

SÓCRATES RECORTA JORNais

Crátilo desenha palavras

O nome das coisas no jornal impresso

Wellington Pereira (Org.)
Amanda Tenório - Alexander Rocha
Daniel Abath - Dayana de Melo
Fabiano Vidal - Ilana Almeida
Luana Câmara - Monique Vilante
Poliana Queiroz - Secyliana Amorim



Wellington Pereira (Org.)

Amanda Tenório, Alexander Rocha, Daniel Abath, Dayana de Melo, Fabiano Vidal, Ilana Almeida, Luana Câmara, Monique Vilante, Poliana Queiroz, Secyliana Amorim

2010 – Série Veredas - 21



Marca de Fantasia

Av. Maria Elizabeth, 87/407

58045-180 João Pessoa, PB

www.marcadefantasia.com

A editora Marca de Fantasia é uma atividade do
Grupo Artesanal - CNPJ 09193756/0001-79
e um projeto do Namid - Núcleo de Artes Midiáticas
do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Diretor: Henrique Magalhães

Conselho Editorial:

Edgar Franco - Pós-Graduação em Cultura Visual (FAV/UFG)

Edgard Guimarães - Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA/SP)

Elydio dos Santos Neto - Pós-Graduação em Educação da UMESP

Marcos Nicolau - Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Roberto Elísio dos Santos - Mestrado em Comunicação da USCS/SP

Wellington Pereira - Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Ilustração da Capa: Ilana Almeida

Programação visual: Marriett Albuquerque

Sócrates recorta jornais, Crátilo desenha palavras: o nome das coisas no jornal impresso / Wellington Pereira (org.). - João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

119p.: (Série Veredas, 21)

ISBN 978-85-7999-019-9

1. Comunicação de massa. 2. Jornalismo. 3. Cotidiano. I. Pereira, Wellington.

CDU: 659.3

SUMÁRIO

Jornalismo e cotidiano como pauta de pesquisa Marcos Nicolau.....	04
Sócrates recorta jornais Crátilo desenha palavras Wellington Pereira.....	06
Objetos que se vestem: aspectos da indumentária nos cadernos do cotidiano Alexander Rocha.....	08
O batismo dos objetos: um ensaio sobre a subjetividade das coisas nos jornais Amanda Tenório.....	21
A aura das coisas: por uma renomeação sensível dos objetos Dayana de Melo.....	32
Os óculos de sol: renomeando um objeto de forte apelo estético junto aos consumidores Fabiano Vidal.....	43

>>

**O valor de troca dos objetos impressos no cotidiano
das narrativas jornalísticas**

Ilana Almeida.....53

Objetos do cotidiano: a arte da não percepção diária

Luana Câmara.....64

Os objetos inscritos no cotidiano do jornal impresso

Secyliana Amorim Braz.....73

Coisas do cotidiano: a exposição dos objetos

na narrativa jornalística impressa

Poliana Queiroz.....85

A dinâmica das coisas na rede autorizada das palavras:

percepções de objetos-signo nos jornais Correio da

Paraíba, O Norte e Jornal da Paraíba.

Daniel Abath.....99

Os objetos podem ser protagonistas da

narrativa jornalística?

Monique Vilante de Lira.....113

<<

Jornalismo e cotidiano como pauta de pesquisa

A tradição de pesquisa acadêmica sobre jornalismo e cotidiano, que o GRUPECJ vem construindo nesses últimos oito anos, já ganhou repercussão nacional, prêmios (Itaú Cultural, em 2007 e Prêmio Luiz Beltrão de Comunicação, do INTERCOM, em 2008) e uma considerável série de 06 obras, nas quais circulam os resultados desse instigante empreendimento científico.

Inserido nas atividades do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB) desde o início do Mestrado em 2008, esse Grupo de Pesquisa, coordenado pelo professor Wellington Pereira, contribui de forma significativa com o fortalecimento da Linha de Pesquisa Mídia e Cotidiano e fomenta o surgimento de pesquisadores na área de Comunicação.

Os artigos constitutivos das seis obras já publicadas no período demonstra uma clara tendência de buscar apoio na fenomenologia para melhor compreender práticas jornalísticas em sua permanente produção de sentido.

A partir de uma vertente sociológica da fenomenologia, os pesquisadores do GRUPECJ, nesta edição, se debruçam sobre os objetos do cotidiano retratados nas matérias e reportagens dos jornais impressos de João Pessoa. Nesse sentido, a fenomenologia, compreendida como uma proposta que visa ir além das pressuposições básicas ao questionar a própria ideia de conhecimento, serve, aqui, de pressuposto para reconhecer os objetos na forma através das quais eles nos aparecem, representados no noticiário da imprensa pessoense.

As pesquisas do GRUPECJ tem a importante função de integrar alunos de graduação e pós-graduação aos estudos contemplados pelo Mestrado em Comunicação da UFPB, subsidiando as discussões científicas que transpõem o PPGC para o contexto das análises que se fazem hoje na área de Comunicação em âmbito nacional.

Com a produção das obra, agora na condição de e-book, permite-se uma circulação muito mais ampla dessas pesquisas do GRUPECJ, assegurando-lhe um acesso efetivo e permanente, uma vez que a obra estará disponibilizada na Web, para consulta dos interessados, a qualquer hora do dia ou da noite.

No momento em que o jornalismo impresso vive a sua crise de readaptação de suas práticas midiáticas, diante da multiplicidade de mídias digitais que proliferam na Internet, as pesquisas coordenadas pelo prof. Wellington Pereira revelam as características intrínsecas à imprensa, que demonstram porque ela se manterá viva, cumprindo um papel primordial: resgatar o cotidiano da vida em comum, para mantê-lo em pauta no contexto da atulidade midiática.

Marcos Nicolau
Coordenador do PPGC/UFPB
Novembro de 2010.

Sócrates recorta jornais Crátilo desenha palavras

Neste novo livro do Grupecj, os pesquisadores se debruçaram sobre uma questão cara à Filosofia, mas sem investigação minuciosa no campo do Jornalismo: a importâncias dos objetos na narrativa jornalística.

O desafio foi perceber como o narrador-jornalista nomeia objetos na produção de enunciados informativos que têm a função de demarcar o distanciamento ou aproximação entre os sujeitos e as coisas do mundo da vida.

A fonte de inspiração para a construção dos ensaios foi Crátilo – o diálogo platônico no qual se discute a arte de nomear as coisas e a justeza dos nomes.

Crátilo sustenta - no diálogo – que cada coisa tem por natureza um nome justo, apropriado. Nesse sentido, Hermógenes se opõe à idéia de naturalização dos nomes e determina o conflito entre perceber as coisas como nos são dadas e a interferência das linguagens na produção dos objetos.

Enquanto Hermógenes defende que a justeza dos nomes se baseia em convenções e acordo, Crátilo insiste na adequação natural dos objetos aos seus significados. Essas assertivas são mediadas por Sócrates que, através da Maiêutica, seu método de parceiro das idéias, amplia as formas de compreensão das relações entre sujeito e objetos.

O problema que se instaura neste diálogo entre a filosofia e o jornalismo é o seguinte: quem pode nomear os objetos? E por que nas narrativas jornalísticas os objetos são tomados em suas inéncias, apenas como instrumentos de uma ação.

A narrativa jornalística ora se apresenta como realista, na descrição dos objetos em cena, ora provoca fetiches ao subordinar a verossimilhança das “histórias” ao uso de determinados instru-

mentos. Isso se dá tanto no âmbito da criminologia como do consumo.

Os ensaios deste livro recuperam a problema da palavra na cultura jornalística e, sobretudo, a figura do Onomaturgo – aquele a quem cabia a arte de nomear as coisas na cultura grega¹.

Se para Crátilo a linguagem é natural sempre adequada ao real, não podemos dizer o mesmo com relação ao jornalismo. Mas ao jornalista cabe a tarefa de nomear as coisas, construir realidades através do seu domínio técnico. Por isso é sempre bom investigar a forma como as palavras aparecem na imprensa cotidiana.

Para tornar a nossa ensaística mais lúdica, cada pesquisador foi provocado para nomear os objetos que aparecem nas narrativas jornalísticas analisadas de forma arbitrária param contemplar a outra visão de Hermógenes (a convenção dos nomes).

O ato de recortar jornais, atribuído a Sócrates no título, representa o corte epistemológico: o nome dos objetos como instrumento das ações nas narrativas jornalísticas. Este é o objetivo deste livro de ensaio.

Wellington Pereira
Coordenador do Grupecj
Novembro de 2010.

¹ NEVES DE MOURA, Maria Helena – A vertente Grega da Grámatica Tradicional- uma visão do pensamento grego sobre a linguagem. São Paulo: Unesp, 2005, p. 50.

Objetos que se vestem: aspectos da indumentária nos cadernos do cotidiano

Alexander Rocha¹

Introdução

Ao propor um novo olhar sobre os objetos, o livro *História das Coisas Banais*, de Daniel Roche, nos convida a uma reflexão sobre esses artefatos, integrados às nossas vidas, mesmo antes de chegarmos ao mundo. A partir da análise e resgate de outras obras e autores que se dedicaram ao assunto, podemos compreender, com a ajuda do livro, como a sociedade ocidental, particularmente a francesa, se comportou entre os séculos XVII e XIX, períodos de escassez e da explosão do consumo.

O autor defende que a nossa cultura não dá o devido valor aos objetos. Chegamos a reduzi-los à simples materialidade, meros instrumentos de comunicação ou de distinção social. Ao argumentar que as coisas não podem ser encaradas de maneira reduzida, ele cita a evolução da vestimenta. Surpreendentemente, reconhece que ela “traduz também a evolução da cultura, da sensibilidade, das técnicas, a inteligência dos produtores e a tolerância dos consumidores” (2000, p. 13).

Quando usa as roupas como exemplo, Roche ainda nos lembra dos jogos de distinção e poder característicos da engrenagem da moda. No entanto, ao sugerir melhor apreciação do assunto, destaca que é preciso levar em conta o “laço profundo que se cria entre o mundo e o indivíduo”, a partir do vestuário.

¹ Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

Integrados a essa socialidade, os veículos de comunicação se mostram hábeis em utilizar os símbolos (objetos) para espalhar conceitos e sustentar a circulação de valores e mercadorias. Se pensarmos o sistema da moda para além das roupas, talvez pouca coisa passe imune ao assunto. É aí que mora o desafio deste ensaio. Ao verificar como os objetos, em especial os artigos de vestuário, aparecem longe dos flashes e do verniz das editorias especializadas, podemos ter uma idéia do valor atribuído às peças e como elas permeiam nossa sociedade.

Aqui é conveniente resgatar a corrente liderada pela historiadora Anne Hollander. Ela chama de não-moda a roupa do dia-a-dia. Peças usadas pela maioria da população que, apesar de encherem os armários, aparentemente despertam pouco interesse.

Pensamos menos em todos esses produtos estudados para não durar – lenços de papel, fraldas, guardanapos, garrafas, isqueiros, aparelhos de barbear, roupas baratas – do que no processo geral que obriga as firmas a inovar, a lançar continuamente novos artigos (...) (LIPOVETSKY, 1987, p. 160)

Para tentar uma melhor apreciação desses objetos, vamos investigar como eles são apresentados nos jornais paraibanos e propor novos nomes com o intuito de ampliar seus significados na vida cotidiana. A análise ocorre através de reportagens veiculadas no período de um mês, a partir de 10 de junho de 2010. O trabalho é resultado da atividade do Grupo de Pesquisa sobre Cotidiano e Jornalismo (Grupecj) da UFPB. Os textos escolhidos foram retirados dos cadernos Cidades do Correio da Paraíba, Jornal da Paraíba e O Norte.

Cotidiano e jornalismo

Tentar entender o cotidiano não é tarefa das mais simples. Difícil também é espantar a idéia, possivelmente enraizada na

nossa cultura, de que ele não gera conhecimentos e tampouco seja espaço para interação social. Apesar dos primeiros registros sobre o cotidiano remeterem aos séculos XV e XVI, foi somente três séculos mais tarde que os cientistas se dedicaram com maior interesse ao assunto. Os estudos englobavam a industrialização e seus efeitos sobre as condições sociais e os trabalhadores (PORTO, 2009).

Na sociologia, o cotidiano pode ser compreendido de diferentes formas. Tudo depende do ponto de vista das correntes que tentaram apreendê-lo. Os estudos podem ser norteados pelo Formismo, Marxismo, Fenomenologia e o Interacionismo Simbólico. Neste ensaio sobre os objetos, que também pretende avaliar a impressão que eles nos causam quando são apresentados nos jornais, a corrente Formista deve nortear a pesquisa.

Para justificar a escolha, recorro aos estudos de Michel Maffesoli, um dos expoentes do Formismo Sociológico. Através da contemplação do cotidiano, da vida doméstica, da aparência das coisas, ao invocar Benjamin, ele sugere que é possível “apreender a multiplicidade de sentidos de um mesmo objeto, seus ritmos variados, numa palavra, toda a concretude”. (MAFFESOLI, p. 125, 1996)

Na busca de refletir a realidade, o jornalismo encontra espaço fértil no dia-a-dia. Os dramas inspiram a produção, despertam reações no leitor e são usados para o consumo, como nos lembra Charaudeau:

De um ponto de vista empírico, pode-se dizer que as mídias de informação funcionam segundo uma dupla lógica: uma lógica *econômica* (...) e uma lógica *simbólica* que faz com que todo organismo de informação tenha por vocação participar da construção da opinião pública. (CHARAUDEAU, 2007, p. 21, grifos do autor).

Breve histórico da moda

No contexto da apreciação acadêmica, os primeiros registros de um estudo mais atento sobre a moda aparecem no final da primeira década do século XX, a partir de 1911, como observou o filósofo e sociólogo alemão, Georg Simmel.

No Brasil, dentro dessa mesma perspectiva, um dos primeiros ensaios registrados data de 1950, na USP. Gilda de Mello Souza, além de se basear em estudos acadêmicos e nos conceitos científicos da época, também recorreu aos pintores, cronistas, romances e fotografias para analisar a moda no século XIX.

Desde então, vários trabalhos envolvendo a moda e sua interdisciplinaridade já foram realizados, a maioria deles, no fim da década de 1990. Na Paraíba, algumas pesquisas também foram empreendidas recentemente.

Ao contrário do que pode sugerir, “a moda é um sistema que acompanha as roupas e o tempo. Que integra o ato de vestir a um contexto maior, político e sociológico” como explica a jornalista, Erika Palomino (2002, p.14). Apesar da vestimenta acompanhar a história da humanidade, o conceito de moda, segundo o filósofo Gilles Lipovetsky, apareceu no fim da Idade Média. (ibid, p.23)

Com o enriquecimento da burguesia e a aproximação das pessoas nas áreas urbanas, teria surgido o desejo de imitar hábitos e roupas dos nobres. Estes, por sua vez, ao buscarem a constante diferenciação dos burgueses podem ter iniciado a busca pelo novo. Esse fenômeno, estudado por Simmel ao tentar descrever o que geraria as mudanças da moda, foi o foco da teoria *trickle-down* (gotejamento) (McCRACKEN, 2003).

Mas foi apenas em 1858, com o inglês Charles Worth, que a moda começou a ensaiar a sistematização que a caracteriza hoje. Worth foi o inventor da Alta Costura, alçado ao posto de criador supremo. Ele é apontado como primeiro estilista a impor suas criações e adaptá-las às estações do ano.

Passado esse período, classificado de Moda dos Cem Anos, o

mundo enfrentou crises, duas guerras e a moda foi obrigada a se reinventar para sobreviver. Em tempos de contenção, industrialização e consumo em baixa, eis que surge o *prêt-à-porter* (pronto para vestir) no final dos anos 1940, mas só consolidado 20 anos mais tarde. A idéia era produzir peças em escala industrial, e não mais sob medida como na Alta Costura.

Apesar de perderem o caráter de peças únicas, as novas roupas continuavam com a chancela do estilista-criador. Pierre Cardin e Yves Saint Laurent foram os primeiros a aderir ao novo modo de produção.

Dados recentes apontam que o setor movimentou R\$ 46 bilhões no Brasil (em 2008), de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções, a ABIT. O país ocupa a 7ª posição no pódio dos maiores produtores têxteis do mundo. O setor também é responsável por 1,7 milhões de empregos diretos e gera mais 3 milhões de empregos indiretos.

Considerações sobre moda e consumo

Para além do que sugerem as aparências frívolas, o filósofo Lipovetsky visualiza a moda como forma. Essa forma pode ser verificada, pelo viés do consumo, na tendência em valorizar o novo e acelerar o desuso.

A lógica do século XIX difundiu-se, com efeito, para toda esfera dos bens de consumo: por toda parte são instâncias burocráticas especializadas que definem os objetos e as necessidades; por toda a parte impõe-se a lógica da renovação precipitada, da diversificação e da estilização dos modelos. Iniciativa e independência dos fabricantes na elaboração das mercadorias, variação regular e rápida das formas, multiplicação dos modelos e séries – esses três grandes princípios inaugurados pela Alta Costura não são mais apanágios do luxo e do vestuário, são o próprio núcleo da indústria do consumo. (LIPOVETSKY, ibid, p.159)

Essa indústria ainda se vale de outros artifícios para ampliar seus lucros. Segundo McCracken, o que ele chamou de “significado deslocado” está presente nos objetos e seria responsável pela constante insatisfação dos consumidores. Para ele, todo bem representa uma ponte para esperanças e ideais que estariam fora do alcance dos atores de compra, o que nos leva a nunca reconhecer que possuímos o bastante.

Os indivíduos os compram a fim de tomar posse de uma pequena parte concreta do estilo de vida ao qual aspiram. Essas pontes servem como prova da existência desse estilo de vida, e mesmo como provas da capacidade do indivíduo de reivindicá-lo. (McCRACKEN, 2003, p. 144)

Também é importante considerar outro aspecto cultural do consumo. O autor ainda observa que o desejo de compra segue determinados padrões que, de alguma forma, se complementam. É a chamada unidade Diderot. O termo surgiu para homenagear o filósofo Denis Diderot, primeiro a observar esse fenômeno.

Essas coisas têm uma espécie de harmonia ou consistência e de algum modo, portanto, “andam juntas”. Podemos chamar esses padrões de consistência de “complementaridade de produtos” e, em honra a seu observador, de “unidade Diderot”. (McCRACKEN, 2003, p. 152)

Para facilitar a compreensão, recorro à analogia com as mercadorias dispostas nos supermercados. Eletrodomésticos ficam perto de utensílios de cozinha, que por sua vez são arrumados próximos aos artigos de cama, mesa e banho. Tudo está relacionado. O mesmo ocorre com o consumo dos artigos de luxo. As “listas de desejo” criadas pelas revistas de moda ilustram outro exemplo. Recentemente, na versão brasileira de uma publicação internacional, podíamos ver um cão, com seu respectivo preço, sugerido entre casacos e outros artigos de inverno.

Objetos no jornal

Após essa breve conceituação sobre moda e consumo, vamos iniciar a avaliação dos objetos nos jornais paraibanos. Foram selecionadas três reportagens distintas, extraídas dos cadernos dia a dia (*O Norte*) e Cidades (*Correio da Paraíba* e *Jornal da Paraíba*).

O tema das intempéries climáticas encontra nos cadernos do cotidiano espaço garantido em determinados períodos do ano. Nestes meios, quase sempre, elas estão relacionadas ao trágico, ao choque e ao medo sob forma de alerta. Esses espaços se prestam, ainda, a dar voz ao cidadão comum, apesar das razões para isso, de forma geral, germinarem controvérsias. Os objetos da indumentária também são verificados nessas páginas e, com frequência, seguem o mesmo estilo dos cadernos em que estão apresentados.

O Norte

Na reportagem de Lucilene Meireles, de 15 de junho de 2010, temos a matéria: ***Madrugada Fria em João Pessoa – termômetros registram 21 graus, a temperatura mais baixa do ano na capital paraibana***. Ao registrar as mudanças climáticas na cidade, a repórter optou por começar a matéria com objetos do vestuário (incluindo a chamada roupa de cama) adequados aos dias mais frios do ano.

Edredons e agasalhos começaram a ser retirados do armário neste final de semana. É que na manhã de ontem, por volta das 6 horas, foi registrada a temperatura mais baixa do ano na capital paraibana. Os termômetros marcaram 21,5 graus... O texto informa sobre o início do nosso inverno tropical, previsto para a semana seguinte à publicação, com a explicação dos meteorologistas sobre os ventos frios e a previsão pluviométrica para os próximos dias.

Apesar de não se aprofundar nos transtornos provocados pelas chuvas, principalmente nos bairros carentes (onde moram os des-camisados), a repórter informa que a Defesa Civil não registrou nenhuma ocorrência, mas as “áreas de risco estão sendo monitoradas”. Para reforçar a informação e passar a sensação de que a temperatura alterou a rotina do morador mediano, uma fotografia com duas mulheres envergando sombrinhas e aquecendo o corpo com a ajuda de espessos casacos jeans aponta que elas estão protegidas e souberam se preparar para o mau tempo.

Nesse sentido, de proteção, os objetos aparecem como essenciais. O valor utilitário figura em primeiro lugar. Ao aferir que “edredons e agasalhos começaram a ser retirados do armário” a repórter sugere que a parcela remediada da cidade é consumidora de tais artefatos (supostamente comuns para este público) e que ainda pode encontrar, nessas ocasiões, a oportunidade ideal para usá-los.

Jornal da Paraíba

Na edição de 25 de junho de 2010, a reportagem de Carol Queiroz, *Destroços de PE chegam à orla paraibana*, mostra a comoção causada nos moradores de uma praia localizada na região metropolitana da capital, por causa dos objetos oriundos de uma enchente que atingiu 70 cidades de Pernambuco e Alagoas.

(...) São objetos pessoais, mesas, carteiras escolares com a identificação do município de Barreiros (PE), um documento de identidade, computadores, alimentos, restos de animais mortos, além de árvores, galhos e muito lixo, que mostram a proporção da tragédia causada pelo excesso de chuvas em Pernambuco.

No topo da folha, uma fotografia com os objetos amontoados na praia ocupa quase um terço da página. Tudo está disposto de forma caótica. Sobre uma mesa de jantar, restos de móveis,

calçados e utensílios de plástico aos pedaços. Outros objetos podem ser vistos na areia. Outra imagem, em realce, é sobreposta à foto maior. Nela, é possível identificar chinelos e tênis infantis. O recurso não foi em vão. Um dos momentos mais dramáticos do texto mostra a reação causada pelos objetos:

O aposentado Zito Freitas, morador de Intermares, ficou chocado com o que encontrou pelo caminho: chupetas e sapatinhos de crianças, além de outros objetos pessoais. “É um clima de tristeza total. A gente entra em desespero ao ver o nordestino, que ajudou tanta gente, precisando de ajuda urgente. Precisamos nos mobilizar em prol dessas pessoas”, afirma.

Mesmo não sendo tão pequenos como o termo “sapatinhos” sugere, os objetos enumerados no texto tentaram causar, em quem leu, a mesma comoção experimentada em quem os encontrou. A impressão é que, através deles, foi possível perceber a grandiosidade do desastre. Quantas pessoas perderam tudo? Será que os donos desses sapatos sobreviveram? As respostas são praticamente impossíveis. No entanto, o número de vítimas (mortos e sobreviventes), sempre recorrente em reportagens dessa ordem, também não foi informado.

Mas a matéria acrescenta que os objetos devem ser encaminhados para o governo de Pernambuco, que a Marinha ajuda nas buscas e que o presidente Lula vai disponibilizar R\$ 550 milhões para ajudar as vítimas de Pernambuco e Alagoas.

