume com o seu poder de ordenação na relação espaço-temporal como linguagem, estabelecendo o dentro e o fora. Na atividade humana, o seu domínio é inegável, até mesmo numa página de jornal.

⁶ Conceitos expostos durante as aulas do curso: "A violência dos símbolos: Harry Pross e a comunicação jornalística", ministrado pelo prof. dr. Norval Baitello Jr., durante o primeiro semestre de 1992, no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, da PUC-SP.

O espaço retangular da página do jornal é o campo ou lugar em que o jogo de tensões dos símbolos ali concentrados através de coordenadas verticais e horizontais delimitam a mancha gráfica⁷, garantindo à informação (à notícia) a sua legibilidade e leiturabilidade. Sua estrutura codificada realça e estimula a percepção, obedecendo a ordens de natureza cultural, da esquerda para a direita e de cima para baixo, condicionadas pelo olhar do ocidente. Desse modo, o signo simbólico tem por finalidade representar a compreensão do texto verbalmente escrito contido na página. Como o próprio signo é uma questão de valor, torna-se capaz de produzir significados obrigatoriamente dependentes do nível de repertório do leitor.

No arranjo gráfico espacial, a notícia é aprisionada pela sua própria rede de signos. Transforma-se num casulo guardião das imagens reduzidas do mundo. E, ao seu lado, ao lado do outro e do outro, para cima e para baixo, o exercício é infinito, numa orquestração simbólica de representações sígnicas plasmadas pelas fronteiras da dimensão espacial da mancha gráfica da página.

A "cadernalização" da *Folha*

A escolha do jornal *Folha de S. Paulo* como objeto deste trabalho, particularizado especificamente ao processo de "cadernalização" que compreende o período de 1988 a 1994, tem por base o comportamento desse veículo de periodicidade diária durante uma década, fundamentado num projeto editorial iniciado em 1982, e que começou a tomar ritmo a partir de 1984, apostando em mudanças e na juventude para se tornar o jornal mais lido e discutido em todo o País, na década seguinte.

Como explica o jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, um dos executores da chamada "revolução editorial" do jornal:

"A *Folha de S. Paulo* é o fenômeno mais importante do jornalismo brasileiro dos anos 80. Nesta década, foi o jornal diário que obteve maior crescimento na circulação paga e no volume de publicidade impressa, foi o veículo de comunicação que mais provocou polêmicas e repercussões entre os leitores e foi a empresa jornalística que mais celeuma causou entre os profissionais do setor" (1988:27).

Baseando-se em pressupostos técnicos é que a *Folha*, a partir de 1987, implantou o processo de modulação dos textos, em espaços pré-determinados, procedimento este que vai tornar irreversível a industrialização do *design* das páginas e que, de alguma maneira, influenciou outros jornais nos anos seguintes.

Na edição de 2 de agosto de 1988, a *Folha* iniciou a implantação gradativa do sistema de modulação de textos e arranjos gráficos, encerrando

⁷ Mancha gráfica - toda a área espacial impressa da página.

o ciclo artesanal praticado pela diagramação dos jornais em todo o País. “O módulo é uma unidade-padrão de medida de texto que facilita o ordenamento e a localização dos assuntos nas páginas” (*Folha*, 02/08/1988). Com o firme propósito de acabar definitivamente com a improvisação e o desperdício de espaços com expressões inadequadas, o recurso da modulação é simples e tem por finalidade disciplinar padrões de escrita, de acordo com os tamanhos pré-determinados no *layout* da página, no momento da edição e diagramação.

O processo da modulação dos textos é entendido como modelo de racionalização espacial, cujo objetivo é atender às novas realidades do jornalismo industrial, adotado por outras corporações jornalísticas, notadamente nos Estados Unidos e países europeus. Se por um lado racionaliza a produção industrial, por outro, pode apresentar-se, de modo perverso e castrador, como uma “camisa-de-força” para os jornalistas menos avisados e acostumados aos procedimentos livres no momento da elaboração do texto.