Correio da Paraíba

A tragédia causada pela chuva foi assunto durante toda semana. Na reportagem *Igreja arrecada donativos para vítimas das enchentes de PE e AL*, de Alysson Bernardo, o jornal Correio da Paraíba (29 de junho de 2010) mostra a mobilização dos religiosos e da sociedade para ajudar as vítimas da tragédia. Em meio

ao espírito assistencialista, os objetos voltam a ter destaque: "... Roupas, calçados, cobertores, alimentos e, até mesmo, água, o que parece mínimo para alguns, tem sido primordial para aqueles que perderam tudo".

Difícil é saber o que é prioritário num momento desses. Certamente roupas e calçados, aparentemente, podem superar necessidades vitais por comida e "até mesmo" por água. Uma foto com a dona de um brechó organizando vestes e calçados surrados mostra que, pelo menos no quesito indumentária, todos os desabrigados da enchente serão bem assistidos. O texto ainda mostra a mobilização e o exercício da caridade:

Um dos doadores foi o professor universitário Jair Silveira. Ele soube da ação na manhã de ontem, através de um telejornal. Logo, separou três sacolas de roupas e as doou na Arquidiocese. "Pela urgência, trouxe o que eu tinha em casa, mas já comecei a cobrar a participação de amigos e familiares. Fiz a minha parte e espero que os outros também se sensibilizem", revelou.

Em meio aos donativos que mereceram realce, ao menos a fala da proprietária do brechó, Fátima Viana, demonstra certa contundência: "(...) Já arrecadamos roupas e casacos, mas sei que podemos fazer muito mais.".

Objetos renomeados

Nos exemplos anteriores, tentamos demonstrar como os artigos de vestuário são apresentados nas reportagens dedicadas ao cotidiano. Agora, vamos experimentar novos nomes para esses objetos, com o intuito de ampliar a significação desses objetos no imaginário cotidiano. Seguindo a mesma ordem da avaliação dos jornais, novamente adotaremos o critério temporal. Os itens em destaque, aqui, são os mesmo da avaliação anterior.

O Norte

Madrugada Fria em João Pessoa – termômetros registram 21 graus, a temperatura mais baixa do ano na capital paraibana.

Edredons e agasalhos começaram a ser retirados do armário neste final de semana. É que na manhã de ontem, por volta das 6 horas, foi registrada a temperatura mais baixa do ano na capital paraibana. Os termômetros marcaram 21,5 graus (...)

Agora, vamos conservar o título. No entanto, ao trocar os nomes dos objetos apresentados no *lead*, veremos a aparente confusão que as palavras nos sugerem.

“*Tangas e abadás* começaram a ser retirados do armário neste final de semana. É que na manhã de ontem, por volta das 6 horas, foi registrada a temperatura mais baixa do ano na capital paraibana. Os termômetros marcaram 21,5 graus...”

Os nomes de origem africana, mesmo absorvidos pelo Português com sentidos diferentes, etimologicamente significam pedaço de pano (tanga) e túnica; veste comprida (abadá). Itens talvez mais adequados ao nosso clima que pouco lembra o frio europeu.

Jornal da Paraíba

Destroços de PE chegam à orla paraibana

A Capitania dos Portos da Paraíba recolheu ontem vários objetos pessoais na Praia de Ponta de Campina, no litoral norte paraibano. Para o capitão Paulo Santos de Oliveira, os destroços devem ser oriundos de municípios atingidos pelas enchentes no Estado de Pernambuco. São objetos pessoais, mesas, carteiras escolares com a identificação do município de Barreiros (PE), um documento de identidade, computadores, alimentos, restos de animais mortos, além de árvores, galhos e muito lixo, que mostram a proporção da

tragédia causada pelo excesso de chuvas em Pernambuco (...)

(...) O aposentado Zito Freitas, morador de Intermares, ficou chocado com o que encontrou pelo caminho: chupetas e *sapatinhos de crianças*, além de outros objetos pessoais. “É um clima de tristeza total. A gente entra em desespero ao ver o nordestino, que ajudou tanta gente, precisando de ajuda urgente. Precisamos nos mobilizar em prol dessas pessoas”, afirma.

Tentemos outros nomes para o trecho de maior tensão:

A Capitania dos Portos da Paraíba recolheu ontem vários objetos pessoais na Praia de Ponta de Campina, no litoral norte paraibano. Para o capitão Paulo Santos de Oliveira, os destroços devem ser oriundos de municípios atingidos pelas enchentes no Estado de Pernambuco...

(...) O aposentado Zito Freitas, morador de Intermares, ficou chocado com o que encontrou pelo caminho: chupetas e *pantufinhas* de crianças, além de outros objetos pessoais. “É um clima de tristeza total. A gente entra em desespero ao ver o nordestino, que ajudou tanta gente, precisando de ajuda urgente. Precisamos nos mobilizar em prol dessas pessoas”, afirma.

Correio da Paraíba

Igreja arrecada donativos para vítimas das enchentes de PE e AL

O sofrimento vivido pelas vítimas das enchentes nos Estados de Pernambuco e Alagoas despertou a solidariedade dos paraibanos. *Roupas, calçados, cobertores*, alimentos e, até mesmo, água. O que parece mínimo para alguns, tem sido primordial para aqueles que perderam tudo (...)

Reescrito:

O sofrimento vivido pelas vítimas das enchentes nos Estados

de Pernambuco e Alagoas despertou a solidariedade dos paraibanos. *Trapos, galochas, abafadores*, alimentos e, até mesmo, água. O que parece mínimo para alguns, tem sido primordial para aqueles que perderam tudo.

Referências

- ABIT, Associação Brasileira da Indústria Têxtil de Confecção. **Dados da plânilha:** Setor Têxtil e de Confecção Brasileiro 2009. Disponível em: <www.abit.org.br>, acesso em: 14 out. 2009.
- BERNARDO, Alysson. Igreja arrecada donativos para vítimas das enchentes de PE e Al. In: **Correio da Paraíba**. João Pessoa, 29 jun. 2010.
- CALDAS, Dario. In: **Revista Nexos**: Estudos em Comunicação e Educação, Ano 2, 1 sem. 1998
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discursos das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- LIPOVETSKI, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- McCRACKEN, Grant, **Cultura e consumo**: Novas abordagens do caráter simbólico dos bens e das atividades do consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MEIRELES, Lucilene. Madrugada fria em João Pessoa. In: **O Norte**. João Pessoa-PB, 15 jun. 2010.
- PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifoha, 2002.
- PORTO, Ana Carolina, In: PEREIRA, Wellington (org.). **As formas do humano no discurso do jornal (ensaios sobre mídia, cotidiano e corpo)**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2009.
- QUEIROZ, Carol. Destroços de PE chegam à orla paraibana. In: **Jornal da Paraíba**. João Pessoa, 25 jun. 2010.
- ROCHE, Daniel. **História das coisas banais**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas**: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

O batismo dos objetos: um ensaio sobre a subjetividade das coisas nos jornais

Amanda Tenório¹

Introdução

O mundo está repleto de objetos e o jornalismo, enquanto atividade diretamente ligada à enunciação do que ocorre na vida cotidiana, mantém o exercício diário de nomeá-los. Por esse motivo, a figura do jornalista tornou-se encarregada do ofício de ter que batizar, a partir de uma escolha muitas vezes arbitrária, o que no nosso imaginário será percebido como um objeto inerente a determinado fato noticioso.

Somos obrigados a admitir que a história de cada um está proporcionalmente regada por objetos, pois pertinente mente eles revelam muito de quem se é como indivíduo. Viver sem objetos é praticamente impossível, e mesmo sem o nosso consentimento, estamos imersos numa rede de relações nas quais os objetos, assim como a nossa percepção da realidade espaço-temporal, vêm adquirindo novos valores. Os objetos ocupam, aos poucos, o lugar antes preenchido pelos sentimentos – e essa será uma das nossas discussões ao longo do presente ensaio.

Entendemos, portanto, que os objetos não estão isentos do convívio social. Ao contrário, interagem intensamente com os

¹ Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, na linha Mídia e Cotidiano. Bolsista Capes. Email: amandatenorio.jornalismo@gmail.com.

princípios que regem o domínio da vida. Nesse sentido, o jornalismo, com a sua linguagem jornalística e a perspectiva de imprimir percepções aos fatos inscritos no mundo atual, nomeará os objetos no jornal. Não esqueçamos que a significação dos mesmos poderá sofrer variações por motivo do processo de batismo feito pelos jornalistas ser parcialmente subjetivo.

Na presente pesquisa, escolhemos analisar o caderno Cidades, que mais nos aproxima das necessidades dos indivíduos nas suas vivências cotidianas, buscando caracterizar como os objetos adquirem autonomia de significado nas páginas dos jornais.

O que é um objeto?

A história dos objetos está diretamente ligada à história do homem enquanto ser que oscilou na percepção e consequente construção identitária de si. Dessa forma, observar os objetos nas matérias de jornais será uma maneira de perceber como eles encontram sintonia com aqueles que os possuem, assim como compreender a autonomia que cada um adquire através da elaboração jornalística para a devida mídia impressa.

Do latim *objectu*, tudo que se oferece aos nossos sentidos ou à nossa alma; coisa material; tudo que constitui matéria da ciência ou artes. O conceito de objeto, próximo ao que analisaremos ao longo deste ensaio, diz respeito a sua conotação enquanto organismo material, mas que não teria utilidade se não fosse o seu entendimento de forma. Ou seja, estamos ligados a dois preceitos primordiais: matéria e forma, que se completam.

A nossa ideia principal seria a de que a matéria age como a substância na qual o objeto/forma é moldado, esculpido. Um exemplo é analisar a construção objetal de uma cadeira ou um guarda-roupa, eles são formados pela madeira como matéria/conteúdo tendo como forma/continente a noção perpetuada pelo carpinteiro de cadeira e guarda-roupa.

Não é de se espantar que durante um longo tempo os objetos

fossem vistos como propriedades da família, necessários à vivência sadia da prole, e que com a descoberta do poder implícito na aquisição contínua das coisas, eles começassem a ser observados como bens individuais cujo pertencimento promove a discussão das histórias de vida margeada por eles.

Entre os séculos XVII e XIX, os objetos traziam consigo uma percepção objetiva e utilitarista voltada à funcionalidade das coisas. A partir, então, do século XX os objetos adquiriram a sua faceta mais subjetiva, carregada de conteúdos simbólicos que são impostos inconscientemente por nós a eles.

Entendemos isso porque, se bem analisarmos, nós trabalhamos demasiadamente, para enfim, adquirirmos os objetos e imputar a eles a nossa felicidade, acreditando serem a extensão dos nossos desejos, uma solução para as frustrações trazidas da infância à vida adulta e cessadas com a ilusão da posse.

E nessa sociedade onde a realidade é seguidamente posta em xeque, os objetos e as suas inúmeras, para não dizer infinitas possibilidades, podem ser classificados? Acreditamos, na verdade, que se trata de uma utopia, um feito impossível. Visto que só os critérios de categorização já são uma infinidade: função, utilidade, forma, duração, etc.

As narrativas no jornalismo impresso

Pesquisando nos dicionários da língua portuguesa os verbetes “narrar” e “narrativa” chegaremos a uma série de concepções. Abrimos, portanto, um adendo, para entendermos que as narrativas no jornalismo são os textos onde encontramos e podemos delimitar um espaço, um sujeito, um tempo e uma história que se encerra com o seu desfecho.

Sob uma perspectiva geral, podemos dizer que as narrativas - curtas ou longas - carregam quase sempre a responsabilidade de criar e recriar sociabilidades. Elas têm papel importante e específico, pois trazem consigo o discurso do jornal através do seu

corpo em um espaço determinado.

E, ao longo dos anos, as narrativas jornalísticas angariaram espaço nos meios impressos por serem consideradas excelentes reconstrutoras/refletoras do mundo moderno, podendo inclusive ser um instrumento capaz de descrever a realidade e os seus fenômenos sociais, que sempre contém objetos em seu enredo.

Assim, aqui daremos atenção especial à notícia e a reportagem, que primam por imprimir aos seus relatos as perspectivas do cotidiano no seio da sociedade em seu momento histórico e social.

Os objetos do cotidiano

Explicar exatamente o que seria o cotidiano ainda se constitui num dos grandes desafios da sociologia e de outras áreas do conhecimento, estando incluído aí o próprio jornalismo. Na verdade esse conceito ainda não está completo, e sim em plena construção.

Uma primeira impressão seria a de que o cotidiano constitui-se na junção dos pequenos fatos da vida que formam a trama social, aqui destacamos as seguintes características: ênfase no que acontece todo dia na rotina; a esfera da reprodução; a banalização do presente imerso na imediatez; e a acentuação na coletividade, no estar com o outro de forma frívola e até lúdica. Os indivíduos e os fatos não podem ser considerados como expressão passiva de um espaço individual e isolado. “São sínteses complexas de elementos sociais” como afirma Ferrarotti (*apud* TEDESCO, 2003, p.177).

Sabemos que não devemos pensar no cotidiano apenas como saber do tempo presente, do corriqueiro, cuja grande parte está descrita nos jornais, mas também na sua ambientação histórica, vendo-o como uma eterna repetição de tempos já vividos no passado e a serem vividos no futuro. Ao lidar com retratos da realidade espaço-temporal, poderemos através dos jornais e objetos

impressos nele, entender que, para José Machado Pais (2001, p. 72):

A vida quotidiana não se constitui num objeto unificado por qualquer sistema conceptual e teórico corrente e próprio, embora seja um termo que se tem imposto, orientando reivindicações, atitudes, discursos. Por outro lado, o quotidiano é um lugar privilegiado da análise sociológica na medida em que é revelador, por exceléncia, de determinados processos do funcionamento e da transformação da sociedade e dos conflitos que a atravessam.

Um grande expoente nos estudos sobre o modo de vida das sociedades tem sido o sociólogo francês Michel Maffesoli, cujos pensamentos acentuam as riquezas existentes nas situações que, a priori, não demonstram a sua potencialidade. O olhar teórico introduzido por Maffesoli traduz as intencionalidades dos sujeitos em socializar apoiados nos seus objetos em busca de se compreenderem. Para Maffesoli (*apud* Tedesco, p.124):

O cotidiano é uma forma (anti-racionalizada) teatralizada e superficial, cujo estudo demanda compreender o jogo das formas sociais aí presentes. As formas nas quais os fenômenos sociais aparecem e se enquadram dão a simbologia e a significação do mundo fenomênico; são a matéria-prima de como o mundo se dá a conhecer.

A análise dos objetos nos jornais impressos paraibanos

O *corpus* do presente estudo foram as matérias, uma de cada, extraídas dos três jornais de maior circulação em João Pessoa, capital da Paraíba: O Norte, Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba. O período da seleção foi entre 10 de junho e 10 de julho do ano de 2010. Escolhidos ao longo de trinta dias, a temática da notícia seria livre, contanto que estivesse no caderno proposto.

A análise se dará segundo três pontos: o primeiro é entender o sentido literal do objeto, o segundo é compreender como ao mesmo podem ser aplicadas as teorias que visam entender a vida cotidiana, já que essa temática está inteiramente ligada as relações dos homens em sociedade e as suas necessidades materiais.

A terceira parte será analisarmos como o objeto aparece na narrativa, avaliando se a nomenclatura do mesmo terá sentido semelhante do seu literal. Por isso, buscaremos entender sobre quais suportes ele está sendo construído na comunicação. Por último, tentaremos dar a este objeto uma nova denominação de acordo com a sua interação no segmento jornalístico esboçado.

Jornal da Paraíba

“Pesquisa constata infestação por cupim em prédios históricos de Campina Grande”² é o título da matéria que aponta documentos e móveis antigos como estando sensivelmente afetados pela praga de cupins que atinge os ambientes citados. Na narrativa, esses objetos, na verdade, são evidenciados pela questão histórica e da memória que está se perdendo devido a sua depredação.

Devemos entender que os móveis sempre fizeram parte do imaginário do lar como extensão da casa moderna. Ao passo que se estabelecem novas formas sociais entre os homens e sua célula mais abrangente, que é a família, alguns objetos surgem, outros desaparecem e muitos ganham mais praticidade e novas formas de utilização.

Móvel, adjetivo, do latim *mobile*, que se pode mover; que não está fixo; móbil, movediço; inconstante, variável, volúvel; bens móveis: os que podem ser trasladados de um lugar para outro, em

² SIMPLÍCO, Alberto. Pesquisa constata infestação por cupim em prédios históricos de Campina Grande. *Jornal da Paraíba*. João Pessoa, 09 jul. 2010, Cidades, p. 3.

oposição aos bens imóveis ou de raiz; qualquer peça de mobiliário; traste. Todos os objetos materiais que não são bens imóveis e todos os direitos a eles inerentes.

No nosso caso, inúmeros conceitos estão intrínsecos aos objetos antigos, que podem ser vistos como ultrapassados, fora da ordem atual, mas normalmente trazem consigo testemunhos, lembranças ou nostalgia, quase sempre com um apelo atual em seu design.

Mesmo tendo referências históricas, nesses móveis antigos, podemos perceber algo de moderno. Sem eles não teríamos descoberto o que muitos consideram como sendo a praticidade dos móveis mais recentes. Para Baudrillard (1973) o objeto antigo não é nem afuncional nem simplesmente decorativo, pois dentro do sistema ele tem a finalidade clara de significar, muitas vezes miticamente, o tempo.

Na tentativa de batizar tais objetos que insistem num resgate contínuo ao passado escolhemos associar a palavra antigo, com raiz etimológica em antiguidade, ao nome “móveis”. Seriam os *antiquimóveis*.

O Norte

Uma narrativa com ares de denúncia social ilustra o lado conhecido, mas escondido, das tentativas diárias de estacionarmos carros nas grandes cidades. “Cúmplices do trabalho infantil: ao dar esmolas ou pagar por serviços feitos por crianças, população contribui para que a situação se mantenha”³

Na matéria supracitada, um objeto extremamente cobiçado, o automóvel, ganha uma conotação negativa, afinal, incentiva a

³ MEIRELES, Lucilene. “Cúmplices do trabalho infantil: ao dar esmolas ou pagar por serviços feitos por crianças, população contribui para que a situação se mantenha”. *O Norte*, João Pessoa, 05 jul. 2010, Dia a dia, p. 10.

permanência de crianças menores de idade na rua. Seja lavando ou cuidando, como flanelinhas, as crianças estão desprotegidas dos seus direitos mais elementares e sendo escravizadas por esse objeto de desejo e alvo do consumo exacerbado.

A palavra automóvel seria uma junção entre “auto” acrescido de “móvel”. Os significados variam entre: que contém em si mesmo os meios de propulsão, automotor, autopropulsor; pertencente a veículos ou máquinas que se propelem a si mesmos, tais como os veículos a motor. Como sinônimo temos a ideia de um veículo terrestre, de rodas com pneumáticos, acionado por um motor de explosão. Já carro, do latim *carru*, seria um veículo de rodas para transportar pessoas ou carga.

Para se ter uma ideia, dados comprovam que em 2009 o Brasil produziu aproximadamente 2,5 milhões de carros, superando os Estados Unidos, e ocupando o posto de quinto maior produtor mundial de automóveis. Com o acréscimo da renda per capita dos brasileiros, assim como da ascensão das classes mais pobres, os automóveis tornaram-se cada vez mais um dos objetos mais cobiçados do país.

Mesmo sendo um objeto exterior à realidade da família em torno dos objetos do lar, o carro é uma dimensão que por si constitui um sistema que habilita a vivência itinerante das pessoas por novos ambientes. Os automóveis, ao longo dos anos, puderam sugerir a capacidade do ser humano de se locomover em torno do tempo e do espaço.

O design também adquiriu uma enorme importância, assim como a comodidade. O carro mostra muito da personalidade do seu dono e aparece muitas vezes como uma extensão da casa, somando-se a isso a qualidade de ser móvel, ou seja, um ambiente personalizado e menor.

O carro traz em si as particularidades dignas de um objeto-instrumento do homem moderno. Dizemos isso porque da utilidade ele passa a buscar a velocidade como fim, assim como congratula o prestígio com a expansão técnica como meios sociais.

Baudrillard (1973) descreve o carro como tendo uma perceptível convivência entre um sistema subjetivo de necessidades e um sistema objetivo de produção.

Muitos acreditam no carro como um objeto milagroso, pois ele se configura como um lugar onde percebemos a capacidade de transitar entre a necessidade do trabalho e o conforto da família. Pode também ser analisado como uma terra estranha dentro de si mesma, da percepção do nosso imaginário, já que o carregamos e somos, de certa forma, carregados por ele.

A renomeação que damos ao fenômeno elaborou-se na junção de três palavras que aparecem com recorrência na matéria: infantil, já que falamos de crianças; homicídios, mesmo que o mesmo não seja material, mas intelectual, cognitivo; e por fim, o próprio carro como objeto vetor da ação. Formamos então a expressão *infanto-carricídio*.

Correio da Paraíba

Em seu sentido literal o termo roupa sugere uma designação genérica das peças do vestuário; qualquer pano próprio para vestes, coberturas ou adornos; fato, traje. Assim como calçado é o que se tem os pés metidos em botinas, sapatos; peça de vestuário, ordinariamente de couro, que cobre e protege os pés.

Na matéria intitulada: “Igreja arrecada donativos para vítimas das enchentes de PE e AL”⁴ percebemos a iniciativa das instituições em auxiliar aos que precisam no dado momento. O que nos espanta é, na verdade, a atitude de uma dona de brechó em doar tudo que estava em sua loja e que antes poderia ser entendido como velho, desgastado e sem valia.

O brechó normalmente é uma loja de produtos usados, em ge-

⁴ BERNARDO, Allyson. “Igreja arrecada donativos para vítimas das enchentes de PE e AL”. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 29 jun. 2010, Cidades, p. 1.

ral roupas, calçados, bijuterias. Os sebos também são uma forma desse tipo de loja, sendo que neles só são vendidos livros. Pessoas de baixa renda procuram os brechós, que casualmente podem ser benéficos e mantidos por segmentos da caridade ou do governo. Muitos praticam o escambo, a troca.

Também existem os brechós de luxo em que roupas de grandes marcas são vendidas a um preço inferior ao do mercado. Esse tipo de brechó é muito procurado por pessoas que buscam um artigo especial e único, visto que o que se expõe ali geralmente não pode ser vendido mais em lojas, o que os dá um clima de exclusividade e permanência do gosto mesmo após o tempo.

Nesse contexto, a moda é um complexo estudado por várias áreas e disciplinas, principalmente das ciências humanas. Sabemos que a partir do vestuário tem sido possível entendermos os indivíduos. Nessa matéria, a moda pode ser questionada a partir da sua visão inicial de luxo, glamour ou grandes quantias.

O brechó é um ambiente que quebra a visão da roupa por ela mesma, assim como da efemeridade do tempo. Nele, a questão da sintonia cronológica do que é produzido ao que será consumido tem sido posta em xeque. O brechó, na tentativa de vender o luxo, mantém a ideia de releitura da moda a partir do essencial ao passado, os donativos também são uma forma de releitura, no entanto, surgem da necessidade de acolhimento, são pedidos irrecusáveis posto a situação atual.

Os *brechotivos* seriam os donativos vindos exclusivamente dos brechós e proporcionariam o desapego daqueles que pensam que moda é sinônimo de efêmero. As roupas, antes de mais nada, não são apenas demonstrações de um molde, mas da forma interna e dos contornos dos indivíduos que as vestem.

Referências

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Perspectiva, 1973.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**: introdução à sociologia compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Moderno dicionário Michaelis da Língua Portuguesa. Disponível em <http://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em 27 jul. 2010.

PAIS, José Machado. **Vida cotidiana**: enigmas e revelações. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SUDJIC , Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

TEDESCO, João Carlos. **Paradigmas do cotidiano**: introdução à constituição de um campo de análise social. Passo Fundo: UPF, 2003.

A aura das coisas: por uma renomeação sensível dos objetos

Dayana de Melo¹

“As coisas têm peso, massa, volume, tamanho, tempo, forma, cor, posição, textura, duração, densidade, cheiro, valor, consistência, profundidade, contorno, temperatura, função, aparência, preço, destino, idade, sentido. As coisas não têm paz”.
(Arnaldo Antunes)

Introdução

Elas nos cercam e ao nosso redor se exibem com disfarçados rodopios que incitam desejos e aflições. As coisas são deusas esnobes coreografando os nossos instintos contemporâneos com suas áureas maculadas pelas vicaridades modernas. Onipresentes, mas não oniscientes, elas dançam desnudas, pois perderam seu sentido particular nos passos dialéticos e plurais da modernidade.

As coisas são os objetos, e objetos são mercadorias. Deste modo, elas têm um tempo de consumo *a priori* e são capazes de determinar o *modus* de uma cultura gerando novas sensibilidades e, consequentemente, novas socialidades. Como produto, elas possuem a engenhosidade tácita do existir; no entanto, é nossa a ideia que dá sentido a essa existência.

¹ Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas pela mesma instituição, bolsista Capes. Email: dayanamelo.1805@gmail.com

Destarte, significar quer dizer revelar o implícito da coisa ou o implícito desejo pela coisa? Ou seja, é revelar o que ela é ou o que esperamos que ela nos torne? Esse nos parece um questionamento banal, mas que, contraditoriamente, nos guia a um outro questionamento: o que seria a modernidade senão uma articulada máquina de projetar banalidades? Viver, pois, é banal. Fomos gerados por um desejo banal e condenados a viver toda nossa existência ocidental e capitalista desejando banalidades. Ressaltamos, porém, que não tomamos o termo banalidade a partir da lógica das futilidades, mas do sentido humano que nos insere na natureza: o homem é bicho, e por ser bicho, ele deseja, se exibe, e assim se enche de extensões, de falas e falos desmembrados em coisas. Banalidade tem a ver com a aparência, com a nossa capacidade de perceber as coisas que se apresentam para nós da maneira exata como elas se dão.

Observamos que na modernidade as subjetividades vivem um conflito constante entre as suas categorizações estéticas e suas transformações em formas sociais. E é por meio do discurso midiático que essas sensibilidades se modificam. O belo, o feio, o sublime, deixam de ser categorias do sensível para se tornarem algo imposto. Assim, a subjetividade se torna objetividade, e a objetividade se coisifica.

A nossa função neste ensaio - como pesquisadores dos campos da *Comunicação Social* (mídia, da ordem da sociabilidade) e da *Comunicação Cotidiana* (societal, da ordem da socialidade) - é colocar essas coisas em movimento e, com isso, verificar como esses movimentos se dão. Por meio de uma releitura sensível das coisas e uma renomeação dos seus nomes, buscaremos revelar os sentidos dados pela notícia aos elementos que compõem o fato. Entendemos que informar também significa dar forma a algo. Nesse sentido, toda forma é o continente, o material; e a matéria é o conteúdo, o subjetivo.

Ressaltamos que nossa discussão não é sobre o consumo dos objetos, e sim como estes objetos se apresentam nas narrativas

jornalísticas. Partiremos de uma base teórica formista, fenomenológica e semiótica com o intuito de procurar obter respostas com base no material empírico por nós definido, os três jornais impressos de maior circulação do estado da Paraíba, a saber: Jornal Correio da Paraíba, Jornal da Paraíba e Jornal O Norte.

Os nossos questionamentos diante desta pesquisa consistem em analisar os seguintes pontos: 1) Como os objetos aparecem nas narrativas jornalísticas. 2) Como eles interferem nessas narrativas. 3) Qual a relação desses objetos com o cotidiano relatado nos jornais. 4) Como estes objetos podem ampliar o significado da narrativa a partir de sua renomeação.

De certo, a maior ousadia deste estudo consiste em gerar novas metáforas para apreender antigas coisas. Mas, o que é interpretação senão ousadia?

A forma das coisas

“A forma é formante e não formal”, é o que diz Michel Maffesoli (2007, p. 32) ao escrever sobre a sagacidade metodológica necessária aos que pesquisam as formas da vida cotidiana em suma essência. Só por meio da observação dessas formas é que podemos entender as minúsculas banalidades que dão vida ao social: as gírias, os afetos, a fofoca, a moda, a música, o hedonismo, os objetos, ou seja, tudo aquilo que nasce no gueto das micro-sensibilidades.

Nós somos produtores de formas sociais. Ao mesmo tempo muitas dessas formas independem da nossa vontade para se tornarem autônomas. Podemos dizer que as formas são interações concretas construídas a partir de conteúdos explícitos e/ou implícitos. Com isso, a sociologia das formas se interessa pela estetização do mundo da vida, isto é, pela criação e recriação dessas formas no imaginário dos sujeitos e, consequentemente, no espaço urbano.

Foi o ensaísta alemão George Simmel - um dos fundadores da denominada microssociologia - que criou o que entendemos por

sociologia das formas sociais. Seguindo os escritos de Simmel, percebemos que para este autor a sociologia deve se ocupar em entender as formas de interação entre os sujeitos e a sociedade, ou seja, cabe a ela estudar os conflitos. De acordo com Simmel:

A posição do homem no mundo está determinada pela circunstância de que, dentro de toda dimensão das suas propriedades e da sua postura, se acha a todo momento, entre dois limites. Isso se apresenta como estrutura formal da nossa existência, estrutura que nos seus diversos setores, ocupações e destinos se enche a cada momento de um conteúdo sempre distinto. (SIMMEL apud MALDONADO, 1996, p. 5)

Diante do princípio das formas sociais, a ideia do formismo surge em Maffesoli como uma atitude metodológica capaz de verificar como essas formas interagem entre si e com o imaginário social.

A noção de *Formismo* não mais permite contra-sensos habitualmente induzidos pela ideia de “Forma”; e essa me parece bastante adequada para descrever, de dentro, os contornos, os limites e as necessidades das situações e das representações constitutivas da vida cotidiana. Assim se tempera a rigidez do estruturalismo, preservando-se, porém, sua pertinente perspectiva relativa à invariância; trata-se, portanto, de modulação temperada que permite apreender tanto a labilidade, quanto as cálidas correntes do vivido (ibid, 2007, p. 31-32).

Pensar o formismo é pensar o cotidiano como um conjunto de formas sociais regidas pela superficialidade e pela teatralidade. Seguindo essa lógica compreenderemos a banalidade como um princípio de aparência dos sujeitos e das estruturas cotidianas.

No entanto, ressaltamos que são essas banalidades que dão à vida cotidiana um caráter plural e não-linear. O formismo não é determinista, mas é inquieto, sagaz, contemplativo. Ele não pensa

o cotidiano como um objeto conceitual, e sim como um estilo, pois infinitas são as formas cotidianas e infinitos são seus estilos, suas interações, maneiras de usar e capacidades de recriar.

E é neste sentido que o formismo nos ajuda a pensar a memória não unicamente como estocagem, mas como algo vivo. Este método surge como um campo de análise que busca entender as reações dos sujeitos a visão estática do mundo. Para Maffesoli, a forma tem várias ligações. E, por sua pluralidade, os sujeitos geram formas e produzem coisas e as coisas re-produzem os sujeitos e geram novas formas.

O estilo das coisas

Como dissemos, as formas têm estilos. O *estilo estético* é aquele que transmuta nossos valores; o hedonismo pode ser usado como sinônimo para tal estilo, não apenas no sentido da busca pelo prazer carnal, mas como um sistema de coisas invisíveis manifestadas visivelmente. O *estilo comunicação* nos traz a ideia de neutralização da individualidade e o surgimento do ideal tipo (no sentido webberiano da expressão) que desembocou num fenômeno de agregação onde não há supremacia de um indivíduo sobre o outro - é o que podemos chamar de um novo *ethos* social: a socialidade e o neotribalismo ditando a lógica de um reencantamento do mundo - no entanto, não podemos negligenciar o fato de que existe uma violência imaginária nessa padronização. Por fim, temos o *estilo cotidiano* enfatizando as causas e os efeitos das ideias e ações produzidas pelos cidadãos.

Há um estilo do cotidiano feito de gestos, de palavras, de teatralidade, de obras em caracteres maiúsculos e minúsculos, do qual se deve dar alguma conta – ainda que, para tanto, seja necessário contentar-se em tocar de leve, em afagar contornos, em adotar um procedimento estocástico e desenvolto. É a esse respeito que o esteticismo, que podemos reivindicar, será declarado correlato de

uma reflexão “formista”. É possível imaginar-se uma sociologia que se estabeleça na base de uma retroalimentação constante entre forma e empatia. (ibid., 2007, p. 41)

Os estilos têm ligação com a estética no sentido de uma estetização do mundo da vida por meio de uma visão holística, isto é, de uma capacidade de sentir em comunhão com o todo. De acordo com Maffesoli (1998, p. 101) a perspectiva estilística consiste no seguinte aspecto “conforme as épocas, predomina um tipo de sensibilidade, um tipo de estilo destinado a especificar as relações que estabelecemos com os outros”.

No entanto, é durante o mesmo processo de interação com outros que também nos relacionamos com as coisas, afinal, elas fazem parte desse ritual de identificação e aproximação, pois elas enfeitam estereótipos e objetivam as subjetividades das ideias.

A nudez das coisas

Logo no início do seu livro, *O sistema dos objetos*, Jean Baudrillard (2004, p. 9) lança na obra o seguinte questionamento: “Pode-se classificar a imensa vegetação dos objetos como uma flora ou uma fauna, com suas espécies tropicais, glaciais, suas mutações bruscas, suas espécies em vias de desaparição?” É certo que sim. Afinal, nunca na história da humanidade os seres humanos se cercaram tanto de objetos. Há, desta forma, uma constante necessidade de possuir aquilo que nem precisamos.

Como dissemos, a nossa intenção com esta incursão contemplativa não é analisar as coisas partindo da lógica do consumo. No entanto, não podemos descartar o valor capitalista que estes objetos têm na modernidade. Porém, se como sujeitos inseridos na sociedade também nos ocupamos em possuir esses objetos, como pesquisadores dessa mesma sociedade nos propomos a ler esses objetos e a renomeá-los partindo de princípios sensíveis de contemplação, tal qual postula Roche:

Os objetos, as relações físicas ou humanas que eles criam não podem se reduzir a uma simples materialidade, nem a simples instrumentos de comunicação ou de distinção social. Eles não pertencem apenas ao porão ou ao sótão, ou então simultaneamente aos dois, e devemos recolocá-los em redes de abstração e sensibilidade essenciais à compreensão dos fatos sociais. (ROCHE, p.13)

Os objetos exibem suas formas estéticas simétricas e assimétricas diante das pluralidades contemporâneas. E é seguindo os rastros dessas formas que vamos nos ocupar em entender suas áureas. De acordo com Rilke, “as palavras matam o que designam” (RILKE *apud* MAFFESOLI, *ibid.*, p. 39). Nos propomos, desta maneira, a reavivar esses desígnios enlaçando-os em novas concepções.

Enfim, o movimento

Entre os meses de junho e julho de 2010, analisamos os jornais *Correio da Paraíba*, *Jornal da Paraíba* e *O Norte*, com um olhar atento às coisas, verificando como esses objetos apareciam nas narrativas desses jornais, como interferiam nessas narrativas e qual a relação deles com o cotidiano re-apresentado pelos três jornais impressos de maior circulação no estado da Paraíba. Por fim, e com não menos importância, renomeamos esses objetos com metáforas geridas pelas sensibilidades que aguçaram essa pesquisa. Diante do material empírico aqui proposto, destacamos três matérias para análise:

Ao analisarmos o jornal *Correio da Paraíba* - edição do dia 19 de Julho de 2010 - logo nos deparamos com uma situação lastimável: das páginas destinadas ao caderno de “Cidades”, apenas duas apresentam matérias assinadas por jornalistas da empresa, enquanto três páginas mostram matérias compradas por prefeituras de diversos municípios do estado. Sob o título de “Divulga-

ção”, essas matérias são redigidas pelas assessorias de comunicação dessas cidades e não apresentam o nome dos seus autores. Foi justamente um desses textos que despertou nosso interesse para a análise. Com o título: “Itapororoca instalará câmeras nas ruas”; e subtítulo: “Prefeito diz que equipamentos vão inibir a ação da bandidagem; Guarda Municipal está à disposição da PM”, a matéria de maior destaque da página fala sobre segurança pública, mas não no sentido de criar concepções para a interpretação desse fenômeno social pela população da cidade de Itapororoca e da Paraíba, e sim para divulgar a “desenvoltura” do atual prefeito ao se propor a vigiar todos os moradores da cidade com a intenção de coagir seus possíveis delitos. A narrativa segue desta forma:

A Prefeitura de Itapororoca vai contribuir com a Polícia Militar da Paraíba no sentido de reduzir os índices de violência, criminalidade, consumo e tráfico de drogas no município. Quem garante é o prefeito Erlison Cláudio, que está adquirindo 30 câmeras com infravermelho para monitorar todas as ruas da cidade, durante 24 horas, com giro de 360 graus, que atinge 80 metros (...)

As câmeras aparecem no texto como uma espécie de guardiãs da ética social e dos costumes que se esperam de uma pequena cidade do interior. A descrição dos recursos técnicos da câmera: “infravermelho”, “giro de 360 graus”, “atinge 80 metros”, nos dá a impressão da pretensão do prefeito em ganhar a simpatia dos cidadãos da cidade usando um dos recursos técnico-narrativos utilizados no primeiro estágio da sociedade capitalista moderna: os *sistemas peritos*. E, ao mesmo tempo, remetemos o uso das câmeras na cidade de Itapororoca ao modelo do panóptico foucaultiano como um recurso disciplinador.

Renomearemos, pois, as câmeras do prefeito Erlison Cláudio de *os olhos das pulsões*, no sentido freudiano da expressão. Olhos dispostos a vigiar as pulsões de vida (Eros) e de morte (Tânatos) dos indivíduos e a controlar seu *id* como se fossem o superego da técnica.

O segundo jornal analisado foi o jornal *O Norte* - edição do dia 12 de junho de 2010 - escolhemos uma matéria do caderno “Dia-a-Dia” intitulada “Grito contra a impunidade”. O texto foi escrito pelo jornalista Haryson Alves e descreve um protesto realizado por mulheres no Ponto de Cem Réis. Elas denunciavam a violência que mulheres sofrem e reivindicavam mais rigor na aplicação da Lei Maria da Penha e a criação de juizados especiais para os casos de agressão. A matéria tem início nos seguintes termos:

Indignação e apelo por justiça. Foi o que mobilizou cerca de 50 mulheres e alguns representantes de organizações da sociedade civil e representantes de órgãos do estado e município, ontem, dia 11, no Ponto de Cem Réis, no Centro da capital. Além de cartazes, panfletos, tambores e latas dando mais voz ao protesto, havia 19 cruzes com o nome de mulheres vitimadas no estado, de janeiro a maio deste ano. No entanto, só nesta semana, esse número subiu para 21 homicídios (...)

O que despertou a nossa atenção no texto e nas imagens do protesto foi a presença da cruz usada para significar o luto.

As cruzes surgiram como um símbolo pagão de adoração à natureza, com diferentes formatos e significados. No entanto, esse formato de cruz que vemos frequentemente no nosso cotidiano (a intersecção de dois eixos retos e opostos) foi introduzido como objeto de adoração para o cristianismo durante o império de Constantino, na Roma do século IX. Mesmo tendo sido o objeto de sacrifício e morte de Cristo, a cruz é considerada um símbolo santo para os cristãos, principalmente os católicos.

A cruz nas mãos das mulheres protestantes paraibanas é contraditória. Primeiro porque esse símbolo nos remete a uma educação judaico-cristã que sempre colocou a mulher como submissa ao homem. Afirmamos com isso que a violência contra a mulher é uma questão cultural, isto é, o homem foi educado para se sentir

dono do corpo e dos pensamentos da mulher, por isso ele acredita que cabe a ele o direito da escolha (conquista) e/ou da recusa (separaçāo). Porém, essa mesma cruz nos remete a uma outra ideia: lembremos que no enredo do mito cristão de Jesus de Nazaré, o próprio Cristo conduz a cruz na qual fora pregado. Queremos dizer com isso que, sendo a mulher a principal responsável pela vida e educação desse homem, significa que ela também é responsável por essa sociedade machista que a reprime e violenta. Ou seja, ela também conduz a cruz que um dia poderá sacrificá-la.

Utilizaremos com isso a metáfora *sombras de Eva* para ressignificar o objeto da cruz nas mãos das mulheres oprimidas que protestavam no Ponto de Cem Réis. Sombras não só pelo luto das mulheres mortas por seus homens, mas pelos séculos de resignação impostos à mulher. Uma resignação herdeira nascida em diversos berços culturais, e que para nós se mostrou na culpa perene de Eva.

O terceiro e último jornal analisado foi o *Jornal da Paraíba* - edição do dia 27 de julho de 2010 - destacamos a matéria “STTP muda trânsito na Liberdade e projeta alterações no centro de CG”, escrita pelo jornalista Alberto Simplício. O texto fala sobre a relação entre o trânsito dos veículos e o crescimento da cidade de Campina Grande, e apresenta como protagonista desse enredo social um dos mais característicos objetos de consumo da sociedade moderna: o automóvel.

Ontem foi o primeiro dia de mudança no trânsito do bairro da Liberdade, em Campina Grande, e os motoristas começaram a trafejar pela rua Espírito Santo em mão única. A rua que antes dava acesso tanto ao Centro da cidade como ao bairro Jardim Paulistano agora só é trafegável em direção a este último. Equipes de agentes da Superintendência de Trânsito e Transportes Públicos (STTP) da cidade estão se revezando no local para orientar os motoristas e garantir a segurança na região. De acordo com o superintendente da STTP, Salomão Augusto, a mudança foi necessária em virtude do grande fluxo de veículos que utilizavam a via, que não oferecia condições ideais para ser de mão dupla (...)

O indivíduo moderno projetou no crescimento da metrópole e no surgimento dos automóveis a caracterização do seu perfil social. Ou seja, os *locus* nos quais ele se insere e o carro que ele dirige ditam não só seu padrão social, mas também a constituição do seu *Eu*.

O automóvel também é um *sistema perito*. E aqui vamos redefiní-lo como uma *extensão do self*. Para nós, essa metáfora engloba a sistematização desse objeto de consumo e sua função não só de locomoção, mas de prótese do ser.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- _____. **O conhecimento comum**. Introdução à Sociologia Compreensiva. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- MALDONADO, Simone. George Simmel: uma apresentação. In: **Revista Política e Trabalho**. João Pessoa. nº 12, setembro, 1996.
- PEREIRA, Wellington. A comunicação e a cultura no cotidiano. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, nº. 32, abril, 2007.
- _____. (ORG). **Formas do cotidiano**. João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 2007.
- ROCHE, Daniel. **Historia das coisas banais - Nascimento do Consumo Século XVII-XIX**.
- SIMMEL, George. **Estética e sociologia**. Tradução: Simone Maldonado. Política e Trabalho. PPGS/UFPB, 1998.

Os óculos de sol: renomeando um objeto de forte apelo estético junto aos consumidores

Fabiano Vidal¹

Neste ensaio, o objeto a ser estudado e analisado dentro da narrativa jornalística do *Jornal da Paraíba* é o tradicional óculos de sol.

A palavra óculos deriva do termo *ocularium*, da Antiguidade Clássica, e era utilizado para designar os orifícios feitos nas armaduras das cabeças dos soldados e que os permitiam enxergar. O ancestral dos óculos como o conhecemos hoje surgiu na Alemanha, em 1270, feito de ferro com aros grandes, e unidos por rebite, precariamente ajustado sobre a ponta do nariz. Foram necessários mais dois ou três séculos para que fosse desenvolvido um par de óculos que desse conforto e segurança a seus usuários.

No século XVII surgiram os primeiros modelos possuidores de hastas fixas sobre as orelhas, muito vendidos e usados até a década de 20, quando foram substituídos pelo estilo com aros superiores ou inferiores finos e leves. Com o passar dos anos, muitas mudanças ocorreram. Na década de 40 as tendências eram os aros redondos de plástico; nos anos 60, o estilo “gatinha” ganhou as ruas e comandou as vendas na área; e na década de 70, apareceram os grandes óculos de plásticos coloridos, precursores dos modelos tipo máscara.

O primeiro relato de óculos de sol vem da China, no século XII. Eram feitos de quartzo em tons esfumados e usados para proteger da claridade. Os juízes das cortes chinesas da época se

¹ Graduado em Turismo pela Iesp Faculdades.

utilizavam dessas lentes para esconder suas expressões faciais no interrogatório das testemunhas. O inglês James Ayscough, conhecido por seus microscópios no século XVIII, recomendava para aqueles com problemas de visão a utilização de lentes pintadas de azul ou verde, e não para proteção contra raios solares. A origem dos óculos de sol remonta ainda ao início do século passado, nos Estados Unidos. Sam Foster foi o primeiro a comercializar óculos escuros em 1929, sob a marca Foster Grant, que existe até os dias atuais.

Muitos estudos têm sido realizados para procurar compreender as múltiplas relações entre usuários e objetos, uma vez que a carga emocional é significativa na escolha de um objeto qualquer, seja um óculos de sol, um carro ou um telefone celular. A semiologia, postulada por Ferdinand de Saussure, estuda de que forma os homens dão sentido às coisas (BARTHES, 2001, p.208). Antes de adentrarmos por essas relações entre homens e objetos, se faz necessário definir o que é, de fato, um objeto.

Para Moles (1981, p. 27), objeto é “um elemento do mundo exterior fabricado pelo homem e que este pode segurar e manipular”. Dentro desta ótica, é possível afirmar que, em sua essência primordial, encontra-se o objeto utilitário, ou seja, aquele que visa suprir uma necessidade humana ao ser utilizado. Outra categoria de objeto é destacada por Dufrenne (*apud*) Queiroz (2008, p.3611), os objetos estéticos, desprovidos de senso utilitário e que visa à beleza.

Segundo Barthes (2001, p.208), os objetos são comumente definidos como “uma coisa que serve para alguma coisa”, ou seja, o objeto é visto primeiramente dentro de uma finalidade de uso, uma função, servindo ao homem de modo que ele possa modificar o mundo, estar nele de maneira ativa, sendo o objeto uma espécie de “mediador” entre a ação e o homem.

Barthes ressalta que os objetos, além de servirem “para alguma coisa”, servem também para comunicar informações que ultrapassam o uso básico ou original do objeto, o que o torna sus-

cetível a fazer parte de um sistema de objetos – signos.

Os signos, que são o objeto de estudo da semiótica, surgem da necessidade que os seres humanos possuem de representar as coisas com o objetivo de melhor compreendê-las, interpretá-las, analisá-las, conhecer o mundo e facilitar a comunicação.

O signo é visto pela semiologia sob uma forma dual, sendo constituído de duas faces ou aspectos, como algo perceptível que atinge os sentidos ou algo possuidor de uma idéia, um sentido ou conteúdo.

De forma resumida, é possível conceituar signo como uma coisa que representa outra. Essa relação, vale ressaltar, dependerá de um observador, alguém que está interpretando a realidade.

O signo estudado pela semiótica é de forma triádica, ou seja, composto de três elementos: 1) o objeto; 2) um interpretante (alguém que interprete o fato); e 3) o representâmen, o corpo do signo em si.

É possível afirmar que no signo existe uma relação entre objeto, interpretante e representâmen. Como exemplo, podemos citar: Objeto (óculos de sol); Interpretante (os óculos de sol que lhe vem à cabeça ao ler a palavra); e Representâmen (a palavra “óculos de sol”, ou seja, a materialidade sínica da informação.)