Além da modulação dos arranjos gráficos a partir da edição de 2 de agosto de 1988 a *Folha* deu prosseguimento à implantação do seu projeto gráfico-editorial, inovando mais uma vez, lançando nesse dia novos procedimentos de paginação das capas de seus cadernos segmentados por temas específicos com inserções de “caixas” no alto da capa servindo como “chamadas” para as reportagens internas. Com esse modelo de apresentação gráfica e fragmentação de conteúdos, a *Folha* integra-se perfeitamente com as principais tendências do jornalismo contemporâneo, estruturado no conceito de diagramação por módulos, que tem por objetivo acelerar, facilitar e criar novos padrões de conforto para a leitura.

Diante das múltiplas possibilidades de escolha que se apresentam ao leitor sobre o que deve ou não ser lido, criou-se com esses modelos diferenciados de paginação uma estratégia e um sentido de ordem e de ordenamento de leitura acelerada, provocada pela fragmentação dos cadernos temáticos e estimulada pelo grafismo sedutor que conduz os movimentos óticos para uma eleição individualizada do assunto preferido. É um típico modelo industrializado, acabado; as capas de cadernos (embalagens) estruturadas em *displays* (colorização e grafismo impresso) atuam como sugestivos e sedutores “controles remotos de papel” ao alcance das mãos do público leitor. É um tempo alterado de leitura, em que o fator velocidade entra em perfeita sintonia com a técnica.

Para a *Folha de S. Paulo*, o objetivo da reforma realizada por Leonora de Barros, responsável pelo projeto, e pelo editor-adjunto de arte, Jair de Oliveira, “é dar uma identidade gráfica a todo o jornal, tornando sua leitura mais fácil e confortável. Os princípios que nortearam as mudanças foram a racionalidade e a adequação do projeto gráfico à era da informática” (*Folha*, 4/3/90:A-8).

A terceira e última reforma da *Folha* foi iniciada na edição de 4 de março de 1990, completando, desse modo, o seu projeto gráfico-editorial lançado em 1982. Entre as mudanças operadas, destaca-se a alteração do

logotipo do jornal que aparece agora no mesmo tipo de letra utilizado nos editoriais da página A-2, denominado *Garamond*, e que teve por finalidade a sua identificação mais fácil, mesmo a uma determinada distância.

O processo de segmentação da *Folha* ganhou novo impulso no final do ano de 1990, quando começou a circular sua primeira edição regional diária no dia 19 de novembro, denominada "SP Sudeste", abrangendo a região de Campinas - SP, iniciando um projeto ambicioso para atender as 293 cidades do interior paulista, até o dia 17 de novembro daquele ano.

Em matéria publicada na edição de 21 de outubro de 1990, sobre o lançamento dessas edições regionais, o diretor de redação da *Folha*, Otávio Frias Filho afirmou: "Acho que esse projeto pode modificar as perspectivas do próprio jornalismo brasileiro, trata-se de proceder a ampliação extraordinária do mercado de consumo de informações". E logo a seguir sentenciou: "Penso que a independência política e o desenvolvimento técnico dos jornais dependem de seu maior enraizamento no mercado. A *Folha* está disposta a dar mais um passo importante nesse sentido. Mais cedo ou mais tarde os outros jornais terão de fazer a mesma coisa" (*Folha*, 21/10/90:A-14).

Um projeto desse porte, segundo a própria *Folha*, foi desenvolvido durante 15 meses; tinha por objetivo cobrir cinco regiões estratégicas no estado de São Paulo, assim caracterizadas: SP Sudeste (região de Campinas); SP ABCD (região de São Bernardo do Campo, Santo André e Diadema); SP Nordeste (região de Ribeirão Preto); SP Norte (região de São José do Rio Preto) e SP Vale do Paraíba.

A comemoração histórica dos 70 anos de existência do jornal, em 19 de fevereiro de 1991, foi marcada por diversos eventos ao longo daquele ano. Dando prosseguimento ao seu projeto de segmentação, lançou o caderno "Folhateen", em 18 de fevereiro de 1991, dirigido ao leitor não apenas vestibulando, mas também àquele compreendido na faixa etária entre 15 e 18 anos. Fragmentou, ainda, o caderno de Classificados em novos cadernos setorializados, isto é, segmentando a própria segmentação, reunindo, assim, em mais de uma dezena de cadernos, a sua nova anatomia.