Pierce (*apud*) Vannuchi (2010, p.03) sugere algumas categorias de classificação de signos, sendo a mais importante considerada por ele próprio: ícones, índices e símbolos. O ícone, elo afetivo entre o signo e o objeto em si (fotografia); O índice, que representa um legado cultural ou uma vivência pessoal obtida ao longo da vida, o que leva imediatamente à compreensão de um sinal, o qual se associa a esta experiência ou conhecimento ancestral – exemplo: onde há fumaça (indício causal) há fogo (conclusão a partir do sinal visualizado) -; e o símbolo, associação arbitrária entre o signo e o objeto representado.

De acordo com Barthes, a função de um objeto se converte sempre, ao menos, no signo dessa mesma função, e não existem objetos em nossa sociedade sem algum tipo de suplemento de função.

Jean Baudrillard, em sua obra *O Sistema dos Objetos* (1968), realizou análise da relação dos homens com os objetos na sociedade de consumo. Os objetos, segundo seu ponto de vista, ganharam uma significação para além de sua funcionalidade original, sendo o valor simbólico da funcionalidade destituído em prol de uma convenção funcional. Para Baudrillard, quando a sociedade industrial (metalúrgica) passou a ser uma sociedade dos símbolos (semiúrgica), a competição fez com que, sob o signo de uma suposta liberdade, ocorresse a mudança de produção para consumo. Desta forma, na sociedade semiúrgica, o objeto perdeu seu valor de uso e o seu valor de troca para ressurgir como função, como valor de signo. O interesse não é mais destinado aos objetos em si, mas sim dos signos que o mesmo espelha. Baudrillard afirma que o sínico e a sintaxe se desvincilham do produto e se apegam à finalidade, tornando necessário compreender a mensagem transmitida pelo sistema de signos constituídos com o objetivo de compreender a realidade.

Desta forma, podemos nos indagar: como escolhemos os objetos? Que relação mantemos com eles? De acordo com o psicólogo americano Donald A. Norman (Sgarioni, 2005), professor da Universidade Northwestern, em Illinois, e autor do livro *Emotional Design – Why We Love (or Hate) Everyday Things*, “Quem comanda as nossas escolhas são as emoções. Elas estão em tudo pelo que optamos. Servem, inclusive, de guia para o nosso comportamento”.

Deyan Sudjic, em entrevista ao programa Milênio (Globo-news, 2010), afirma sobre nossas emoções em relação aos objetos: “Nós nos embriagamos com bens materiais. Temos necessidade de comprar mais coisas. Temos uma sensação prazerosa quando vamos a uma loja e vemos algo embrulhado em um pacote bonito e somos seduzidos parar comprar aquilo, mas acabamos guardando esses bens sem usá-los. (...) A espiral do consumo se tornou a função principal dos cidadãos, quase superando a produção. (...) É assim que funcionamos. Somos programados para procurar coi-

sas novas, o tempo todo”.

O sistema afetivo é quem julga se o objeto é bom ou ruim, seguro ou perigoso. O ser humano baseia suas decisões através da capacidade de sentir, ou seja, ao depararmo-nos com algo que julgamos atraente, temos uma sensação de prazer e bem-estar. Isto explica porque, em alguns casos, na hora de escolher por determinado objeto – no nosso caso estudado, óculos de sol – , não decidimos nossa compra baseados apenas em sua funcionalidade, mas também em outras preferências (marca, por exemplo).

O cérebro humano interpreta a visão de um objeto que consideramos bonito como uma coisa boa e funcional. Donald Norman (Sgarioni, 2005) explica que esse fato ocorre por escolhermos sempre aquilo que consideramos mais bonito, e não coisas que possuem uma finalidade pura e simples. “As coisas bonitas, por nos causarem uma boa sensação, também nos dão a impressão de funcionarem melhor”.

Não à toa surgiu a profissão de *designer* (Sgarioni, 2005), profissional responsável por elaborar objetos que incorporem o belo em nossa vida cotidiana. O design pode ser definido como um processo técnico e criativo relacionado à configuração, concepção, elaboração e especificação de um artefato, além de ser também a denominação para a profissão que projeta esses artefatos.

O design tem sido utilizado como uma ferramenta para chamar a atenção do consumidor. Grandes empresas consideram que na criatividade dos designers em criar objetos capazes de agradar, está a chave para convencer - ou não - a comprar algo. A designer Vera Damazio (Sgarioni, 2005) explica que os objetos criados pelos seres humanos são uma extensão do que nosso corpo não pode fazer, e que, por isso, são criados com a finalidade de vencer um meio hostil. Partindo dessa premissa, é correto concluir que o design não cria apenas coisas bonitas e sedutoras. Os objetos também devem ser úteis e funcionais, e possuir um significado.

Os objetos são projetados com a finalidade de agregar valor, que pode ser estético, funcional, técnico, cultural e emocional,

assim como o uso de elementos na interface homem-objeto, como cor, forma, textura, sons, sabores, cheiros e movimentos, fazendo com que, desta forma, o objeto alcance o valor simbólico pretendido através de sensações como a visão, audição, paladar e olfato.

Baseado nesse apelo emocional que os objetos causam nos consumidores, o marketing, ao fazer o lançamento de um novo produto, o direciona primeiro para os consumidores inovadores. Podemos citar como exemplo o lançamento do *Ipad*, que vendeu um milhão de unidades em apenas vinte e oito dias. Mas por que esses consumidores classificados como “inovadores” pelo marketing compram os objetos em seu lançamento, sabendo que alguns meses depois esse mesmo produto estará mais barato e terá novas versões com várias melhorias?

Isso se deve ao fato de que esses consumidores buscam exibir seus produtos novíssimos, reforçar sua imagem de vanguardistas e obter reconhecimento público ao repassar informações importantes sobre o produto recém-lançado para outros consumidores.

Em *A Sociedade de Consumo* (1968, p.146), Baudrillard afirma que o consumo dos objetos é gerido por um sistema de grandes corporações que criam novas formas de distinção social. Como exemplo, o autor cita as diferenças entre uma mesa “Luís XV” e uma campesina: “Um fosso separa as duas categorias de objetos como as duas classes sociais a que pertencem. Nenhum sistema cultural as integra”. Segundo ele, a distinção hierárquica absoluta é atenuada ao nível do objeto pelo uso: uma mesa tem a mesma função primária ao longo de toda a escala social (p.146).

Flusser afirma que a palavra “imaterial” é alvo de disparates há bastante tempo (2007, p.23), e que os mesmos não podem mais ser tolerados, e busca recuperar esse conceito distorcido. Segundo Flusser, as distorções surgiram quando os romanos tentaram traduzir para o latim a palavra *hylé*, transformando-a em *materia*. De acordo com o autor, *hylé* significa “madeira”, o que a relaciona com a palavra espanhola *madera*. A concepção original para

os gregos não era a madeira em seu sentido genérico, mas o modo pelo qual estes se referiam à madeira estocada nas oficinas dos carpinteiros. Tratava-se, para os romanos, de encontrar uma palavra que pudesse expressar oposição em relação ao conceito de “forma” (a *morphé* grega). Desta forma, Flusser conclui que *hylé* significa algo amorfo.

O objeto tema deste ensaio, o óculos de sol, é analisado a partir de matéria do *Jornal da Paraíba* (2010, p.A4), que aborda o comportamento de consumidores que compram óculos de sol como acessórios de beleza, sem preocupar-se com o fato de que este é um objeto que auxilia na prevenção de doenças dos olhos. Será abordado aqui como os óculos de sol aparecem em relação ao enunciado e qual a possibilidade de dar-lhe um novo nome no sentido de melhorar a sua relação com o imaginário da vida cotidiana.

“Ao contrário do que muita gente pensa, os *óculos de sol* não devem ser apenas acessórios de beleza. Antes de possuir essa função, tem que existir a consciência de que ele é um *acessório* que auxilia na prevenção de doenças dos olhos, que são freqüentemente expostos aos efeitos dos raios ultravioletas (UV) emitidos pelo sol”.

“De acordo com a proprietária de uma rede de óticas de Campina Grande, Giuliana Diniz, que também é especialista em ótica e oftometria, quando os olhos estão expostos à luz solar, a pupila se retrai para não ficar em contato direto com os raios. ‘Ao colocar os óculos, a claridade diminui e a pupila fica mais dilatada. Dessa forma, ela fica mais exposta aos raios UV. Por isso os *óculos de sol* obrigatoriamente devem possuir proteção UV’.

“No shopping Edson Diniz, no centro de Campina, vários comerciantes vendem *óculos de sol* e até mesmo de grau. Um dos vendedores, que preferiu não ser citado, disse que não sabia se os *produtos* que ele comercializa possuem ou não proteção UV. De acordo com a Sociedade Brasileira de Oftalmologia, no Brasil, onde predomina o clima tropical, o uso de óculos de sol é reco-

mendado para o ano todo, mas no verão eles se tornam indispensáveis”.

Como é possível constatar através da leitura dos textos acima destacados do *Jornal da Paraíba*, o jornalista utiliza-se de termos diferenciados para referir-se a um único objeto. São utilizados termos como “acessórios”, “acessórios de beleza” e “produtos”.

Utilizando o conceito de imaterialidade de Flusser no que tange ao nome dos objetos, poderíamos renomear os óculos de sol como “protetores oculares”.

Desta forma, reescrevemos as passagens do *Jornal da Paraíba* anteriormente citadas com o objeto tema deste estudo renomeado:

“Ao contrário do que muita gente pensa, os *protetores oculares* não devem ser apenas *acessórios* de beleza. Antes de possuir essa função, tem que existir a consciência de que ele é um *acessório* que auxilia na prevenção de doenças dos olhos, que são freqüentemente expostos aos efeitos dos raios ultravioletas (UV) emitidos pelo sol”.

“De acordo com a proprietária de uma rede de óticas de Campina Grande, Giuliana Diniz, que também é especialista em ótica e oftometria, quando os olhos estão expostos à luz solar, a pupila se retrai para não ficar em contato direto com os raios. ‘Ao colocar os protetores, a claridade diminui e a pupila fica mais dilatada. Dessa forma, ela fica mais exposta aos raios UV. Por isso os *protetores oculares* obrigatoriamente devem possuir proteção UV’.

“No shopping Edson Diniz, no centro de Campina, vários comerciantes vendem *protetores oculares* e até mesmo de grau. Um dos vendedores, que preferiu não ser citado, disse que não sabia se os *protetores* que ele comercializa possuem ou não proteção UV. De acordo com a Sociedade Brasileira de Oftalmologia, no Brasil, onde predomina o clima tropical, o uso de *protetores oculares* é recomendado para o ano todo, mas no verão eles se tornam indispensáveis”.

A preocupação em nomear a matéria de modo a torná-la vi-

sível vem desde Platão ou até mesmo antes dele, de acordo com Flusser (2007, p.31), que afirma que o que está em voga atualmente é a preocupação em “preencher a matéria com uma torrente de formas que brotam a partir de uma perspectiva teórica e de nossos equipamentos técnicos, com a finalidade de ‘materializar’ essas formas” (p.31).

Segundo o autor, a preocupação de outrora, relativa à “ordenação formal do mundo aparente da matéria” faz oposição aos dias atuais, onde “o que importa é tornar aparente um mundo altamente codificado em números, um mundo de formas que se multiplicam incontrolavelmente. (...) Hoje o objetivo é realizar as formas projetadas para criar mundos alternativos. Isso é o que se entende por ‘cultura imaterial’, mas deveria na verdade se chamar ‘cultura materializadora’.”

Isto posto, podemos concluir que os objetos, cada vez mais presentes em nosso cotidiano, calculadamente planejados para obter uma resposta emocional dos consumidores, estão longe de serem inocentes como na ótica de Berger (2010, p.09), e isso faz deles um objeto de estudo de particular interesse acadêmico.

Referências

- A HISTÓRIA DOS ÓCULOS.** Centro Brasileiro da Visão. <Disponível em: <http://www.cbv.med.br/jornal/saibamais.asp?cod=26>> Acesso em: 18 jul. 2010.
- BARTHES, Roland.** Semântica do Objeto. In: Barthes R. **A aventura semiológica.** São Paulo: Martins Fontes; 2001.
- BRAUDILLARD, Jean.** *Le système des objets*. France. Editora Gallimard. 1968.
- FLUSSER, Vilém.** **O Mundo Codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. Organizado por Rafael Cardoso. Tradução de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 224p.
- GLOBO NEWS.** Arquiteto Deyan Sudjic fala sobre a relação emocional dos consumidores com os objetos. <Disponível em: <http://globonews.globo.com/Jornalismo/GN/0,,MUL1606160-17665,00-ARQUITETO+DEYAN+SUDJIC+FALA+SOBRE+A+RELACAO+EMOCIONAL+DOS+CONSUMIDORES>

+COM+.html> Acesso em: 22 de jul. 2010.

MARKETING, POLÍTICA, ECONOMIA E COMPORTAMENTO. <Disponível em: <http://almirfb.blogspot.com/2010/05/os-consumidores-inovadores-ou-ditos.html>>. Acesso em: 19 jul.2010.

ÓCULOS DE SOL. Jornal Horizonte. <Disponível em: http://62.48.195.21/horizonte/index.php?option=com_content&task=view&id=574>. Acesso em 19 jul. 2010.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO. A **Imagen Simbólica**: virtualidade. <Disponível em: <http://wwwusers.rdc.puc-rio.br/imago/site/virtualidade/producao/marclins.htm>>. Acesso em: 19 de jun. 2010.

QUEIROZ, Shirley Gomes, et al. A linguagem do produto na relação emocional entre usuários e objetos.In: **8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. 2008, São Paulo. **Anais**. <Disponível em: <http://www.modavestuario.com/389alinguagemdoprodutonarelacaoemocionalentreusuarioseobjetos.pdf>>. Pag. 3610; Acesso em 20 jul. 2010.

SCATOLIM, Roberta Lucas. **A importância do rótulo na comunicação visual da embalagem**: uma análise sinestésica do produto. <Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/scatolim-roberta-importancia-rotulo-comunicacao.pdf>>. Acesso em 20 jul.2010

SIMPLÍCIO, Alberto. **Óculos de sol auxiliam na prevenção de doenças**. Jornal da Paraíba, Cidades, pág. A4. 10 de julho 2010.

SUDJIC,Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2010. 224p.

SGARIONI, Mariana. Design: a forma das coisas. In: **Superinteressante**. <Disponível em: <http://super.abril.com.br/cultura/design-forma-coisas-446116.shtml>>. Acesso em: 19 de jun. 2010.

VANUCCHI, Hélia. **Semiótica**. Disponível em: <http://www.geocities.ws/he-liavannucchi/tc/semitotica.doc>. Acesso em 18 jul.2010.

O valor de troca dos objetos impressos no cotidiano das narrativas jornalísticas

Ilana Almeida¹

*“A burguesia transmudou toda
a honra e dignidades pessoais em
valor de troca”*
(Karl Marx)

Considerações Iniciais

Parece estranho imaginar a vida sem os objetos. Outra curiosidade é pararmos para refletir sobre qual a significação dos objetos em nossas vidas? Tendo em vista que somos uma geração nascida no consumo, esse é um questionamento que fazemos muito pouco.

Mais comum é nos depararmos com a dúvida sobre o que comprar, já que as vitrines e comerciais estão cada dia mais atraentes e sedutores, expondo novos produtos e tentando despertar em nós o desejo por possuí-los.

O cotidiano do homem sofreu sensíveis modificações com a inserção dos objetos e os estímulos gerados pela demanda do consumismo. O homem passou da etapa de possuir os objetos necessários a sua sobrevivência para a da compra de produtos, os quais ele não consegue explorar todas as funções.

Mas os objetos não são apenas sinônimos do desequilíbrio draconiano do consumo. Eles podem ser reveladores das relações

¹ Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal da Paraíba. Bolsista Capes.

entre o homem e o mundo.

Os objetos são ricos em significados e o mercado se empenha em conferir-lhes muitos outros com o objetivo de ampliar as vendas. O homem, por sua vez, busca os objetos tanto por necessidade quanto por fetiche, luxo e prazer, a fim de encontrar novos significados para si mesmo.

No presente ensaio, buscaremos analisar como os objetos aparecem cotidianamente nas narrativas jornalísticas dos jornais Correio da Paraíba, O Norte e Jornal da Paraíba; qual a influência dos objetos no texto e, por fim, iremos propor uma nova nomeação para os mesmos, no intuito de ampliar o significado da narrativa.

Antes disso, vamos fazer algumas considerações sobre a importância dos objetos no cotidiano dos indivíduos e o consumo de objetos na construção dos valores pessoais da vida cotidiana.

A interferência dos objetos no cotidiano do homem

O cotidiano tem sido um campo bastante explorado pelas ciências sociais por se constituir como um terreno fértil de experiências e fenômenos capazes de influenciar vários outros segmentos da vida do indivíduo.

Buscar o entendimento de como transcorre e se modifica a vida de todo dia não significa banalizar o conhecimento e sim “compreender melhor nossa relação com as coisas, nossa mediação com os objetos e com o mundo” (ROCHE, 2000, p.11).

O mundo do sensível, das sensações. A vida experimentada pelas pessoas comuns e seus hábitos configuraram uma teia complexa² de possibilidades de entendimento que é o cotidiano.

Os objetos entraram na vida do homem há muito tempo. Desde que o ser humano, na história da evolução, passou a se apropriar

² Usamos aqui o conceito de complexidade sugerido por Edgar Morin, no qual o complexo não se refere a algo confuso, complicado, mas sim diz respeito a abordagem transdisciplinar dos fenômenos.

dos elementos naturais do mundo e a transformá-los de acordo com sua necessidade, ouve-se falar dos objetos.

Inicialmente para finalidades como caçar, pescar, cultivar a terra, os objetos serviam para a subsistência da espécie, época em que se destacavam as manufaturas e artesanatos. Os utensílios domésticos, armas de caça e estrutura para abrigo poderiam ser citados como exemplos dos objetos primários de significado e utilização simples, mas que abririam caminho para uma série de outros produtos que receberiam posteriormente diversas conotações.

Com a Revolução Industrial³, o trabalho humano no campo passou a ser substituído pelas máquinas e a mão de obra passou a ter um novo valor. Os produtos passaram a ser produzidos e comercializados em grandes escala, numa velocidade maior do que a renovação dos elementos do mundo natural explorado.

Daí surge o mal que ronda o capitalismo: promove a transformação do natural em bem de consumo, estimula a compra desses produtos ajudados pela publicidade, com auxílio da publicidade também anunciam novos produtos e desperta o desejo do consumidor, num movimento cíclico mais preocupado com a mais-valia⁴ e menos interessado nos limites da natureza.

A relação dos homens com os objetos tomou um novo sentido. As necessidades elementares passaram a fazer fronteira com as necessidades de luxo. Essa dinâmica determina os novos modelos de consumo, como explica Daniel Roche (ibid, p. 30): “o consumo do pessoal e útil; o do supérfluo, segunda ordem das

³ Período histórico iniciado na Inglaterra no século XVIII, marcado por mudanças tecnológicas com profundo impacto no processo produtivo em nível econômico e social

⁴ De acordo com Karl Marx, mais-valia é a diferença entre o valor produzido pelo trabalho e o salário pago ao trabalhador, ou seja, a base de lucro do sistema capitalista.

necessidades, o do agradável; o da inutilidade, terceira ordem das necessidades, mas também da justificativa simbólica e social máxima”.

Mas o consumo já era uma realidade antes da revolução industrial, como explica Roche⁵. Para o autor, o consumo familiar era “também uma maneira de se definir e de se comportar, segundo conjunto de normas de identidades e conhecimento (...)”.

Discutiremos a seguir os novos valores adquiridos pelos objetos e as estratégias utilizadas para despertar a necessidade por produtos e aumentar o consumo.

A necessidade de novos objetos estimulada pelos “encantos” do consumo

Os objetos foram ficando mais sofisticados, luxuosos, confortáveis e se tornaram uma ponte para os significados da vida. Mais do que a aparência do material⁶, o objeto tornou-se mediador entre momentos passados e desejos futuros.

Os objetos passaram a representar estilos de vida e a reproduzir mensagens sobre o consumidor. A posse de um bem imprime uma nova característica ao homem, explica Grant McCracken:

Neste caso, os bens ajudam o indivíduo a contemplar a posse de uma condição emocional, uma circunstância social ou mesmo todo um estilo de vida, de algum modo concretizando eles próprios essas coisas (...) Quando imaginados, esses objetos permitem ao indivíduo enumerar um conjunto muito maior de posses, atitudes, circunstâncias, e oportunidade. (MCCRACKEN, 2003, p. 142)

⁵ De acordo com Roche, a coletividade da família caracterizava a economia do cotidiano. As despesas familiares mesclavam de maneira complexa os fatores de socialização, o cultural e o antropológico e também o social e o econômico.

⁶ Termo usado por Vilém Flusser (2000) na obra *O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação*, para explicar que os objetos são a materialização das formas do mundo

O desejo pelo objeto provoca um sentimento de euforia que se encerra na hora em que o consumidor concretiza a compra, e o significado que aquele objeto possuía passa para um novo produto que ele ainda não possui.

Assim se apresenta o consumo, como uma fome insaciável. Um movimento que não tem fim e se estende ao limite de saciar os desejos.

Dessa maneira, o mercado mantém a chama do consumo ace-
sa no cotidiano das pessoas. A publicidade é apontada por Deyan
Sudjic (2010), como principal aperitivo capaz de despertar o
“apetite para o prazer”.

Sudjic lembra que as empresas usam uma estratégia chama-
da “maturidade do produto”, referente a quando um produto foi
bastante comercializado e os fabricantes insistem em convencer
os proprietários a substituírem por um mesmo aparelho de uma
nova categoria.

Para entendermos um pouco melhor, podemos pensar nos
automóveis, por exemplo. Quando as vendas no mercado auto-
motivo diminuem, rapidamente os fabricantes cuidam em lançar
novos modelos, ou relançar os mesmos modelos acrescentando
alguns opcionais e mais outras parafernálias que o consumidor,
na maioria das vezes, jamais pensou em utilizar.

Berger escreveu na obra *Modos de Ver* (1972) que a “publici-
dade é vida dessa cultura [a cultura do capitalismo] - na medida
em que, sem a publicidade o capitalismo não pode sobreviver – e
ao mesmo tempo a publicidade é o seu sonho”. Logo o valor dos
objetos é atribuído pelas equipes de marketing das empresas.

Objetos preciosos, artefatos de pele de animais em extinção,
estão na lista dos produtos tidos como objeto de desejo que repre-
sentam riqueza e luxo. Para Simmel (1903) a compra de determi-
nados objetos é a busca do homem em construir uma identidade,
uma referência para representar quem ele é:

O que acaba então por aliciar às excentricidades mais tendencio-

sas, às extravagâncias específicas da grande cidade, como o ser-original, o capricho, o preciosismo, cujo sentido já não reside nos conteúdos de tal comportamento, mas apenas na sua forma de ser diferente, de se destacar e, assim, de se tornar notado. (SIMMEL, 1903, p.16)

Seria, mais ou menos, o que Jean Baudrillard (2000) quis dizer quando explicou a relação pessoal que existe no consumo: o principal produto que o homem aspira adquirir é a personalidade.

Logo, Baudrillard (ibid, p.162) atentou para a dialética tênue das relações consumistas: “No ato de consumo personalizado fica claro que o indivíduo, na sua exigência mesma de ser sujeito, somente se produz como objeto da demanda econômica.”

A seguir, iremos propor algumas reflexões sobre o poder de significação dos objetos para depois analisarmos como os objetos aparecem cotidianamente nas narrativas jornalísticas dos jornais Correio da Paraíba, O Norte e Jornal da Paraíba.