Tecnicamente, o projeto trouxe a modernidade tecnológica, a velocidade e o aceleração da leitura. O processo de modulação dos arranjos gráficos tornou irreversível a industrialização do *design* das páginas. A segmentação do jornal em cadernos de assuntos temáticos acelerou, pela velocidade e pela própria tatilidade, os procedimentos de leitura individualizados.

O processo de "cadernalização" do jornal com assuntos afins funciona como um "controle remoto de papel", num efeito de *zapping*, onde o lúdico e o tempo alterado pela velocidade convidam a um tipo de jogo com a leitura.

O zapping jornalístico

A mídia eletrônica (rádio e TV), de um modo especial a televisão, adquiriu com a tecnologia novos hábitos comportamentais e de funcionalidade. No final da década de 80, mais especificamente em outubro de 1989, foi divulgado na revista norte-americana *Video Magazine* um anúncio de um aparelho denominado *Ad Zapper*, cuja função básica era eliminar comerciais por meio de comandos e impulsos eletrônicos, na forma de raios infravermelhos, acionando a pausa do gravador videocassete e permitindo que retomasse a gravação do programa por meio de padrões de sinais emitidos.

Assim, com o surgimento do aparelho *Ad Zaper* nos Estados Unidos, esse fenômeno vem sendo chamado *zipping-zapping*. Depois de gravar o programa, o usuário pula os comerciais acionando o comando *zip*, ou quando está assistindo à TV com o controle remoto na mão a cada comercial pressiona o comando *zap* para passar para outro canal.

O aspecto lúdico fica evidente com o efeito *zipping-zapping*, funcionando como uma brincadeira e um jogo capazes, de estimular de modo frenético o comportamento até então ritualizado do tradicional telespectador. Para Arlindo Machado, nesse primeiro momento do *zipping-zapping*, "há um jogo cínico com a iconografia da televisão, e, em seguida, como reciclagem - crítica ou não - das imagens e dos sons disponíveis nas faixas de onda" (1989:G-6).

Machado considera que o *zapping* e o *zipping* são uma consequência inevitável dessa explosão impressionante de material audiovisual neste final de século. E continuando, afirma: "É um fenômeno a que alguns chamam de democratização da informatização outros de banalização da imagem, outros ainda de massificação da cultura, conceitos todos inadequados para se dar conta do que se passa, pois vinculados a parâmetros de avaliação já superados pela própria mutação que agora se opera" (1989: G-2).

O fenômeno do *zapping* não é um hábito recente como o controle remoto e como a televisão. Ele é oriundo da mais remota antiguidade, portanto, pode ser considerado como uma abstração. Contemporaneamente, ele já acontecia nas vanguardas artísticas do início desse século, notadamente pelo pensamento futurista italiano, manifestava-se através da produção cultural por meio da intimidade do leitor com o livro, jornal, revista, ao selecionar aquilo que mais lhe interessasse. Até mesmo com o rádio e com a própria televisão acontece esse comportamento espontâneo, formalizado pela relação de impaciência do ouvinte ou telespectador em acionar o sintonizador ou seletor de canais, à procura de algo melhor que lhe agrade. O controle remoto, um recurso tecnológico, acelera em ambos os casos esse processo de jogo, em que o aspecto lúdico assume dimensões ampliadas.

Esse processo descontínuo e fragmentário do efeito do *zapping* com a utilização do controle remoto é um fator acentuado que "permite atravessar espaços e tempos distintos em níveis diferentes de realidade, alinhavando

as faixas de onda, embaralhando gêneros e formatos, redefinindo, enfim, as categorias do conhecimento. Essa atividade demanda, evidentemente, reflexos rápidos, intuição para a seletividade e capacidade de estabelecer conexões, mesmo que absurdas nas redes de trânsito da informação" (Machado, 1989:G-2).

Dentro do universo imagético-televisivo, a quebra da linearidade e a interferência radical em normas e padrões estabelecidos são características marcantes do efeito do *zapping*. No decorrer do processo histórico do desenvolvimento da humanidade, as transformações verificadas possuem esse caráter insólito de ruptura e fragmentação. O ato de *zapar* não é apenas um fenômeno deste final de século. Ele se manifesta sem uma terminologia específica em outras épocas, nos mais variados campos da atividade humana, estilizando rótulos e padrões estabelecidos, a partir de um esquema consciente e voluntário dentro do processo social. Esse envolvimento lúdico de jogar com novas possibilidades é uma função inerente ao homem, que, movido por um instinto eminentemente criativo e inovador, reage em busca de novos caminhos que permitem transpor os limites da sua própria imaginação.

A conexão do *zapping* com a mídia impressa, em especial com o jornalismo impresso diário, determina uma relação análoga ao processo de seletividade e segmentação com os jornais "cadernalizados" por assuntos afins.

Os cadernos segmentados que compõem o todo da edição diária de um jornal representam as peças que vão desempenhar uma atividade lúdica com o leitor: o jogo da leitura. As estratégias são armadas. Ataques e contra-ataques disputando milimetricamente o território espacial das páginas estão simbolicamente retratados pela diagramação, ou seja, pelas linhas geométricas, pela cor, pelo grafismo e, essencialmente, pela informação. Uma sintonia do mundo, num jogo sedutor estimulado pelos sentidos ampliados pelo olhar e pela tatilidade.

Na leitura, o primeiro movimento do jogo é provocado pelo olhar. Estimulado inicialmente pela sedução aparentemente espontânea através dos atrativos contidos harmoniosamente na página, há, na verdade, uma jogada estratégica intencional contida no grafismo que impulsiona o sentido da visão. Como explica Vilém Flusser:

"Ao vaguear pela superfície, o olhar vai estabelecendo relações temporais entre os elementos da imagem: um elemento é visto após o outro. O olhar reconstitui a dimensão do tempo. O vaguear do olhar é circular: tende a voltar para contemplar elementos já vistos. Assim, o 'antes' se torna 'depois' e o 'depois' se torna 'antes'. O tempo projetado pelo olhar sobre a imagem é o do eterno retorno. O olhar diacroniza a sincronidade imaginística por ciclos. Ao circular pela superfície, o olhar tende a voltar sempre para os elementos preferenciais do significado. Desse modo, o olhar vai estabelecendo relações significativas" (1985:14).

Nos procedimentos de leitura de uma peça impressa, a percepção do todo é um fenômeno gestáltico por excelência. É a partir dele que iniciamos o processo de fragmentação, elegendo e particularizando o objeto que desejamos dominar. Assim, outros sentidos são estimulados, especialmente o tato, em perfeita sintonia com o olhar, que por meio de estímulo e resposta sincronizam o espaço-tempo para um novo jogo: a leitura.

Nas modernas sociedades de consumo, o jornalismo impresso diário recorre à técnica da fragmentação quando segmenta seus cadernos em assuntos temáticos. Essa técnica altera a relação espaço-tempo da leitura, elegendo a velocidade como instrumento supremo tecnológico. Sendo o jornal um produto visual e tátil por excelência, estimula o leitor a experimentar uma atividade essencialmente lúdica.

É nesse aspecto que a mídia impressa está estruturada na atualidade. Como a "cadernalização" por assuntos temáticos levou a novos procedimentos de leitura numa forma análoga ao *zapping* da mídia eletrônica, permitiu ao leitor a participação nesse novo jogo, em que a velocidade e o tempo alterado delimitaram as novas regras de leitura. O jornalismo impresso diário impôs novo ritmo de comportamento com a introdução de modernas técnicas mercadológicas, lançando brindes, consignando a venda de jornais a um novo tipo de jogo. A ordem é vender. Essencialmente, a notícia assume o caráter secundário, tornando-se refém de novos símbolos que reduzem a sua importância como valor informativo em detrimento dessa coerção imposta pelos veículos de comunicação impressa.

Um dado novo da sociedade urbana é a necessidade da substituição constante. O que podemos denominar simbolicamente de tempo alterado. Nesse sentido, a própria indústria estimula e planifica uma mecânica de envelhecimento precoce do produto. Assim, os veículos de comunicação de massa abrem o caminho para a estruturação desses novos valores. Para Jean Baudrillard, "o processo tecnológico das comunicações de massas dispensa um tipo de mensagem muito imperativo: mensagem de consumo da mensagem, de incisão e de espetacularização, de desconhecimento do mundo e valorização da informação como mercadoria, de exaltação do conteúdo como signo" (1991: 129). Segundo ele, se a sociedade de consumo já não produz mitos é porque ela constitui o seu próprio mito.