Os objetos possuem poder de ressignificação

Até agora, pudemos observar os objetos relacionados ao consumismo capitalista, no qual os bens de consumo funcionam como pontes que ligam esperanças e ideais.

Podemos destacar, contudo, as características que transformam a significação dos objetos, tal qual sugeriu Grant McCracken (2003).

De acordo com McCracken (ibid, p. 146), alguns mecanismos e características físicas, econômicas e estruturais dos objetos, assim como a “contribuição destas características constitui a comunicação não-linguística” dos bens.

Primeiramente, podemos enfatizar que objetos são signos concretos, produtos materializados, que podem incitar, além de seus propósitos elementares, outras possibilidades de sentido “através do seu caráter substantivo” (McCracken, 2003).

McCracken diz que os objetos têm a virtude de conferir condições circunstanciais e abstratas, como por exemplo, uma casa no campo, de características “assentada, colorida e imóvel”, mas que pode sugerir “uma vida feliz” e tranquila ao lado da família.

Um segundo ponto a ser refletido sobre os bens é a capacidade de representar o todo através de uma parte. Na literatura, a figura de linguagem sinédoque desempenha a mesma função. McCracken cita o exemplo de uma aliança. É apenas um anel, mas que representa “o símbolo da bem-aventurança matrimonial aspirado pelo indivíduo”.

Num terceiro instante, o valor econômico do objeto transfere a ele “valor simbólico”. O objeto que está acima do poder aquisitivo individual, e esta condição de inacessibilidade, o torna mais atraente e desejável.

A última característica citada por McCracken é a “plenitude”. Para o autor, a sociedade moderna de consumo trabalha para manter os indivíduos em níveis sempre elevados de consumo. Tendo em vista que o mercado trabalha dentro da “auto-regulamentação para manter o equilíbrio entre o número de homens e recursos”, são disponibilizados um leque de artefatos com diferenças “de escassez e custos”.

Análises

Depois de observarmos as características que conferem aos objetos o poder de ressignificação, vamos observar como eles aparecem cotidianamente nas narrativas jornalísticas dos principais jornais paraibanos, qual a influência dos objetos no texto e, por fim, iremos propor uma nova nomeação para os mesmos, no intuito de ampliar o significado da narrativa.

O material empírico da análise foi extraído dos cadernos “Cidades” dos jornais Correio da Paraíba e Jornal da Paraíba, e do caderno “Dia a dia” do jornal O norte. O recorte se deu no período de 10 de junho a 10 de julho. Foi extraída uma matéria de cada jornal.

Correio da Paraíba

Na edição do dia 22 de junho de 2010, a matéria de capa do caderno *Cidades*, intitulada “19% da população de JP bebe demais”, faz referência à pesquisa desenvolvida pelo Ministério da Saúde, na qual a capital da Paraíba aparece na lista das cidades onde o consumo de álcool aumentou, mas o consumo de cigarro diminuiu.

Um dos objetos principais da narrativa, o cigarro, aparece na matéria, como um objeto presente diariamente no cotidiano dos indivíduos, mas de maneira negativa. O significado atribuído no texto é bem diferente dos atribuídos aos cigarros nas propagandas do produto, cujas idéias de liberdade, aventura e glamour dão relevo ao mesmo.

Pessoas que não fumam, mas que inalam a fumaça de cigarros tem 30% mais chances de desenvolver câncer de pulmão e 24% mais chances de sofrer infarto e doenças cardiovasculares.

Se substituíssemos o nome do objeto, e em troca dele puséssemos “purpurina”, as características deste novo objeto poderiam ser reincorporadas dentro do texto e a conotação da “fumaça de cigarro” receberia os novos atributos da “fumaça de purpurina”. Com a ressignificação, o cigarro perderia as características danosas, e receberia propriedades coloridas e brilhantes, as quais normalmente são associadas às purpurinas.

Jornal da Paraíba

Na edição de 01 de julho de 2010 do Jornal da Paraíba foi publicada a matéria, “Caramujos africanos reaparecem e assustam moradores da capital”, que relata a invasão de um molusco que se acumula em terrenos baldios e é capaz de provocar vários tipos de doenças, inclusive a meningite eosinofílica. O caramujo africano

apareceu no bairro de Mangabeira em João Pessoa.

A narrativa enfatiza o saco plástico, porém não no sentido a que se aplica ao cotidiano de transportar outros objetos. O saco é descrito como alimento para o molusco:

“A reprodução do caramujo africano é rápida, de uma só vez ele é capaz de produzir de 100 a 600 ovos. A espécie chegou ao Brasil de forma ilegal na década de 1980, pelas cidades de Curitiba e Rio de Janeiro. São capazes de consumir sacolas plásticas e papelão e são mais ativos no inverno, como agora.”

Ao invés do termo “sacola plástica”, se surgisse a expressão “são capazes de consumir fermento”, o “terror” proposto na matéria com a invasão dos caramujos seria maior. Isto porque o fermento é um pó químico responsável pelo crescimento de massas. Logo o objeto incorporado na narrativa transferiria os significados de um para o outro.

O Norte

Em matéria publicada na edição do dia 21 de junho de 2010, intitulada “Inscrições para o Enem começam hoje”, um objeto recebe destaque: o CPF. Ele aparece com ênfase na narrativa, pois é um documento indispensável aos candidatos que pretendem participar do concurso.

A partir de hoje poderão ser feitas as inscrições para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) exclusivamente pela internet, no site do Inep (WWW.inep.gov.br). Para efetivar a inscrição é necessário ter em mãos o CPF do candidato. (Jornal O Norte, 21 de junho).

Neste caso, o objeto em questão serve para auxiliar na identificação dos indivíduos. Ele é um objeto que deve acompanhar os brasileiros por toda a vida, já que é um documento obrigatório

dentro da legislação nacional.

Se substituirmos o CPF pela nomenclatura “radiografia do candidato”, o sentido do texto poderia ser alterado e a inscrição em questão poderia ser associada a um processo minucioso, já que os exames radiográficos são introduzidos no cotidiano do homem quando um especialista faz uma busca detalhada sobre a saúde do paciente.

Considerações Finais

No presente ensaio pudemos apreender os objetos sob diversos pontos de vista. Vimos que eles são núcleos de significados e produtores de diversas significações.

No interior das narrativas jornalísticas dos principais jornais da Paraíba, investigamos os objetos citados, procurando atribuir a eles novas significações a partir da troca de nomenclatura.

Com isso, pudemos destacar a importância dos objetos no cotidiano dos homens, seus usos e significações, que protagonizam o movimento econômico da sociedade. Vimos que os sentidos dos objetos são mutáveis e se transformam de acordo com o contexto em que estão inseridos.

Se nas narrativas os significados dos objetos podem causar considerável mudança, na vida de todos os dias eles podem causar bem mais. Basta considerarmos que o homem tem feito uso dos objetos no intuito de se apropriar de suas características e também de transmitir novos significados sobre si próprio.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *Le système des objets*. France. Editora Gallimard. 1968.
- CERTEAU, Michel de. et al. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1997.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: Novas abordagens do caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro. Editora MAUAD. 2003.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Trad. de Dulce Matos. 2.ed. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais**. Rio de Janeiro. Editora ROC-CO. 2000.

SIMMEL, Georg. **As grandes cidades e a vida do espírito**. Disponível em <www.lusosofia.net/textos/simmel_georges_grandes_cidades_e_vida_do_esp_rito.pdf>.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intríseca, 2010.

Objetos do cotidiano: a arte da não percepção diária

Luana Câmara¹

Introdução

Dotado de uma enorme percepção como ferramenta fundamental para a estruturação de seu relacionamento com a sociedade, o indivíduo, que deveria reavaliar suas crenças diante de uma auto-preservação, acaba se tornando um observador distante dos objetos do cotidiano, passando a vê-los apenas como um mero participante.

Mantendo uma relação de distanciamento, o usuário não consegue perceber a real função subjetiva destes. Se o homem assumiu essa postura de observação foi devido a uma longa transformação da sociedade e dos meios de produção, fazendo com que esse perdesse a curiosidade e o conhecimento do objeto como um todo, transformando-se em um mero executor de uma engrenagem alienante.

Sem o entendimento do fazer, as produções desses objetos começaram a determinar a divisão do trabalho. Dessa forma, alguns ficavam responsáveis pelo domínio da ideia enquanto outros, presos ao trabalho prático e alienante. Apoiado no pensamento de Karl Marx, o homem tornou-se um mero coadjuvante do caráter prático dos objetos: “Na manufatura e no artesanato, o trabalhador utiliza a ferramenta; na fábrica, ele é um servo da máquina”¹.

Os objetos estão tão presentes em nosso cotidiano que às ve-

¹ Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba.

zes não nos damos conta das mais simples escolhas. As roupas que vestimos, as músicas que ouvimos, os alimentos que degustamos, a forma como atendemos ao telefone, o designer de um livro: são os principais construtores da estética rotineira. E no cotidiano essa interação é percebida como algo natural e construtora das boas regras de convivência na comunidade. Não dá para imaginar, por exemplo, sairmos à rua sem a utilização de um vestuário apropriado.

Assim, os objetos são os principais responsáveis por carregar a história da humanidade, de uma sociedade, ou uma recordação familiar, podendo ser considerados como a essência da existência humana, já que consegue atravessar todos os caminhos trilhados; devendo sempre ganhar destaque e interesse, não só no universo acadêmico, mas na vida privada.

Objetos e representação social

Quando a famosa estilista francesa Gabrielle Bonheur Chanel fundou no início dos anos 20 a marca mundialmente conhecida como Chanel S.A, não tinha noção do que os objetos desenvolvidos representariam para a sociedade. Eles ganharam tanto destaque com o passar dos anos que acabaram vestindo grandes atrizes de Hollywood cujos *tailleurs* e perfumes tornaram-se referências de estilo que ditam moda até os dias atuais.

Os objetos criados por Gabrielle não são os únicos a ganhar sentido, pois representam diante de um sujeito uma certa independência, a qual se deve aos moldes de um ser. Estes não têm objetivo de pertencimento seja em condição de sujeito ou pessoa, estão propostos unicamente para a realização de seus atos.

Quando os objetos trazem uma aparente diversificação da forma, podem ser considerados com o que Barthes chamou de “Sistema de Oposição”, no qual os objetos passaram a ser a mediação das formas sociais, destacando a forma como um sentido conceitual.

Qualquer objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto, à apropriação da sociedade, dado que nenhuma lei, natural ou não, proíbe de falar das coisas. Uma árvore é uma árvore. Sem dúvida. Mas uma árvore dita por Minou Drouet não é já, de todo uma árvore: é uma árvore decorada, adaptada a um determinado consumo investida de complacências literárias, de imagens, numa palavra, de um uso social que se acrescenta à pura matéria.²

Desde o surgimento da humanidade, as pessoas usam uma espécie de objeto para cobrir certas partes do corpo, as roupas e os derivados, os acessórios, para indicar status com relação à riqueza e aos relacionamentos. As pessoas pertencentes às altas classes costumam utilizar-se de roupas elaboradas e complexas, bem como outros diversos apetrechos, inclusive as jóias. Para denotar compromisso, as pessoas casadas fazem uso de anéis de casamento, o que lhes confere simbolicamente a fidelidade. O uso de hijab pelas mulheres muçulmanas representa o respeito.

No Brasil, o surgimento e o desaparecimento de um objeto ganha definições nos espaços sociais, como o uso de determinada marca de roupa ou de um carro, na construção de uma sociedade de aparências. O exemplo de demarcação antropológica mais conhecido na formação de um discurso social eram os sofisticados objetos utilizados pelo ex-presidente Fernando Collor de Mello, que lhe conferiam uma imposição de status presidencial.

Para as teorias pós-modernas e na pretensão de formular um novo indivíduo, os objetos adquirem uma perspectiva de exclusividade e uma banalização que deprecia sua existência na humanaidade e a estrutura do valor de uso, distinguindo estilo e atualidade. Essa metafísica do novo e do belo fortaleceu diretamente o consumo, as dimensões do desejo e do individualismo.

As sociedades ocidentais estão mudando a partir de algo semelhante a um estado voltado para o outro, para um tipo voltado para

a interioridade - com ressalva de que, em meio à preocupação consigo mesmo, ninguém pode dizer o que há dentro. Como resultado, originou-se uma confusão entre vida pública e vida íntima: as pessoas tratam em termos de sentimentos pessoais os assuntos públicos, que somente poderiam ser adequadamente tratados por meio de códigos de significação pessoal.³

Hoje, os objetos adquiriram uma complexa estrutura voltada para o consumo através da cópia de modelos puros e da dimensão de desejo e de fetiche que influencia diretamente as modificações das relações sociais e do eu.

O objeto midiatisado

A própria comunicação de massa disseminada pelo inventor e gráfico alemão Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg apresentou em sua ampla divulgação e impressão objetos que tiveram um papel fundamental para circulação de ideias na Renascença, na Reforma e na Revolução Científica, diretamente responsável pela introdução da economia baseada em conhecimentos e da aprendizagem em massa.

Nessa época surgiram os primeiros objetos que tinham a capacidade de atingir uma grande parte da população remetendo a uma questão psicológica, já que realizava a difusão de um valor simbólico, maior do que na verdade este representaria, podendo fazer com que o leitor obtivesse um sentido de pertencimento.

Finalmente, a principal questão colocada por essa passagem da “vida cotidiana” à ideia da cultura material” é a do “porque e de que modo os homens podem viver como vivem e por que eles aceitam? Poderíamos encontrar um sentido para a totalidade que supõe o cotidiano, que leve em conta ao mesmo tempo as relações sociais- e a maneira como elas interagem na relação produção-consumo- e as condições intelectuais e sensíveis que as autorizaram? Em outras palavras, gostaríamos de conservar a contribuição

da história econômica e social de Braudel e Labrousse integrando o projeto de história cultural “sensível à maneira como às ideias e as práticas se articulam com o mundo social, sensível também às encruzilhadas que atravessam uma sociedade, à diversidade dos empregos de materiais ou de códigos compartilhados.⁴

Com a popularização dos impressos e das constantes mudanças obtidas na província do Brasil, em 1808, com a chegada da família real, as intensificações do comércio e da vida social proporcionaram uma nova roupagem aos objetos, através do surgimento do que atualmente denominamos de publicidade.

A história das atitudes em relação ao objeto e à mercadoria em nossa sociedade é aqui capital; ela postula que uma história do consumo é uma maneira de reconciliar o sujeito com o objeto, a interioridade com a exterioridade. O principal argumento da história da civilização material é a relação dos homens com as coisas e os objetos.⁵

Os produtos e os serviços começam a ser fortalecidos no país, com a publicação em jornais impressos como a *Gazeta do Rio de Janeiro* fazendo as pessoas adquiririram o objeto não pelas suas qualidades ou utilidades, mas pelo o que esse poderia significar na sociedade, conferindo, ao mesmo, caráter virtual e inatingível; iniciando o sistema cultural de produção que criou características e se estabeleceu na sociedade contemporânea.

A publicidade é a vida dessa cultura [a cultura do capitalismo] - na medida em que, sem a publicidade, o capitalismo não pode sobreviver - e ao mesmo tempo a publicidade é o seu sonho. O capitalismo sobrevive à custa de forçar a maioria, a quem explora, a definir seus próprios interesses tão estreitamente quanto possível. Já se chegou a isso pela privação prolongada. Hoje, nos países desenvolvidos, chega-se pela imposição de um falso padrão do que é desejado e do que não é.⁶

Afogados no jornalismo impresso paraibano

As pessoas nunca possuíram tantas coisas, mesmo que a serventia seja a menor parcela desse pertencimento. Nas casas a existência de objetos é cada vez maior, mesmo que não exista tempo para sua utilização. Temos armários às vezes com enormes pilhas de sapatos. A epidemia do “ter”, que assola as culturas ocidentais, pode ser comumente percebida nos veículos impressos das grandes cidades, principalmente no fotojornalismo, que através das fotografias apresenta de forma “objetiva” os fatos.

Mas essas são alegações tendenciosas de um homem urbano. Em vez de reprimir nosso desejo primitivo, parece que nossa cultura material tem interesse em se entregar a eles. Nossa relação com as posses nunca é direta. Os objetos estão longe de serem tão inocentes como surgeriu Berger, e é isso que os torna interessantes demais para serem ignorados.⁷

Tão interessantes quanto ignorados, os objetos são assim retratados nas páginas dos cadernos de Cidades dos impressos paraibanos, já que, por possuirem uma forma explosiva e expansiva, os objetos são retratados como convencionais para determinado fato.

Tudo agora indica a transição obrigatória do ato de comer, dormir e procriar para de fumar, beber, receber, discutir, olhar e ler. O aparador abrigava roupas de cama, louça ou comida. Os elementos funcionais de hoje armazenam livros, bibélos, um bar ou permamecem vazios.⁸

Os objetos pertencentes a essa massa midiática podem ocultar formas eternas, imutáveis, e sentimentos que só podem ser percebidos pelas perspectivas supra-sensíveis de alguns leitores, como acontece com a matéria veiculada no Jornal Correio da Paraíba em 24 de junho de 2010, no caderno de Cidades, pág. B1, inti-

tulada “Jovem morre de leptospirose em JP”, que destaca o laudo médico como o principal objeto de comprovação da morte do jovem apresentada dentro da matéria em fotografia: “No laudo médico do hospital consta que o menino morreu de leptospirose, hemorragia pulmonar e choque hipovolémico”.

Nessa mesma perspectiva, a matéria veiculada pelo Jornal da Paraíba em 30 de junho de 2010, no caderno de Cidades, pág B1, com o título “ MEC deve investir 1,2 mi em alfabetização”, não apresenta o nome dos objetos presentes na fotografia -o caderno e o lápis – como o exemplo anterior, só faz alução a esses quando utiliza as constantes expressões “alfabetização” e “ler e escrever”: “Em João Pessoa, 2.257 alunos aprendem a ler e escrever nos últimos cinco anos, através de parcerias com a Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP).”.

Optando pela perspectiva de convocação e de utilidade pública, o Jornal O Norte, do dia 14 de junho, traz no caderno Dia a Dia, na pág. 8, a matéria “Vacinação contra H1N1 é retomada”. Tanto sobre os aspectos de fotografia quanto textual, o objeto destacado na narração é a vacinação contra o vírus H1N1: “O Ministério da Saúde determinou que a Paraíba mantenha a vacinação contra o vírus H1N1”.

Uma nova nomenclatura para os objetos

Uma visão bastante simplista dos objetos é representada pela sua nomeação, o que para Saussure representaria algo criticável, já que palavras como “cadeira” pode abranger uma infinidade de objetos, e não especificar diretamente o objeto. Se cada objeto recebesse um nome de acordo com a cor, a forma, o tamanho e o material, poderíamos apresentá-los como delimitadores imperfeitos de conceitos.

Como o objetivo deste ensaio é conhecer o objeto através de suas representações nos meios impressos de comunicação, publicidade e consumo, chegamos a sua parte mais complexa, como

renomear objetos cristalizados por sua nomenclatura no cotidiano nos impressos paraibanos?

Desde os tempos das cavernas, os homens tentam nomear ou objetos que os cercam, mas renomeá-los na atualidade não é tarefa das mais fáceis. Os objetos apontados nos jornais impressos paraibanos por muitas vezes não são apontados diretamente, apenas sobre forma de indicações ou caracterizados por outras palavras.

O objeto apontado no Jornal Correio da Paraíba, o laudo médico, tem como significado o parecer de perito ou árbitro em um documento em que relata esse parecer. Para renomear esse objeto poderia ser utilizada a palavra brocado, que representa a sentença máxima de um especialista.

Para o objeto apontado no Jornal da Paraíba, o caderno, artigo escolar ou domiciliar, geralmente vendido em papelarias e livrarias, com utilização didática ou de lembrete, utilizado por crianças e jovens que frequentam algum estabelecimento de ensino, a nomenclatura que poderia ser utilizada para substituí-lo é canhengo, significando caderno de lembranças ou de anotações. Por fim, o objeto utilizado no Jornal O Norte, a vacina, significa que, ao serem introduzidos no corpo bactérias e vírus mortos ou atenuados para desenvolver resistência a uma determinada doença, essa será responsável por produzir anticorpos que combatem os efeitos das bactérias, vírus ou toxinas. Outro nome que poderia ser dado a essa ingestão de vírus e bactérias poderia ser a expressão “vias de administração farmacológica”, que descreve o caminho pelo qual uma droga é colocada em contato com o organismo.

Notas:

1. MARX, Karl. Sintetizando o comunismo; em O Capital, Parte 1 - Capítulo 1: A Mercadoria; Seção 4: O Fetichismo da Mercadoria e o Seu Segredo, página 23
2. BARTHES, Roland. Elementos de Semiologia, Lisboa: Edições 70, 1989, p. 182

3. SENNET, R. O declínio do homem público – as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1993, p.18.
4. ROCHE, Daniel. A História das Coisas Banais.Tradução de Ana Maria Scherer.São Paulo: Rocco, págs.16 e 17
5. ROCHE, Daniel. A História das Coisas Banais.Tradução de Ana Maria Scherer.São Paulo: Rocco, p. 17
6. SUDJIC , Deyan. A Linguagem das Coisas. São Paulo: Intrínseca, p.7
7. SUDJIC , Deyan. A Linguagem das Coisas. São Paulo: Intrínseca, p.9
8. SUDJIC , Deyan. A Linguagem das Coisas. São Paulo: Intrínseca, p.9

Os objetos inscritos no cotidiano do jornal impresso

Secyliana Amorim Braz¹

Introdução

O fenômeno da industrialização não exerceu apenas influências no modo econômico e no meio de produção de bens, através de suas modificações técnicas, mas também, intensificou as transformações ocorridas na sociedade referentes aos aspectos socio-culturais. Com o advento da transição feudocapitalista, alguns valores sociais foram integrados à vida cotidiana da época. Uma nova cultura vinculada aos efeitos provenientes da industrialização foi incorporada aos hábitos diários das pessoas.

Anexo à Revolução Industrial, associa-se o modo capitalista liberal, a forte economia de mercado e uma sociedade de consumo que propicia o surgimento de uma indústria de massa que cimenta sua ideologia através dos veículos midiáticos, proporcionando variabilidade e acesso de bens ao consumidor. Os bens que antes tinham valor social de necessidade, tornam-se após o processo de desenvolvimento industrial, bens de valor supérfluo, tendo em vista que o valor concebido com a nova estrutura de produção é agravado pela quantidade e facilidade de fornecimento no mercado que acarreta na estimulação de posse do objeto. A nova cultura industrializada banaliza a função do objeto na sociedade, esquecendo a capacidade de alienação e agente social que este pode estabelecer na vida cotidiana. Os objetos e a relação

¹ Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba.

que estes exercem não podem apenas ser considerados materiais. O objeto está associado ao processo de desenvolvimento cultural de uma sociedade e é essencial à compreensão dos fatos sociais, a partir da relação de dependência que o mesmo ocasiona, por meio do vínculo instituído com o cotidiano e fomentado por sua importância funcional.

Tencionamos por meio desta sucinta apreciação sobre o processo de desenvolvimento industrial e suas alterações, promover uma análise que enfoca a essencialidade dos objetos, sua atividade operacional e sua importância funcional como agente influenciador da vida cotidiana. O jornal impresso foi o meio utilizado como pesquisa a fim de destacar a existência de objetos nas narrativas jornalísticas que influenciam diretamente no conteúdo da matéria. A partir de uma percepção do cotidiano é possível estabelecer uma relação entre a importância do objeto para a linguagem jornalística e a relevância funcional do objeto contido no cotidiano inserido na narrativa. A representação nominal dos objetos e a ligação estabelecida com suas funções são pontos também analisados, já que o nome de um objeto é capaz de ampliar o significado da narrativa, de tal modo, que o cerne da análise está implantado em três reportagens extraídas de diferentes jornais de grande circulação no Estado e que fornecem propriedades que fundamentam as concepções defendidas por meio da pesquisa.

Abrangência nominal e funcional dos objetos

No estudo dos objetos é possível estabelecer perspectivas capazes de direcionar o entendimento sobre os modos conceituais de cada objeto, considerando a forma e a matéria ou o conteúdo e o continente. A matéria como conteúdo completa a forma preenchendo suas demarcações. Por isso, o objeto necessita da ideia conceitual para adquirir um formato. A esse propósito, Vilem Flusser (2007, p. 32) relaciona os dois aspectos, sendo a forma o ponto existencial que propicia o surgimento da matéria e o que

aparece à primeira vista como representação do material: “Pois a “imaterialidade”, ou, no sentido estrito, a forma, é precisamente aquilo que faz o material aparecer. A aparência do material é a forma”.

É pertinente conceituar a forma como algo que remete à ideia de realidade, de perpetuidade, de algo possível de imaginar e que transcende o tempo. Já a matéria é algo aparente e que possui sentido conteudístico. Os elementos sem forma definida convergem para moldes a fim de determinar formas à matéria. Quando idealizamos algum objeto e visualizamos a sua representação, estamos reconhecendo o aspecto referente à forma, sendo isto possível porque a forma é visível, legítima e concreta. Já o conteúdo faz alusão à essência do objeto.

Com base nesta sucinta reflexão sobre os conceitos de matéria (forma), tomo como apreciação e objeto de estudo: uma matéria veiculada pelo jornal Correio da Paraíba no dia 23 de junho de 2010, que tem como título “Governo entrega biblioteca da Funesc”. Através dessa reportagem, e a partir do seu contexto, extraímos o elemento principal da temática, elemento este que é objeto atuante e que se relaciona diretamente com o conteúdo em evidência. Na matéria é informado que uma biblioteca com um acervo de 93 mil livros foi entregue à cidade de João Pessoa, sendo o livro o objeto da reportagem. O livro pode ser considerado conceitualmente como um conjunto de folhas em volume impresso ou manuscrito, mas também é mais que isto: é um propagador de conhecimento que utiliza o conteúdo contido em seu interior para transmitir ideias. Qualquer livro possui elementos substanciais capazes de interagir direta ou indiretamente com o leitor, desempenhando função de modulador sociocultural apto à reflexão, ao conhecimento e reconhecimento das palavras. É plausível evidenciar ainda a importância cultural desse objeto, estando presente como fator essencial no desenvolvimento do processo de culturização de qualquer sociedade.

A matéria relata a entrega das obras de ampliação da bibliote-

ca Juarez da Gama Batista, pelo então Governador do Estado da Paraíba José Maranhão, no dia 22 de junho de 2010, na capital do estado. A biblioteca estava fechada e impossibilitada de realizar sua função de prestação de serviços públicos há sete anos, mas depois de sua reforma e reabertura a população terá acesso ao acervo de livros que conta com 93 mil exemplares - inclusive livros em braile - e outros suportes de leitura que estarão disponíveis à população, a fim de solucionar o problema da ausência de meios literários públicos na sociedade.

No trecho “com um acervo que reúne mais de 93 mil livros – inclusive em braile, a biblioteca Juarez da Gama Batista, totalmente recuperada, está preparada para voltar a funcionar depois de sete anos de portas fechadas” é possível obter, como objeto central, o livro, núcleo do cotidiano descrito na reportagem e que se faz interligar diretamente ao desenvolvimento da sociedade, trazendo a partir do compartilhamento de seus conteúdos, benefícios socioculturais. Destaco a função de prestação de serviço público através do objeto, onde a inserção de um tipo específico de livro – livros em braile – oferece a possibilidade de atender também às necessidades da população composta por deficientes visuais, promovendo a condição possível destes serem também usuários do objeto – livro - e acessarem os benefícios apresentados por este meio a partir da inclusão à cultura literária. Com a biblioteca restaurada e com todas as ferramentas literárias adaptadas, o acesso à leitura será implantado, incorporado ao modo de vida das pessoas promovendo a interação entre atividades do cotidiano e a leitura, facilitando o alcance dos cidadãos ao conhecimento cultural proporcionado pela consolidação de um acervo público de livros e instrumentos literários.

Por meio da pormenorização do contexto narrativo que envolve o livro escolhido para ilustração do assunto é viável estabelecer uma relação entre o objeto e a reportagem, comprovando a função desse objeto na linguagem jornalística. A reportagem coloca em foco a importância do meio literário no cotidiano das

pessoas. Informa aos leitores que a partir de obras políticas realizadas pelo governador do estado serão introduzidos na sociedade possibilidades de acesso cultural aos livros e outros suportes de leitura, colocando o livro na posição de fundamentador da matéria já que este é de vital importância para viabilizar a inclusão da sociedade no meio literário.

Através dos objetos presentes nas narrativas das reportagens veiculadas pelos jornais impressos, torna-se crível a relação de atividades comuns do cotidiano das pessoas com as funções realizadas pelos objetos descritos nas notícias. Alguns objetos passam despercebidos quanto a sua importância funcional, pelo fato de não estarem habitualmente relacionados às principais atividades diárias das pessoas e também na linguagem jornalística, já que os objetos são atenuados diante do maior interesse por parte do leitor em compreender o conteúdo discutido nas matérias, não observando muitas vezes a real importância funcional de determinado objeto presente no contexto descrito na matéria. Por isso, se faz necessária uma análise de cunho explicativo a fim de gerar inquietações reflexivas sobre a função do objeto nas narrativas jornalísticas.

Na matéria em estudo, o livro como objeto corrobora a manutenção do sentido da linguagem jornalística utilizada, bem como está inserido no contexto da narrativa como agente inerente à atividade de consolidação da leitura. A esse respeito, observa-se no trecho: “conforme o governador, o edital prevê ações em 10 municípios paraibanos – o ponto de leitura -, que tem como objetivo a promoção da democratização e acesso aos livros”. O livro promove através do seu conceito o sentido que move a notícia, sentido este que faz parte do desenrolar da questão tratada na notícia, onde, transmite a necessidade que a população do estado tem em adquirir os benefícios advindos a partir do uso público de livros.

O ato de questionar é um importante fator para análise. Questionamentos sobre a natureza nominal dos objetos não são comuns no nosso cotidiano. Antes de adquirirmos determinados

objetos não perguntamos o porquê daquele objeto em questão ter recebido tal nome ou se tal nome recebido por determinado objeto engloba seu conceito funcional. É importante estabelecer uma relação entre nome e objeto. Através da renomeação é possível integrar as ideias a respeito dos nomes de cada objeto em questão. O livro é formado por conjuntos de lâminas (folhas finas de papel) capazes de serem transportadas, deslocadas para qualquer lugar. E por essa facilidade é possível a qualquer pessoa em qualquer lugar acessar os conhecimentos conservados pelos livros.

Renomearemos o objeto estabelecendo conceitos inerentes à nova representação nominal e que convergem para a utilidade operacional, conservando a essência do objeto. **Semeador** é um nome que representa a capacidade que o livro tem de transmitir conhecimento e de propagar, difundir, alastrar, disseminar e lançar ideias não importando o tipo do seu conteúdo, porque o livro em essência possui grande importância sendo um elemento capaz de interagir com as pessoas no cotidiano. “Conforme o governador, o edital prevê ações em 10 municípios paraibanos – o ponto de leitura -, que tem como objetivo a promoção da democratização e acesso aos **semeadores**”.

A partir da renomeação, a concepção da importância que o livro exerce sobre a formação cultural dos cidadãos é maior na narrativa, já que esse nome amplia o conceito que vem embutido na informação de que a partir do acesso público aos livros – semeadores – qualquer pessoa de qualquer cidade do estado terá a oportunidade de ser induzida ao conhecimento através das ideias propagadas pelos livros, sendo incorporados no cotidiano das pessoas, influenciando assim o desenvolvimento social e cultural do estado.

O segundo objeto escolhido para análise, a cadeirinha de bebê para automóveis, foi extraído da reportagem “Acidente de trânsito foi a causa da morte de 73 crianças de 0 a 11 anos”, veiculada pelo jornal da Paraíba no dia 11 de julho de 2010. A cadeirinha de bebê adaptada para automóveis é de grande importância porque

é um acessório que além de facilitar o transporte das crianças dentro do carro garante segurança, prevenindo que as crianças se machuquem em casos de acidentes, mas, além da sua funcionalidade, o conforto e a comodidade também são fatores oferecidos por meio desta ferramenta.

O uso deste objeto, antes opcional, passa a ser obrigatório na vida cotidiana, estando assim, de acordo com a reformulação que altera o artigo 168 do Código Nacional de Trânsito. A cadeirinha é mais que um acessório: é uma opção habilitada e segura, que visa proteger contra possíveis situações que podem colocar em risco a integridade física das crianças nos casos de acidentes de trânsito.

A matéria informa que a causa do maior índice de óbito envolvendo crianças, é, nos casos de acidentes de trânsito, muitas vezes devido à falta de cuidado dos pais ao transportarem seus filhos em automóveis, não fazendo uso de artifícios de proteção, como as cadeirinhas, que garantem prevenção e segurança para as crianças. A importância do uso desse acessório é enfatizada através de sua funcionalidade e dos diversos tipos encontrados no mercado, que são fatores relevantes, já que a boa qualidade do produto neste caso é garantia de segurança. A matéria também relata a preocupação por parte dos órgãos públicos, responsáveis por este assunto, como o departamento de ações programáticas e estratégicas da SES e o Departamento de Trânsito da Paraíba (DETRAN) em divulgar a notória função desse objeto na prevenção de acidentes de trânsito envolvendo crianças, a partir de campanhas educativas que orientam o uso correto do acessório e que estimula a consciência do cidadão para utilizar esse artifício de segurança, mesmo antes da sua obrigatoriedade decretada por lei, que exige que crianças de até sete anos e meio de idade devem ser transportadas adequadamente com ajuda das cadeirinhas adaptadas ao banco de trás dos automóveis.

No trecho descrito na reportagem, “mas, além disto, no caso das crianças, o uso das cadeirinhas adequadas para cada idade

pode ser um artifício de proteção a mais para a vida dos pequenos nos casos de acidentes” é possível obter como objeto de estudo da narrativa, a cadeirinha. Na matéria, a sua importância e utilidade é evidenciada como cerne do contexto.

A informação descrita no texto tem o intuito de alertar o leitor com objetivo de destacar a necessidade do uso obrigatório do objeto, já que este se faz necessário no cotidiano das pessoas, sendo indispensável no transporte de crianças dentro dos automóveis, evitando assim que elas sejam possíveis vítimas do trânsito.

Não costumamos nos dar conta da importância que cada objeto exerce no nosso cotidiano. Através do uso diário destes é estabelecida uma relação de dependência, de vínculo. Sobre a fundamentação dessa ideia Daniel Roche (2000, p12.) ratifica: “Nossa Cultura banaliza o objeto e seu papel na sociedade; ela esquece seu lugar e sua função; ou então só quer ver neles a expressão e a causa da nossa alienação definitiva.”.

A funcionalidade de cada objeto direciona a necessidade de quem o utiliza, e com o advento da revolução tecnológica e científica, os meios de produção estão mais específicos e voltados a atender às necessidades vinculadas aos hábitos cotidianos.

Como núcleo do contexto descrito na reportagem, a cadeirinha habilitada para automóveis está intimamente ligada ao cotidiano das pessoas, já que, com seu uso obrigatório, possivelmente a mortalidade de crianças nos casos de acidentes de trânsito diminuirá. No trecho, “segundo a Secretaria Estadual de Saúde (SES) somente em 2009 foram 73 óbitos na faixa etária de zero a onze anos”, é evidente que a grande causa de mortes envolvendo um grande número de crianças está direcionada aos acidentes de trânsito, provocados por imprudência dos condutores dos carros e pela falta do uso adequado do acessório, que ajuda no transporte de crianças nos automóveis.

A cadeirinha, principalmente a partir da sua obrigatoriedade por lei, se tornará um objeto de uso comum entre as pessoas. Será visível o uso diário desse objeto. Cada carro que transportar

crianças acoplará no seu banco traseiro cadeirinhas de uso protetor contra acidentes. Como já existe a dependência de objetos que interferem no cotidiano das pessoas, a cadeirinha será mais um desses artefatos utilitários de imprescindível uso e dependência.

Cada objeto recebe um nome. Deve-se ter cautela em analisar se o nome determinado relaciona-se com o conceito de função que se adequa ao objeto. Analisando o nome recebido, a cadeirinha habilitada para o transporte de crianças, não percebemos uma relação entre o nome e o conceito que define sua funcionalidade. A cadeirinha adaptada aos automóveis possui a função de guardar e transportar cuidadosamente a criança: abrigar enquanto ela estiver dentro do carro, proteger e defender de qualquer dano causado pelos impactos provenientes de acidentes de trânsito. Defino **resguardador** como nome que amplia o contexto da narrativa e relacionando-se com o conceito e a funcionalidade do objeto. O nome **resguardador** especifica à função de proteção e segurança que a cadeirinha possibilita comportar adequadamente a criança durante o transporte em automóveis.

Através do trecho: “com o uso das cadeirinhas esperamos ter uma diminuição da mortalidade infantil no trânsito”, ressaltamos a importância e validação do objeto como agente acessório preventivo. Ao inserir uma nova nomeação no contexto da matéria, observa-se a expansão do conteúdo descrito referente ao nome do objeto, o conceito de cadeirinha é ampliado, a partir da palavra **resguardador**, por meio da relação nome – conceito – função. “Com uso dos **resguardadores** esperamos ter uma diminuição da mortalidade infantil no trânsito”. O novo nome confere proteção, segurança, defesa e abrigo, preservando assim a mesma essência funcional do objeto e sentido dentro da narrativa.

Finalizando a análise conceitual e funcional dos objetos, tomo como último artifício de estudo o ônibus, já que este está inserido também na vida cotidiana das pessoas. Conceitualmente o ônibus é um automóvel terrestre de grande porte, que desempenha sua função em rodovias. Utilizado como o principal modo

de transporte público coletivo das cidades brasileiras é de grande utilidade no cotidiano, já que desempenha a função de transportar vários passageiros ao mesmo tempo com horários e itinerários que facilitam a locomoção diária, melhorando assim a qualidade de vida das pessoas.

No cotidiano, o objeto (ônibus) está inserido de forma ampla, tendo em vista, sua funcionalidade que contribui atuando na organização estrutural das cidades. Através desse veículo é possível transportar pessoas, que dependem desse meio para realizarem suas atividades diárias. De acordo com a Prefeitura Municipal de João Pessoa atualmente a cidade dispõe de uma frota de 486 veículos cadastrados, 407 em circulação nas 81 linhas que estão distribuídas pelos diversos bairros e aproximadamente oito milhões de passageiros mensais dos transportes coletivos.

A reportagem de subtítulo “STTrans recebeu este ano 1.111 ligações de usuários que se queixam do serviço de ônibus e do trânsito caótico de João Pessoa”, veiculada pelo jornal O Norte em oito de julho de 2010, apresenta o ônibus – modelo veicular - como agente propulsor das reclamações feitas pela população à Superintendência de Transportes e Trânsito, que tem a incumbência de planejar, coordenar e executar as políticas de transporte e trânsito da cidade de João Pessoa, assegurando à população mobilidade, acessibilidade, segurança, fluidez e conforto nos sistemas de transporte e trânsito

No contexto da narrativa é mencionada a disponibilidade de um mecanismo de contato que auxilia os passageiros através de serviços oferecidos pela STTrans que notificam as dificuldades sofridas pelas pessoas no cotidiano devido às infrações cometidas pelos motoristas de ônibus. A não parada obrigatória nos pontos de ônibus é uma das principais reclamações junto ao órgão responsável e contribui negativamente, porque priva a população de ter acesso aos benefícios funcionais oferecidos pelo objeto.

Por meio da renomeação do objeto (ônibus) é possível fundar um conceito extenso sobre sua função. O contexto da narrativa

expande demonstrativamente melhor a relação do objeto com o cotidiano descrito na reportagem através do novo nome **popular-móvel**, uma vez que popular destina-se ao uso acessível de um grande número de pessoas, empregável a todos os cidadãos, e móvel remete à ideia de movimento, deslocamento, trasladação; imprime ideia de transferência de algum corpo de um lugar para outro. Por meio do subtítulo reescrito evidencia-se a amplitude conceitual no contexto da narrativa alcançada através da renomeação. “STTrans recebeu este ano 1.111 ligações de usuários que se queixam do serviço do **popularmóvel** e do trânsito caótico de João pessoa.” **Popularmóvel** é um veículo acessível ao povo, a qualquer cidadão, e possui a função de deslocar as pessoas, contribuindo dessa maneira, para uma melhor organização estrutural da cidade, facilitando a locomoção pública através de diversas linhas e pontos de parada.

Conclusão

A análise dos objetos inseridos nos conteúdos do jornal impresso contribui para estimular a reflexão que consiste no questionamento sobre os nomes dos objetos, a funcionalidade que cada um possui e como o sentido da narrativa jornalística pode ser expandido, considerando a renomeação como suporte facilitador da linguagem utilizada no jornal. A essência do objeto é fator considerado na nova nomeação, sendo transmutada apenas para outro nome, conservando assim, a substância funcional. Os conceitos de matéria e forma dos objetos e a ponte histórica estabelecida, que remete ao processo da Revolução Industrial e suas implicações, também são definidos, com intuito de introduzir a pesquisa sobre os objetos e relacioná-las com as análises do jornalismo impresso.

A relação do objeto com o cotidiano é outro fator relevante na análise, já que o objeto é o centro do contexto da narrativa jornalística e da vida cotidiana das pessoas. Com o uso ilustrativo dos

trechos dos jornais impressos é possível provar a importância do objeto como referencial, útil nas especulações sobre as relações do cotidiano com os bens, a dependência que estes acarretam na vida diária das pessoas e a capacidade nominal de ampliação de conteúdo destes nas matérias.

Os objetos são elementos que possuem formas e exercem funções que facilitam a execução de atividades. No cotidiano é possível verificar a existência de inúmeros bens que influenciam os hábitos diários das pessoas. Habitualmente não percebemos a utilidade de cada objeto, nem a subordinação que nós temos às atividades executadas com o subsídio funcional destes. Por isso, se faz necessária a conexão fixada entre o objeto, significado do seu nome, sua funcionalidade, a abrangência do seu nome no contexto narrativo e o alcance exercido por este na vida cotidiana.

Referências

- COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural.** 1. Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado.** Por uma filosofia do designe e da comunicação. São Paulo, 2007.
- MAYRA, M. **‘Queima’ de parada lidera reclamações.** Jornal O Norte, João Pessoa, 8 jul.2010. Caderno Dia a Dia, p.11.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo:** Novas abordagens do caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2003.
- MOTA, D. **Governador entrega biblioteca da Funesc.** Jornal Correio da Paraíba, João Pessoa, 23 jun.2010. Caderno Cidades, p. B5.
- PREFEITURA, Municipal de João P. Superintendência de Transportes e Trânsito – STTRANS. **Divisão de ônibus.** João Pessoa,2005. Disponível em: <<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/sttrans/dirtransportes/divonibus/>>. Acesso em: 21 jul.2010.
- ROCHE, Daniel. **História das coisas banais.** Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.
- XAVIER, N. **Acidente de trânsito foi à causa da morte de 73 crianças de 0 a 11 anos.** Jornal da Paraíba, João Pessoa, 11 de jul.2010. Caderno Cidades, p.3.

Coisas do cotidiano: a exposição dos objetos na narrativa jornalística impressa

Poliana Queiroz¹

Introdução

Existe uma superabundância de objetos que cercam a vida cotidiana. Eles estão por toda a parte. Para onde olhamos, no que tocamos, o que vestimos, em todos os momentos podemos perceber a presença deles. Por ser tudo que nos cerca, consideramos objeto tudo aquilo que é exterior ao espírito, o que podemos tocar e dar nomes.

Diante das cenas do cotidiano, que compõem a peça do jornal diário, os objetos são elementos comumente presentes nas narrativas jornalísticas. Mas, como estes objetos são apresentados nessas narrativas? Eles servem para ilustrar, representar ou se configuram como os destaques principais das páginas do jornal impresso? Como eles interferem nessas narrativas? Quais os nomes e sentidos denotativos que são dados a eles em relação ao enunciado? Como o referido objeto pode ampliar o significado da matéria a partir de sua renomeação? Esses são alguns dos questionamentos que servirão de norte para este ensaio. Para responder a estas questões, nos propomos adentrar num estudo de natureza interdisciplinar que envolve os estudos dos campos do cotidiano, do jornalismo e dos objetos.

Iremos discutir, nas linhas adiante, a relação entre cotidiano

¹ Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

e jornalismo, problematizando os sentidos conferidos aos objetos na editoria de cidades dos jornais *O Norte*, *Jornal da Paraíba* e *Correio da Paraíba*. Para tanto, analisaremos uma matéria da editoria de *Cidades e Dia a dia*, de cada jornal citado. O período em que os itens foram coletados foi de 10 de junho a 10 de julho de 2010, momento no qual discutíamos as bases teóricas desta pesquisa.

O que entendemos por cotidiano?

Para entendermos o cotidiano não devemos primeiramente tentar conceituá-lo ou fazer associações que esbarram no senso comum. É preciso enxergar muito além das designações genéricas, e tentar vislumbrá-lo em todas as suas formas de representações, não deixando de considerar aspectos como a subjetividade, a alteridade, a sociabilidade e os microssaberes.

A partir do momento em que reconhecemos as maneiras de agir e pensar do outro, estamos reconhecendo a complexidade da vida cotidiana que se configura como uma teia de significados na qual o indivíduo, por meio do seu imaginário social, atua como peça-chave do campo do cotidiano. É deste modo que passamos a entender o cotidiano como espaço de produção de fatos sociais.

Enveredar pelo cotidiano é ainda ampliar os horizontes de investigação da realidade de todos os dias a partir de um paradigma metodológico que não se reduz à noção de repetição, continuidade e banalidade. Como nos sugere Pais (1986, p. 15), não devemos perceber o cotidiano apenas como:

Espaço de realização das actividades repetitivas: é também um lugar de inovação. A vida cotidiana não é apenas feita de rebotalho. A própria recusa do quotidiano (a festa, as viagens, as férias...) é a sua organização e transformação. O quotidiano banal, trivial, repetitivo, faz parte de um outro quotidiano.

O autor nos lembra que a alteração do curso diário, as situações insólitas e desconcertantes são também pontos de interesse do cotidiano. Essas situações, da simples desordem da interação social, revelam a riqueza oculta de um outro cotidiano que, como afirma Pais (*ibid.*) citando Lefebvre, alcança o “extraordinário do ordinário”.

A sociologia da vida cotidiana, analisada à luz do pensamento de Maffesoli (1995), nos convida a conhecer mais que um conceito, pois enquadrá-lo em um conceito seria insuficiente para que tenhamos uma compreensão adequada de sua dimensão. O autor nos apresenta o cotidiano como estilo, realidade, método, enquanto forma abrangente e determinante no arranjo da vida social.

Ao se deter ao cotidiano como uma experiência não conceitual, Maffesoli utiliza o termo “estilo” para se referir ao modo particular da vida cotidiana, que privilegia o presente.

O cotidiano não é um conceito que se pode, mais ou menos utilizar na área intelectual. É um estilo no sentido de [...] algo mais abrangente, de ambiente, que é a causa e o efeito, em determinado momento, das relações sociais em seu conjunto [...] De tudo o que foi dito, deve-se lembrar que o estilo pode ser considerado, *stricto sensu*, uma “encarnação” ou ainda a projeção concreta de todas as atitudes emocionais, maneiras de pensar e agir, em suma, de todas as relações com o outro, pelas quais se define uma cultura”. (MAFFESOLI, *ibid.*, p.64).