A questão espaço-tempo e a velocidade preconizada no início do século pelo movimento futurista de Marinetti é o símbolo mais expressivo das atuais sociedades tecnologizadas. O *zapping*, abstração simbólica da modernidade pós-industrial, é o pulsar frenético tecnológico da mídia eletrônica, autêntico representante do tempo alterado para os nossos sentidos. Desse modo, Paul Virilio, um dos analistas da atual sociedade tecnologizada, esclarece:

"Se a velocidade é portanto o caminho mais curto de um ponto a outro, a característica redutora de toda a representação (sensível e

científica) não é nada mais do que um efeito de real (*sic*) da aceleração, um efeito de ótica da velocidade de propagação, velocidade metabólica no exemplo das imagens mentais e oculares, velocidade tecnológica das formas-imagens da representação fotográfica e cinematográfica, nas imagens virtuais da infografia e na representação dos *lasers* óticos" (1993:94).

Nessa visão de mundo sob a ótica dos meios de comunicação de massa, o jornalismo impresso diário desempenha o mesmo papel. Desse modo, obedecendo à ritmicidade do calendário, os jornais assumem definitivamente a função de sincronizador dessas sociedades industriais. Com o processo da segmentação temática, provocando dessa maneira procedimentos de leitura acelerada, o efeito *zapping* está caracterizado pela velocidade e pela mudança do tempo real de leitura. Uma atividade lúdica, tendo como meta, em tempo veloz, o consumo da informação, apressando simbolicamente a sua morte.

O homem contemporâneo tornou-se refém do culto tecnológico, envolvido pelo poder medusado decorrente de seus próprios atos. A noção de um novo tempo real imediato, vertiginoso, fundamenta-se no mito da velocidade, transferindo o olhar ocidental a essa nova realidade espaço-temporal. O aceleração das técnicas de transmissão e circulação dos meios simbólicos de produção cultural retratada por Régis Debray nos transporta, segundo ele, a uma mídiasfera, onde essa noção de "meio" reaproxima o homem e as suas relações diante de um valor catastrófico, de pânico, reavivando o sentimento de finitude.

A visão catastrófica de Régis Debray sinaliza essa noção de pânico das atuais sociedades midiáticas: "A domesticação do real representado sob forma de um modelo teórico e técnico, sem lesar nossos bastonetes retinianos, torna a utilização deles menos urgente. Menos virtual e menos fruidora. Fazendo abstração das 'coisas em si mesmas' teremos, em breve, a anestesia dos sentidos" (1994: 36).

Desse modo, em sua trajetória, o jornalismo impresso diário realiza, a seu tempo, as transformações técnicas necessárias, garantindo o seu lugar na mídiasfera. Nessa nova ordem, o tempo real acelerado, obcecado pela rapidez, cultua a tecnologia e sacraliza a velocidade. O nosso "olhar" é absolutamente visual, estruturado na vertiginosa e alucinante rotação do tempo. A sedução visual arma as jogadas na conquista de leitores, plasmada pelo amálgama das tensões das formas simbólicas suavizadas pelo grafismo do *layout* da página. Um exercício gestáltico, recortado pela "cadernalização", em busca de um *zapping* jornalístico, uma abstração caracterizada pelo "controle remoto de papel", em resposta ao ato de "zapar" da mídia eletrônica.

Conclusão

A informação segmentada, tomando como paradigma o processo de “cadernalização” do jornal *Folha de S. Paulo*, e o ato de “zapar”, exercem, na verdade, uma correlata cumplicidade entre emissor e receptor. Em ambos os casos, a economia de sinais preconizadas por Harry Pross surge amparada por procedimentos individualizados das partes em jogo, justificando como meio e fim a emergência do tempo e um forte sentimento de impaciência, como o próprio ritual imposto pelo calendário. A partir daí, ficamos presos aos meios simbólicos de transmissão e circulação, que Régis Debray denomina de mídiasfera.