Na visão do autor, o estilo cotidiano é atravessado pelo aleatório, com ênfase nos jogos da aparência, e nos aspectos imateriais da existência, que de uma forma paradoxal, são identificados pela operação das imagens ou pelo consumo desregrado dos objetos. É neste sentido que ele afirma: “a vida cotidiana é um bom revelador do estilo da época, pois destaca muito bem como a existência é determinada pelo sentido coletivo” (MAFFESOLI, *ibid.*, p. 65) podendo este dar forma e sentido ao conjunto da sociedade.

O cotidiano, por esta significação, se constitui a partir de três

elementos como define Pereira (ibid.): o mundo da vida, a vida cotidiana e a cotidianidade. *O mundo da vida*, numa leitura da fenomenologia de Alfred Schutz, é entendido como o mundo inter-subjetivo anterior ao nosso nascimento, sem deixar de considerar as heranças socioculturais constituídas no imaginário por meio da estocagem.

O conceito de *vida cotidiana* é lembrado por Pereira (2007), num primeiro momento, como as condições de vida dos trabalhadores, as condições objetivas da produção capitalista. Schutz (*apud* CORREIA, 2005) acredita que a vida cotidiana é o campo onde se localizam as mediações entre os indivíduos. E a *cotidianidade* está relacionada à qualidade, à adjetivação dos procedimentos da vida cotidiana.

O cotidiano e as narrativas jornalísticas

No mundo da vida cotidiana, compreendido como o mundo dos significados intersubjetivamente partilhados, a comunicação exerce um papel fundamental na organização social, por meio da interação entre os sujeitos e pela troca de significados, no qual a linguagem atua como sistema de tipificação da experiência.

O processo comunicativo é essencial para a existência de qualquer relação social. Nele, os fenômenos subjacentes nas diversas situações cotidianas são abordados como objetos das narrativas jornalísticas. Nestes aspectos, os fatos sociais, de acordo com Pereira (2009), são retratados a partir de um modelo operacional e argumentativo da linguagem.

Pereira (2007) sugere que, na verificação dos fenômenos produzidos no cotidiano, os elaboradores das narrativas devem ultrapassar as imposições sociais da vida diária e procurar perceber a perspectiva de Georg Simmel: “a profunda aparência da vida cotidiana”. Ele destaca ainda que, para compreender a comunicação na vida cotidiana, deve-se pensar que “todos os eventos banais, exteriores são, finalmente, ligados por fios condutores às opções finais, referentes ao sentido e ao

estilo de vida". (SIMMEL *apud* PEREIRA, 2007, p. 69).

O autor contribui para os estudos das pesquisas que envolvem o cotidiano e o jornalismo ao estabelecer uma metodologia para a inscrição da vida cotidiana na linguagem jornalística. Para isto, destaca cinco procedimentos que as narrativas devem conter para que não caiam nas armadilhas semânticas e ideológicas dos discursos objetivos.

1) as construções de enunciados jornalísticos sobre o cotidiano não devem ser regidas apenas por descrições do mundo referencial, ou seja: se faz necessário demonstrar como o sensível determina a forma como são traduzidas em informação as ações dos sujeitos; 2) a vida cotidiana está para a mímese, assim como a vida jornalística está para a imitação. A primeira se renova a cada movimento dos atores sociais; a segunda é a extensão de tipos sociologicamente idealizados; 3) a vida cotidiana não pode ser retratada, no jornalismo impresso, considerando-se apenas as técnicas estruturantes de apreensão do real: é preciso evidenciar o caráter ilógico da vida mundana através de recursos como a utilização da metáfora; 4) na construção da pauta, o jornalista deve empreender esforços para estabelecer uma “cartografia dos sentidos”, estabelecendo vínculos entre as culturas subjetivas e objetivas; 5) é preciso demonstrar, através dos gêneros jornalísticos, que os fragmentos da vida cotidiana, os intervalos intersticiais, são campos simbólicos produzidos por atores sociais (PEREIRA, 2009, p. 6-7).

As narrativas jornalísticas, ao se utilizarem do cotidiano como fonte permanente de informação, modificam e reconstruem a realidade. O conhecimento disseminado por meio de matérias jornalísticas é um produto da interação social entre aspectos intersubjetivos e a organização institucional do campo do jornalismo.

Por ser uma organização discursiva, o campo jornalístico se constitui como uma atividade que atua na construção dos discursos e práticas provenientes dos múltiplos campos sociais. Como

produtora de sentidos, compreendemos a notícia a partir do relato de fatos do mundo real, mas não da sua totalidade: somente parte do todo é narrado. Esta parte é escolhida, selecionada.

A informação, portanto, é o resultado final de um complexo processo de produção das notícias, que envolve várias disposições, desde a rotina e cultura profissional composta por símbolos, estereótipos, até restrições ligadas à organização do trabalho, como a utilização das fontes, a seleção dos fatos e a construção da audiência.

Ao absorver do cotidiano o conteúdo que nutre os jornais diários, o jornalismo atua como um tear do presente e as narrativas como fios condutores que passam a revelar os acontecimentos do mundo em relatos. Ao selecionar os fatos que se tornarão notícia, o jornalismo exerce um papel fundamental na sociedade, determinando o que o público ficará sabendo ou não.

Essa seleção de fatos é um processo hierarquicamente ordenado. Tal hierarquização se deve ao fato de ser delegado à mídia o poder de decidir o que será ou não noticiado, e atribuir maior ou menor importância, maior ou menor evidência a determinado acontecimento. Dentro desse processo de seleção, há relativamente poucos assuntos de fato visados pela lupa dos grupos controladores de um veículo de comunicação, por tocarem em seus interesses políticos, econômicos ou morais.

Deste modo, o discurso midiático, que desemboca no cotidiano, vai servir de parâmetro para o indivíduo no processo de construção social da realidade, uma vez que a sua interação com o outro, na vida cotidiana, é permanentemente afetada pelo acesso e participação nos acervos sociais de conhecimento disponíveis, sendo a mídia um destes acervos.

Constituinte e constituída pelo imaginário e pelos símbolos, a mídia atua numa relação cílica, na tentativa de restringir as possibilidades de transgressão, de reduzir a capacidade de criação simbólica do homem que recebe uma superabundância de símbolos, diariamente, sem precisar pensar ou mesmo sair de casa.

Ao se deparar com os recortes da vida cotidiana apresentados pelo discurso jornalístico, o homem passa a ter contato com uma parcela fragmentada desses acontecimentos, fato que o distancia da amplitude do cotidiano em que se encontra inserido.

As notícias, ao construírem e retratarem os acontecimentos, também atuam na modelagem da vida cotidiana. Por isso entendemos que o jornalismo e o cotidiano estão imbricados. Ora o cotidiano pauta as narrativas jornalísticas, ora são estas que paupetam o cotidiano, pois definem o que os indivíduos terão acesso e a forma que irão conhecer os temas e/ou assuntos selecionados.

Objetos: formas e usos na sociedade de consumo

A afirmação de Deyan Sudjic (2010, p. 5) descreve com propriedade o cenário das sociedades contemporâneas: “Nunca possuímos tantas coisas como hoje, mesmo que as utilizemos cada vez menos”.

Estamos inseridos numa sociedade do consumo cujos valores qualitativos dos objetos são apagados e substituídos pelos modos de uso. O consumo, material e simbólico, é a marca registrada da contemporaneidade; tem na imagem a forma preferencial dessa transformação e a mídia como aliada indispensável.

No livro intitulado *História das coisas banais*, Daniel Roche (2000, p.20) nos convida a compreender as transformações da sociedade “que passa pouco a pouco de uma economia da salvação da penúria, da moral, a uma economia que visa à felicidade terrestre, à abundância relativa, à utilidade”.

Segundo o autor, essas transformações começaram antes do triunfo da Revolução Industrial, entre o século XVII e o início do século XIX. Não que nessa época se conseguisse visualizar as mudanças “da esfera tradicional de troca e do dom à da invenção do mercado e das mercadorias” e sim porque é nesse contexto que “um mundo onde os objetos eram raros, vemos germinar uma primeira multiplicação do consumo e o início de uma circulação

que não age apenas sobre a separação das pessoas e dos objetos, do simbólico e do econômico” (ROCHE, *ibid.*, p. 12).

No século XX, verifica-se o dilema do progresso, o confronto do mundo ocidental com as civilizações tradicionais, e o desenvolvimento passa a se configurar como a sorte e o fardo do homem. O autor acredita que:

Refletir sobre a historicidade do que faz a trama da nossa vida comum não implica um materialismo vulgar, [...] trata-se de realmente rematerializar os princípios de nosso conhecimento e desse modo compreender melhor a relação com as coisas, nossa mediação com os objetos e com o mundo. (ROCHE, *ibid.*, p. 11)

Os objetos se relacionam com os indivíduos ora orientando-os para o passado, por meio das representações de uma época, ora orientando-os para o futuro pelo anseio e desejo que geram. Para Roche (*ibid.*, p.18-19), “o objeto é um *gadget*, um fetiche, uma relíquia do passado, a expressão de uma ideologia burguesa, a marca do efêmero e do inútil”.

Tais objetos, mediadores privilegiados entre o sujeito e a realidade concreta e objetiva, bases da sociabilidade, parecem perder os indicadores dos processos que os originaram. Na condição de “coisa”, os objetos que possuímos regem a subjetividade e constroem as identidades.

Na arte de conceber ao cotidiano a consolidação do estilo de uma época, os objetos são responsáveis por demarcar os espaços e definirem a cultura dos indivíduos. Ao observarmos as práticas e gestos individuais e coletivos, os hábitos, as aquisições e gostos da sociedade, podemos ver que os objetos algumas vezes são utilizados pelo seu valor cultural, valor de uso, de posse ou simplesmente pelo seu poder de status.

A idéia de *status* emerge na época inicial do capitalismo junto à de utilização. Na França, por exemplo, as marcas de uma sociedade estamental eram percebidas pelo consumo: os que possuíam

determinados bens eram da elite, uma minoria que desfrutava de luxos como roupas novas, sapatos sob encomenda, entre outros (ROCHE, *ibid.*, p. 26-36).

Jean Baudrillard, em *O Sistema dos Objetos*, sugere que o consumo é o deslocamento das relações interpessoais para a representação delas próprias por meio dos objetos. Desta forma, o que o indivíduo consome não é a materialidade do produto (razão pela qual o aspecto funcional dos produtos de grandes marcas é menos importante que seu valor de representação), mas os significados que, por intermédio do produto, geram uma trama social em torno de valores compartilhados pela sociedade.

É certo que os objetos são portadores de significações sociais indexadas e que eles estão por toda parte. Estamos cercados por objetos. Precisamos deles para desenvolver atividades vitais no dia-a-dia, e os utilizamos como extensão social do nosso corpo e das nossas necessidades.

Devemos compreender que os objetos, hoje em dia, são mais que objetos, e os sujeitos precisam desses objetos para se relacionar com o mundo. Nada se esgota e nada se anula. Assim, a partir desta perspectiva, nos propomos a desvendar como os objetos são enquadrados – qual sua posição e importância – e como eles interferem nas narrativas jornalísticas dos jornais impressos de João Pessoa.

Os objetos nos jornais impressos de João Pessoa

Após percorrermos os caminhos interdisciplinares dos campos do cotidiano, do jornalismo e dos objetos, nos dedicaremos, a partir de agora, à análise do material empírico. Com base nas orientações conceituais, iremos examinar uma matéria de cada editoria Cidades dos jornais impressos de João Pessoa.

A editoria Cidades foi escolhida por conter assuntos que circundam o panorama do centro urbano onde o jornal é elaborado. Esta editoria traz uma interpretação da paisagem cotidiana, o

modo como os indivíduos se conduzem, e se relacionam na vida pública. De forma geral, os relatos dos acontecimentos de Cidades interessam à comunidade, que consegue se identificar e ver uma aproximação com o seu cotidiano.

O caderno possui uma completa sintonia com os acontecimentos cotidianos que definem a época. Durante o período sob análise, muitos fatos circularam por entre as páginas do jornal. Mas, para esta análise, escolhemos três narrativas que representam o período do recorte. Elegemos deste modo matérias que tratam dos 20 anos do Estatuto da Criança e do Adolescente, da Copa do Mundo e das enchentes que devastaram cidades do Nordeste para compor nossa pesquisa.

Pretendemos, com a análise, diagnosticar como os objetos interferem na narrativa jornalística e como eles são nomeados ao longo do texto. Logo após esse exame, tentaremos ampliar o sentido desses objetos por meio de renomeações.

Para essa renomeação, partimos do pressuposto de que usamos determinados nomes para fazer referência a determinados objetos, por convenção. No entanto, poderiam estes objetos serem reconhecidos por outros nomes? Ao apresentar os objetos retratados nos textos jornalísticos, provocaremos uma discussão mais acentuada no sentido de dar novos nomes possíveis a esses objetos. Optaremos por tentar manter o sentido semântico e escolher nomes que façam alusão aos objetos em questão.

Na edição de 06 de julho de 2010, o caderno *Dia a dia* do jornal o Norte traz a matéria “A difícil vida de quem não ‘existe’”, parte de uma série de reportagens sobre os 20 anos do ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente. O texto faz uma abordagem sobre o direito de ter a certidão de nascimento, as dificuldades enfrentadas por quem não a possui e as vantagens de se tornar cidadão com poucos dias de nascido. A matéria faz um levantamento na Paraíba e constata que “pelo menos 15% dos paraibanos não têm registro civil, por isso, são ignorados pelas instituições”.

Ao representar a forma de existir no mundo, a certidão de nas-

cimento é o primeiro contato do indivíduo com a sociedade. Mas, em muitos casos, esse direito vem tarde, como é o caso dos filhos de Lindaci, personagem usada para ilustrar o fato. “O adolescente Diego, hoje com 15 anos, só ganhou o documento ao completar uma década de vida. A irmã, Andreza, 11, aos 5. Luiz Henrique, 10, se tornou cidadão aos 3 anos de idade”. A explicação dada pela mãe é que ela também não possuía a certidão.

Hoje, os nove filhos de Lindaci já possuem “certificado de existência” e ostentam com alegria o objeto que faz deles cidadãos. Podemos visualizar este semelhante na parte superior da página com a fotografia das crianças com suas certidões nas mãos.

Para estas crianças, a certidão de nascimento, que ao longo do texto recebe denominações como certidão, registro, documento, declaração, é um dos objetos mais preciosos que elas possuem, pois é por meio dele que eles vão garantir o direito de ir à escola, ser atendido no posto de saúde e, futuramente, dar entrada no Registro Geral - RG e Cadastro de Pessoa Física - CPF.

Diferente dos filhos de Lindaci, Ariel, com um mês de nascido, já saiu da maternidade com a certidão. A mãe do menino o segura nos braços e mostra com orgulho a certidão que proporcionou a seu filho ser cidadão antes mesmo de falar. A matéria vai além dos relatos dos personagens. Ela traz também um *box* com a relação das maternidades que fornecem a certidão e outro com o nome dos municípios com maior déficit desse documento.

Na tentativa de dar um novo nome a este objeto de tanto valor para todos os cidadãos, ampliamos nossos horizontes de observação e elegemos a palavra “existidade” como um novo nome que caracteriza e dá significado ao objeto.

Na matéria “Destroços das cheias de PE chegam à PB”, publicada no caderno *Cidades* do jornal Correio da Paraíba no dia 25 de junho de 2010, encontramos logo no início da página uma fotografia com a imagem de todos os objetos encontrados na praia Ponta de Campina, litoral norte paraibano. Os objetos supostamente pertenciam às vítimas das enchentes ocorridas nas cidades

de Pernambuco em junho deste ano. Os destroços, como intitula a jornalista, são “cadeiras, computadores, árvores, produtos de beleza, móveis, alimentos, roupas, medicamentos, seringas, calçados e o cadáver de um porco”. Mais adiante, temos o relato do banhista Erihani Carvalho que diz ter encontrado também “documentos e álbuns de fotografias com referências de Pernambuco e Alagoas”.

Além dos objetos já citados, foram encontrados no local “uma embalagem de explosivos fabricados na cidade de Barreiros e pacotes de café com as identificações pernambucanas”, o que aponta indícios de que esses objetos são provenientes das enchentes que atingiram 82 cidades de Pernambuco e Alagoas.

A matéria segue com o relato do pescador Severino Francisco que diz ter observado muito lixo na água e destaca que ao chegar à areia, “tava essa quantidade de coisa. Achei inclusive muitas bebidas e vinagres lacrados e empacotados”.

Esses objetos trazidos pelas águas podem representar bem a tragédia ocorrida nas cidades nordestinas. Perder os bens materiais que foram conquistados ao longo de uma vida, em apenas um dia, significa para estas famílias perder muito mais que objetos, significa perder a identidade e o que os caracteriza na sociedade.

Seria difícil dar novos nomes a todos esses objetos, por isso preferimos renomear o conjunto dos “destroços”. Assim acreditamos ser “barvinhos” um nome que pode demarcar essa situação. Para a construção desta palavra, optamos por juntar os nomes: Barreiros, vida e retalhos.

Na edição do dia 10 de junho de 2010, do caderno *Cidades* do Jornal da Paraíba, a matéria “Torcedores apostam na superstição para dar sorte à seleção brasileira” trata da superstição dos torcedores brasileiros na hora de assistir aos jogos de futebol da seleção. “Usar camisa Canarinho ou não assistir, vale tudo para vencer a Copa”.

Como afirma a repórter “Copa do Mundo é tempo de alegria, de patriotismo e também de superstição”. Para ilustrar o fato, ela

mostra personagens que têm algumas crenças ao assistir às partidas da Copa. Aimê Abílio, estudante entrevistada, afirma que não usa roupas com as cores do time adversário no momento da partida. Ela só usa as cores do Brasil, fato que está bem retratado na fotografia que acompanha a matéria.

Assim como Aimê, o comerciante Suênio Gomes relata que sempre assiste “aos jogos do Brasil acompanhado da camisa canarinho”, mas, ao invés de vesti-la, ele prefere segurá-la no colo. O estudante Diego Farias “também tem uma superstição que, segundo ele, tem mais funcionado do que falhado. Ele pretende assistir a todos os jogos da seleção vestindo a mesma camisa que comprou para a Copa do Mundo deste ano”.

Percebemos que, apesar de existirem outras crenças utilizadas pelos torcedores para vibrar pela seleção, o uso da camisa nas cores que representam nosso país é preferencial entre eles.

A camisa é citada por todos os entrevistados. Ela se destaca como o objeto de consumo mais desejado na época dos jogos da seleção. Ao tentar dar um novo nome a esse objeto escolhemos a palavra “manverela” como representativa do símbolo patriota. Esta palavra foi formada com a junção de manta, verde e amarela.

Podemos perceber que os objetos retratados nesta análise não aparecem de forma vaga ou simplesmente para acrescentar informações às narrativas. Pelo contrário, eles são a própria matéria, os atores principais da peça.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa, Portugal: Livros Horizontes, 2005.
- MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios Ed, 1995.
- MEIRELES, Lucilene. A difícil vida de quem não ‘existe’. In: **O Norte**, João

Pessoa, 06 jul. 2010.

PAIS, José Machado. **Paradigmas sociológicos na análise da vida cotidiana.** 1986.

Disponível em <<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223483009Y6mRF5kx1Ge77VO8.pdf>> Acessado em 17 jul. 2010.

PEREIRA, Wellington. A comunicação e a cultura no cotidiano. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 32, p.66-70, abr., 2007.

_____. A inscrição do cotidiano no jornalismo impresso (o artesanato da pesquisa). **Culturas Midiáticas**. João Pessoa, ano II, n. 1, jul/dez, 2009.

RICARTE, Rebbeca. Destroços das cheias de PE chegam à PB. In: **Correio da Paraíba**, João Pessoa, 25 jun. 2010.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SINÉSIO, Valéria. Torcedores apostam na surpresa para dar sorte à seleção brasileira. In: **Jornal da Paraíba**, João Pessoa, 10 jun. 2010.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intríseca, 2010.

A dinâmica das coisas na rede autorizada das palavras: percepções de objetos-signo nos jornais paraibanos

Daniel Abath¹

*O que há em um nome? Aquilo que chamamos
de rosa, sob qualquer outro nome exalaria
o mesmo perfume.*
(William Shakespeare)

Introdução

Acordamos. Mal rompe a manhã, ainda autômatos do sono, tomamos de repente a escova e uma embalagem de creme dental. Banhamo-nos com sabonetes líquidos, enxugamo-nos com toalhas 100% algodão e aderimos às roupas do dia. Sentamos à mesa, puxamos nossa cadeira preferida, sorvemos o primeiro café em xícaras de porcelana e ligamos a televisão pensando determos o controle, cada vez mais remoto, de todas as nossas coisas. Fato é que, do momento em que acordamos até as últimas horas do dia, nossa relação com o mundo é eminentemente uma relação mediada por objetos.

Mas como se dá essa mediação? Será que os objetos são meros artefatos relegados à composição decorativa de nossas salas projetadas? O avarento tem nos objetos uma espécie de refúgio nostálgico, tradicional e, consequentemente, como que uma afir-

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, pela Universidade Federal da Paraíba. Bolsista Reuni.

mação do material em detrimento ao metafísico. Já o poeta ostenta uma folha em branco e vislumbra horizontes de inspiração que não se deixam conter em uma simples brochura. A perspectiva do cotidiano se assemelha à do poeta, na qual os objetos figuram como metáforas dos movimentos espontâneos do mundo; assinalações das relações humanas e da construção social da realidade.

A linguagem é uma das matérias-primas que configuram essa cinese dos objetos, permitindo às coisas e às palavras se misturarem em jogos de significação, produzindo relações de similitude aparentemente esgotáveis nas próprias coisas nomeadas. O discurso do jornal impresso, por exemplo, aparece-nos como revelador das alterações de significado empreendidas pelas palavras aos objetos e por estes àquelas de forma recíproca. Nossa objetivo é justamente ensaiar uma epistemologia das relações entre as palavras, as coisas e o cotidiano nos cadernos de Cidades dos jornais paraibanos, intentando (re)nomear os objetos em função dos sentidos a eles atribuídos por meio das palavras.

Os objetos do sistema

Corpos sólidos; materiais desenvolvidos para cumprirem determinadas funções, dotados de propriedades específicas que os constituem por formas, cores, superfícies e tamanhos diversos. Quando falamos em objetos estamos tratando de artefatos produzidos pelo homem e para o homem, como explicita Deyan Sudjic (2010, p. 21) ao dizer que “os objetos são nossa maneira de medir a passagem de nossas vidas”. Assim, não há como pensar em coisas surgidas sem intencionalidade, tendo em vista que o fim a que se prestam predetermina suas nuances morfológicas e funcionais.

Durante variados períodos históricos, a intencionalidade criativa dos objetos passou por fases distintas, ora privilegiando as necessidades coletivas, como quando o chá tornou-se popular e inquiriu a produção de xícaras de cerâmica ao invés de utensílios

metálicos, ora tomando como regra o simples fetiche da mercadoria. Adrian Forty (2007, p. 11) aponta a permeabilidade do design sobre nossas vidas cotidianas quando afirma que “quase todos os objetos que usamos, a maioria das roupas que vestimos e muitos dos nossos alimentos foram desenhados”.