Dentro desse processo de organização espaço-temporal, o grafismo da mancha gráfica de uma página torna-se refém do seu próprio valor simbólico, como elemento determinante da sedução visual. Como discurso, representa uma metalinguagem, um instrumento acelerador da leitura, que apressa o seu fim. Como a visualidade faz parte do sistema de produção organizada sob critérios essencialmente culturais, podemos transpor numa ação simbólica para a segunda realidade preconizada pelos universais da cultura.

Nesse sentido, a leitura acelerada que apressa o seu fim sinaliza para uma construção simbólica da morte, onde a relação entre o mito e o discurso fica também evidenciada pela estrutura geométrica dos espaços delimitados das mensagens de forma horizontal (morte) e vertical (vida), conceitos simbólicos já explicados por Harry Pross.

O jornal impresso diário, objeto de investigações deste trabalho é um produto industrial acabado. No seu processo de produção, exorciza métodos arcaicos, estimulado por um frenético culto tecnológico, liderado pela informatização. Em procedimentos ritualizados de sedução visual e sob o “olhar” impaciente da velocidade, diminui a relação espaço-tempo, delimitando o seu próprio tempo. Acelera a morte da informação de forma simbólica, reafirmando o que Régis Debray exemplifica como a nova luta pelo tempo.

Desse modo, o jornalismo impresso diário espelhado nesse trabalho no modelo empregado pelo jornal *Folha de S. Paulo*, ao segmentar suas mensagens em cadernos com assuntos específicos, leva o leitor a uma atividade lúdica em vertigem, num tempo alterado, imposto pela cultura do veloz. Nesse sentido, o efeito lúdico no *zapping* é uma abstração: uma herança do movimento futurista do início deste século. Sua relação com a mídia eletrônica fica caracterizada pelos procedimentos dos comportamentos fragmentados e pela capacidade estimulante do jogo, de interesse e intencionalidade vivificados pela própria condição humana de criar e recriar em cima de seus próprios atos.

Bibliografia

- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte moderna*. São Paulo: Companhia da Letras, 1992.
- ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual - uma psicologia da visão criadora*. São Paulo: EDUSP, 1980.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1989.
- _____. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1991.
- _____. *Da sedução*. São Paulo: Papirus, 1992.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BYSTRINA, Ivan. *Semiotik der kultur*. Tübingen: Stauffenburg, 1989.
- DEBRAY, Régis. *Curso de midiologia geral*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- _____. *Vida e morte da imagem*. Petrópolis: Vozes, 1994.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal - uma releitura*. São Paulo: Summus, 1986.
- FOLHA DE S. PAULO. Edições dos anos de 1988 a 1994.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta*. São Paulo: Hucitec, 1985.
- HURLBURT, Allen. *Layout*. São Paulo: Mosaico, 1980.
- KOFFKA, Kurt. *Princípios de psicologia da gestalt*. São Paulo: EDUSP, Cultrix, 1975.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *Mil dias*. São Paulo: Trajetória Cultural, 1988.
- LOTMAN, Iuri. *A estrutura do texto artístico*. Lisboa: Editorial Estampa, 1978.
- _____. Sobre o problema da tipologia da cultura, em *Semiótica Russa*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- MACHADO, Arlindo. *A Arte no Vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- _____. *A ilusão especular*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1971.
- _____. *A galáxia de Gutenberg*. São Paulo: EDUSP, 1972.
- PIGNATARI, Décio. *Signagem da televisão*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- _____. O paleolhar da televisão, em *O olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- PROSS, Harry. *La violencia de los símbolos sociales*. Barcelona: Anthropos, 1989.
- _____. *Estructura simbólica del poder*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980.
- SANTAELLA, Lúcia. *A percepção - uma teoria semiótica*. São Paulo: Experimento, 1993.
- SCHWARTZ, Tony. *Mídia - o segundo Deus*. São Paulo: Summus, 1985.
- VIRILIO, Paul. *O espaço crítico*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- WORRINGER, Wilhelm. *Abstracción y naturaleza*. México: Fondo de Cultura Económica, 1975.