O advento da industrialização arrastou em suas esteiras de produtividade os objetos, que até então não eram empacotados pela divisão modelo/série. Jean Baudrillard (1973) explica que o modelo é o objeto transcendente, absoluto, enquanto que o objeto serial é o derivado, o artefato efêmero, a linhagem reprodutível. E por mais que haja uma distinção visceral entre modelo e série, todo artefato serializado possui uma vontade intencional de gritar em vozes sintetizadas, por meio de pilhas de 9 volts ou baterias de lítio, que ali está um dos espécimes remanescentes da aura benjaminiana.

Nas sociedades pré-industriais, os objetos mantinham uma relação mais imediata com as funções a que se prestavam, como denota Benjamim (1994, p. 245) ao tratar dos artefatos lúdicos: “... esses brinquedos não foram no início invenções de fabricantes especializados, e surgiram em primeira instância nas oficinas de entalhadores de madeira, de fundidores de estanho, etc.”. Claro está que as transformações econômicas, políticas, sociais, culturais e, portanto, históricas, delimitaram novos materiais, funções, usos e lógicas à dinâmica dos objetos, mutações estas irremedavelmente refletidas no cotidiano.

No século XX, a depressão americana dos anos 30 foi o motor do marketing e da cultura do consumo que se implementou no mundo, trespassando gradativamente as coisas e os homens. Conceitos como novidade, efemeridade, avanço tecnológico, renovação, moda, dentre outros, aspergiram com fluidos de máquina as partes constituintes de todo e qualquer objeto. Hoje, os próprios empresários e designers reconhecem que a curta durabilidade dos artefatos é plenamente intencional, de forma que a série vem para proclamar o consumo e extirpar a coerência funcional das coisas.

Sudjic (*ibid.*, p. 18) não exagera ao afirmar que “agora, nossa relação com os novos bens parece muito mais vazia”, pois se antes tínhamos para cada objeto uma função específica, hoje temos inúmeras funções em um único objeto. Essa recente tendência à convergência dos artefatos faz com que as propriedades específicas de cada objeto, logo as suas marcas arquetípicas, desapareçam por completo, tal qual um arquivo num disco rígido danificado. Se o telefone agora toca músicas, reproduz vídeos, agenda compromissos, conecta-se à internet e, eventualmente, efetua ligações, como poderemos compreendê-lo enquanto objeto ancorado na precípua função de permitir a comunicação entre indivíduos?

Através desta breve panorâmica, podemos considerar que a temática dos objetos é por demais complexa e desafiadora. Nesta era de emancipação aparente das coisas, a lógica inerente a tais artefatos é remodelada, produzindo-se novas formas de enxergar, utilizar e compreender os objetos diários. Veremos como esses objetos, atualmente ressignificados pela dinâmica sociocultural, são empregados no discurso cotidiano do jornal impresso, este também um objeto outrora concebido com funções determinadas e hoje redesenhado pelas linhas de produção industrial.

A partilha de bens entre as coisas e as palavras

Até o final do século XVI, o elemento da semelhança partcipou ativamente do ato de representar as coisas (FOUCAULT, 1999), conduzindo a hermenêutica textual, à composição simbólica e ao próprio conhecimento do visível. Nessa época, a linguagem ainda não possuía um legado de signos autônomos para cada coisa em específico. As coisas estavam simbioticamente unidas às palavras, restringindo-se o sentido das designações às semelhanças imediatas dos objetos.

A noção de semelhança nos remete apenas aos reflexos do mundo, mas não indica onde ela realmente se encontra; não sinaliza o caminho dirigido ao seu reconhecimento. Por essa razão,

Michel Foucault (*ibid.*, p. 36) atenta para o fato de que “é preciso que as similitudes submersas estejam assinaladas na superfície das coisas; é necessária uma marca visível das analogias invisíveis”. Se existe semelhança entre as coisas, existe uma marca, ou assinalação, que torna possível a tomada de consciência da existência dessa semelhança.

Os signos verbais são formas de assinalação das similitudes ou disparidades entre os objetos e suas propriedades, tendo em vista que o signo existe para representar o objeto fenomênico, podendo este último ser material, onírico, imagético etc. Contudo, essa emancipação sínica não deve confundir o signo com a coisa em si, necessária ao processo semiótico, porém insubstituível enquanto percepto. Ao contrário dos empiricistas, Charles S. Peirce defende uma teoria da percepção em que as coisas percebidas por nossos sentidos não se confundem com os julgamentos perceptivos, como denota Lúcia Santaella (2008, p. 23):

(...) pode-se dizer que o signo tem uma função ontologicamente mediadora como vicário do objeto para a mente. Isso significa, consequentemente, que o signo, na sua relação com o objeto, é sempre apenas um signo, no sentido de que ele nunca é completamente adequado ao objeto (...)

Pela semiótica peirceana, o signo estabelece uma relação triádica com o objeto e o interpretante, conceitos que assumem um significado genérico em função de suas aplicabilidades sistemáticas às teorizações de Peirce. Ao que aqui nos interessa, trataremos especificamente da relação entre signo e objeto num escopo semiótico.

A função do signo (representante) consiste em atuar como um mediador entre o objeto (coisa representada) e o interpretante (efeito produzido atual ou potencialmente). Da mesma forma que o objeto só é acessível pela mediação do signo, este só pode ser determinado pelo objeto, relacionando-se por meio de uma

qualidade interna (ícone), uma qualidade relativa (índice) ou uma qualidade imputada (símbolo).

As palavras do século XVI se aproximavam exatamente do signo icônico, no qual as semelhanças entre os termos e as coisas eram denotadas por qualidades inatas aos objetos. Na linguagem jornalística dos nossos dias, por mais icônicas que as palavras devam ser, o discurso referencial divide seu espaço linguístico com a convenção simbólica, já que “não há nenhuma linguagem que possa se expressar em nível puramente simbólico, ou indicial ou icônico” (SANTAELLA, *ibid.*, p. 27)

Quanto ao objeto, a semiótica peirceana o diferencia em dois tipos: o *objeto imediato*, tal como o signo o dispõe, assim chamado por estar em sua forma imediatamente apresentável enquanto referencial, permitindo o nosso conhecimento através de sua representação; e o *objeto dinâmico*, externo às palavras, próprio do mundo da vida. Se os objetos estabelecem uma mediação entre os seres e o mundo, a percepção é a mediadora do nosso contato com os objetos, fundada em lógicas específicas.

O contexto da percepção relaciona o percepto (objeto externo que se nos apresenta), o percipuum (objeto externo imediatamente interpretado) e o julgamento perceptivo (interpretação). O discurso dos jornais institui exatamente o percipuum em suas páginas diárias, ou seja, a percepção dos objetos assim disposta pelos signos verbais. Dentre os tipos de objetos externos, destacamos o modelo que aponta o direcionamento perceptivo em função de hábitos de percepção, no qual todo julgamento interpretativo é condicionado pelos hábitos daquele que o percebem, demarcados no cronótopo diário.

A fábrica de objetos cotidiana S.A.

O mundo fenomênico do banal, superior ao plano positivista, tem na sociologia do senso comum sua instrumentalização teórica. Privilegiando os aspectos constitutivos das *microrrealidades*,

a Sociologia do Cotidiano se debruça sobre as coisas imediatas em busca dos seus traços essenciais. Tais coisas, a exemplo dos objetos significados pelas palavras nos jornais impressos, assumem características particulares em função da dinâmica do cotidiano que permeia tanto o próprio senso comum local quanto a lógica inerente à produção das matérias.

Patrick Champagne (1997, p. 77) critica a visão mediática apontando-a como deturpadora dos fatos sociais, verdadeira indústria da realidade conveniente aos interesses econômicos, na qual “as aparências sempre dão razão às aparências”. Escusa se faz uma discussão acerca da natureza empresarial dos meios de comunicação de massa na contemporaneidade e sua influência direta sobre os elementos cotidianos. Porém, uma reflexão menos político-ideológica, voltada ao plano polissêmico da linguagem, pode nos ajudar a melhor compreender os objetos sígnicos nas páginas dos jornais.

A estrutura da vida cotidiana é por natureza heterogênea. Por essa válvula motora de todos os dias passam cilindros políticos, correias econômicas, líquidos culturais e demais partes já montadas que promovem a dilatação dos materiais no cotidiano. Coexistem sempre no homem, mesmo diante do nascimento em uma dada realidade societal, aspectos particulares e genéricos, como lembra Agnes Heller (1977). Dessa forma, consideramos tanto o consumo genérico, que imprimiu historicamente etiquetas de valores aos objetos, quanto as particulares dinâmicas socioculturais cotidianas, promotoras de uma constante ressignificação das coisas.

Os objetos tornados efêmeros e banais são, por isso mesmo, reveladores dos usos e costumes em sociedade. Daniel Roche (2000, p. 16), ao apontar que “os historiadores procuraram avaliar o peso real do cotidiano e tentaram dar uma história ao que parecia não possuir uma”, corrobora com a visão de Michel Maffesoli (1985, p. 218) quando este afirma que é possível encontrar “no cerne da banalidade, estruturas significantes que valem em/

por si mesmas”. Ao privilegiar a insignificância residual das coisas, a Sociologia do Cotidiano se configura como perspectiva de visualização das marcas constitutivas externas aos objetos, impressas no processo das habituais atribuições de sentido através das palavras.

Distante da concepção errônea de muitos historiadores que o consideram válido apenas na imediaticidade do dia corrente, o discurso do jornal perdura por seu poder simbólico e cotidiano, condutor das repetições e das instituições rituais em nossas vidas. Essa naturalização simbólica do sentido das coisas incorpora-se socialmente por aquilo que Pierre Bourdieu (1996) denominou de *habitus*, legitimando-se, mediante o digladiar inflacionado das palavras, a incorporação do lugar funcional, e inesquecível, das coisas. Para Wellington Pereira (2007, p. 68) essa incorporação ou “a forma como a vida cotidiana se apresenta na mídia, por exemplo, guarda as marcas das disjunções sociais”. Veremos a seguir como os objetos se apresentam nos textos jornalísticos, através da interpretação das percepções que transformam os objetos dinâmicos, exógenos ao discurso do jornal, em objetos imediatos.

A impressão das coisas nas palavras diárias

A editoria de Cidades dos jornais impressos é comumente associada aos movimentos diários das comunidades locais. A partir da leitura crítica dos cadernos “Cidades” (Correio da Paraíba), “Dia a dia” (O Norte) e “Cidades” (Jornal da Paraíba), compreendidos no período entre 10 de junho e 10 de julho, sob critérios de recorte analítico, nosso desafio é confrontar as assinalações imediatas das coisas com a dinâmica da construção de sentido refletida nas palavras rotineiras. Convidamos o leitor à reinvenção do olhar e à (re)nomeação dos artefatos banais.

Correio da Paraíba

A matéria “Saúde investiga morte por dengue”², que versa sobre a suspeita de morte de um estudante por dengue hemorrágica na Paraíba, traz um objeto inusitado e incoerente para o contexto, expresso na fala de uma das fontes da matéria: “(...) o menino deu entrada na unidade no dia 30 de junho, após levar uma pancada de *bola* no abdômen”. O objeto dinâmico bola, naturalmente próprio do campo do lazer, compõe um discurso institucional para legitimar o controle epidemiológico por parte do governo, na medida em que explica que o rapaz veio a óbito por complicações em decorrência de uma pancada de *pedra* no abdômen. Ressignifica-se o elemento da brincadeira em verdadeiro percipuum letal.

Outro caso muito semelhante ao citado acima é o da matéria “Campanha SOS Calamidade enviou 17 toneladas para PE e AL”³. Os objetos aqui aparecem para divulgar os atos institucionais de alguns órgãos, a exemplo da igreja católica, como denota o seguinte trecho: “(...) só a Arquidiocese do Estado enviou, na última quinta-feira, cinco caminhões lotados de donativos — entre *roupas, alimentos não-perecíveis, colchões e água*”. A impressão que se tem é a de que, no discurso do jornal, a igreja enviou cinco caminhões lotados de *solidariedade*. A função dos objetos na matéria é atuar como recurso argumentativo.

A apresentação de determinados objetos industriais, a exemplo de veículos, é bastante peculiar nos cadernos de Cidades. Ao descrever alguns acidentes do fim de semana nas rodovias do estado, a matéria “PRF já recolheu 450 animais soltos em BRs”⁴

² BERNARDO, Alysson. Saúde investiga morte por dengue. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 6 jul. 2010, Cidades, Caderno B, p. b2.

³ BERNARDO, Alysson. Campanha SOS Calamidade enviou 17 toneladas para PE e AL. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 6 jul. 2010, Cidades, Caderno B, p. b6

⁴ PRF já recolheu 450 animais soltos em BRs. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 6 jul. 2010, Cidades, Caderno B, p. b5.

acaba sugerindo a vida, quando presa nas ferragens, como uma perda menor do que o bem material em suas entrelinhas: “O rapaz morreu ao colidir o veículo que dirigia, um *automóvel VW Golf* (...)” e logo abaixo anuncia que outra vítima “... faleceu após colidir sua *moto Honda Bizz* de frente com um *VW Cross Fox*”. A menção aos nomes ou aos modelos dos veículos é recorrente em matérias jornalísticas como recurso explicativo dos fatos, mas o hábito acaba incutindo uma valorização explícita do material em detrimento ao humano.

O mesmo caderno ainda nos apresenta uma tendência à antrópomorfização dos objetos quando os apresenta como sujeitos das ações nas matérias. É o que acontece em “Quatro são assassinados na Região da Grande João Pessoa”⁵ e “STTP anuncia 300 vagas para estacionamento”⁶. O primeiro texto, sobre assassinatos ocorridos na capital, relata que um rapaz “... estava sentado (...) quando passou uma moto...”, ou melhor, quando passou uma pessoa. Já a segunda notícia, acerca da criação de novas vagas de estacionamento em Campina Grande, aponta que “... a cidade viu a frota de veículos licenciados pelo Detran, crescer, de 2000 a 2010...”, tal qual uma mãe vê as suas crianças crescerem ao longo da infância.

O Norte

Na matéria “Moradores de invasão serão despejados”⁷, o objeto dinâmico mapa é usado para enfatizar a ação legal da União de retirar uma determinada comunidade de uma área de preservação

⁵ LIRA, Humberto. Quatro são assassinados na Região da Grande João Pessoa. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 6 jul. 2010, Cidades, Caderno B, p. b5.

⁶ JOSÉ, Francisco. STTP anuncia 300 vagas para estacionamento. *Correio da Paraíba*, João Pessoa, 6 jul. 2010, Cidades, Caderno B, p. b6

⁷ MEIRELES, Lucilene. Moradores de invasão serão despejados. *O Norte*, João Pessoa, 26 jun. 2010, Dia a Dia, p. 8.

permanente: “(...) a comunidade, ainda sem nome, apesar de existir há cerca de três anos, deve desaparecer do *mapa* em breve”. Tal objeto, enquanto percipuum, presta-se a um reducionismo da dinâmica cotidiana dessa comunidade, que, por um descaso das leis da física, ainda ocupa algum lugar indefinido no espaço, devendo desaparecer da *face da terra* muito em breve.

Peculiar é a reportagem “Orelhão funcionando é raridade”⁸, na qual o descaso para com os telefones públicos, popularmente conhecidos como orelhões, ganha conotações especiais quando da associação entre os aparelhos e a fala de um aposentado no texto. Ao apontar que “é tecla quebrada, fio arrancado, *aparelho* que não dá linha e outros *sem sinal de vida*” e que “se não fosse o *celular* não conseguiria falar com ninguém”, o aposentado compara os dois aparelhos com um *idoso* e um *jovem*, respectivamente orelhão e celular. Além de uma analogia morfológica, visto que, de acordo com pesquisadores, a orelha humana é formada por cartilagem, crescendo em média 1,2 centímetro em cinquenta anos⁹, o que torna os idosos providos de uma orelha mais avançada, temos, sobretudo, uma semelhança enunciada pelo sujeito que utiliza o orelhão (um idoso) e pela associação entre a falta de funcionalidade do aparelho e a situação do mesmo estar “sem sinal de vida”, próximo da morte em função do tempo: idoso. O modelo do jovem, personificado no celular, vem para sanar o problema, permitindo pulsos e sinais de vida com longa cobertura.

Outro exemplo de publicidade pessoal encontra-se no texto “Empresário recolhe roupas para as vítimas”¹⁰ relacionado a uma reportagem sobre o incidente das chuvas em Pernambuco e

⁸ MEIRELES, Lucilene. Orelhão funcionando é raridade. *O Norte*, João Pessoa, 26 jun. 2010, Dia a Dia, p. 9.

⁹ Disponível em: <http://super.abril.com.br/superarquivo/1996/conteudo_115486.shtml>. Acesso em: 21 jul. 2010.

¹⁰ FURTADO, Vanessa. Empresário recolhe roupas para as vítimas. *O Norte*, João Pessoa, 26 jun. 2010, Dia a Dia, p. 13.

Alagoas. As roupas, objetos dinâmicos precipuamente fabricados para vestir os corpos, são aqui utilizadas com intuitos de autopromoção do sujeito atuante: “O empresário (...) arrecadou mais de 400 peças de *roupas*...”. Certamente uma ajuda muito bem vindas para pessoas que perderam tudo e só podem contar com a solidariedade do povo brasileiro”. No discurso, o empresário arrecadou muito mais do que roupas: recolheu *responsabilidade social*, convertida em publicidade gratuita.

Jornal da Paraíba

A tendência ao antropomorfismo dos objetos, já assinalada nos demais jornais diários, reflete-se na nota “Dia ‘D’ da solidariedade”¹¹, da coluna “Calçadão”, no seguinte trecho: “... um *carro de som* acompanhado de uma *carreta* vai percorrer várias ruas de Campina Grande em busca de alimentos...”. Nossas percepções são toldadas pela efemeridade das palavras correntes, a ponto de relegarmos aos escritos banais um olhar passageiro, fugaz. Ao carro de som e à carreta são atribuídas ações humanas de “percorrer”, “em busca” de algo, “acompanhado”, ou seja, com a presença de uma companhia. No citado trecho, quem percorre as ruas é, na verdade, um *publicitário* acompanhado de um *contínuo*.

O contrário, ou seja, a coisificação dos indivíduos também é um movimento presente na acepção das palavras diárias. Na matéria “Grande João Pessoa registra 9 mortes no final de semana”¹², descreve-se uma ocorrência em que “... *dois homens* invadiram a casa do ex-presidiário (...) e *dispararam* várias vezes contra ele”.

¹¹ DIA ‘D’ da solidariedade. *Jornal da Paraíba*, Paraíba, 6 jul. 2010, Cidades, p. 2.

¹² REDAÇÃO, Da. Grande João Pessoa registra 9 mortes no final de semana. *Jornal da Paraíba*, Paraíba, 6 jul.

Mais adiante, novamente: “... *um homem* que dirigia um veículo modelo Fiat Uno (...) *disparou várias vezes* contra três jovens...”. Nítido está que *duas armas* invadiram uma casa e dispararam em seguida, enquanto que outra *arma*, ao dirigir um veículo, *disparou* diversas vezes.

Exposições finais

Nosso percurso ensaístico permitiu-nos constatar uma forte tendência ao hibridismo de formas e funções entre os variados objetos apresentados nos discursos dos jornais impressos parai-banos. Os nomes comuns, já ancorados no universo consensual, prestam-se à eficácia simbólica da ressignificação das coisas tanto quanto possíveis qualificativos, tomando os objetos dinâmicos em formas imediatas desconfiguradas ao padrão natural de suas funções.

O emprego dos objetos em tais discursos jornalísticos se pres-ta, na maioria das vezes, à legitimação dos discursos institucio-nais e à divulgação de atos de caridade midiática, quer dizer, de responsabilidade social. Além disso, notamos uma forte tendên-cia à convergência estrutural entre as coisas e os seres humanos através das palavras, ou seja, uma antropomorfia das coisas e uma coisificação dos seres, nada mais apropriado à alteridade contem-porânea entre o sujeito, inconformado à sua condição humana, e o objeto, tornado senhor de suas ações efêmeras.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Perspectiva, 1973.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política:** ensaios sobre literatura e história da cultura. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas:** o que falar quer dizer. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.
- CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática. In: BOURDIEU, Pierre (Org.). **A**

miséria do mundo. Petrópolis: Vozes, 1997.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo:** design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas:** uma arqueologia das ciências humanas. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história.** São Paulo: Paz e Terra, 1977.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum.** São Paulo: Brasiliense, 1985.

PEREIRA, Wellington. **A comunicação e a cultura no cotidiano.** Revista Famecos, n. 32, p. 66-70, abr. 2007.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais.** Rio de Janeiro: Editora ROC-CO, 2000.

SANTAELLA, Lucia. **A teoria geral dos signos:** como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

Os objetos podem ser protagonistas da narrativa jornalística?

Monique Vilante de Lira¹

Introdução

A fim de analisar os objeto nas matérias jornalísticas, não como mero instrumento ilustrativo da narrativa, mas também como agente importante do contexto, o propósito deste ensaio revela como se pode interpretar o discurso de muitas formas, através do objeto, verificando sua importância na narrativa. Explica Roche: “Eles [os objetos] não pertencem apenas ao porão ou ao sótão, ou então simultaneamente aos dois, e devemos colocá-los em redes de abstração e sensibilidade essenciais à compreensão dos fatos sociais”. (2000, p.13)

O exame das reportagens foi feito em três jornais de João Pessoa: Correio da Paraíba, Jornal da Paraíba e Jornal O Norte, justamente os mais lidos. O período determinado para a realização da pesquisa foi de 15 de junho a 15 de julho de 2010, em notícias que só poderiam ser retiradas do caderno de cidades (em O Norte, este caderno é intitulado Dia-a-Dia).

Mais do que selecionar as matérias de acordo com os objetos que fazem parte do relato, ou mesmo comprar o exemplar do dia sem embora saber que assuntos estão no periódico, o que ficou mais relevante com a análise é reconhecer o próprio cotidiano através de elementos que nunca paramos para observar: os objetos.

¹ Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

O objeto como protagonista

A matéria² tem como título “Fraude em CNH leva 34 para cadeia”, que relata que donos de autoescolas, despachantes e funcionários do Departamento Estadual de Trânsito (Detran) estiveram envolvidos num esquema na Paraíba. Trata-se de carteiras de habilitação emitidas de forma fraudulenta por uma quadrilha especializada e que terminou desmontada por operação das Polícias Federal, Rodoviária e Civil, além do Ministério Público da Paraíba. O esquema, em cinco anos de atuação, pode ter movimentado cerca de R\$ 75 mil com a emissão de 50 mil documentos. Neste caso, objeto analisado é o protagonista do relato.

Não sendo mero instrumento para composição da notícia, a carteira de motorista e sua importância para o cidadão caracterizam uma série de atos ilegais. O seu valor não é material e sim, simbólico, pois representa que um determinado indivíduo está apto a dirigir (mas não se pode deixar de considerar que a habilitação tem o seu valor funcional). Para quem está do lado oposto, como parte conivente com a fraude, pode ver no documento o valor de troca. A obtenção da CHN requer algumas exigências, para as quais nem sempre o candidato aos testes está preparado.

Pois bem. O que mais é frisado na reportagem é como a inegável relevância de se tirar a habilitação faz com que se chegue ao ponto extremo de burlar as leis para conseguir tal objeto. No caso em questão, temos com documentos originais e cadastrados, mas idologicamente falsos, já que a aprovação nos exames dependia dos integrantes da quadrilha. Acontece, sim, uma troca de valores: de um lado, uns querem dinheiro fácil e, de outro, a carteira de motorista sem ter que passar por testes. Por mais que a rede fraudulenta tivesse lidando com grandes quantias em dinheiro, o que mais conta é o papel da habilitação e seu grau de importância.

²Jornal Correio da Paraíba, 15 de junho de 2010

A narrativa se passa toda em volta das motivações dos atos criminosos em prol do documento.

A operação “Espelho de Prata” desmantelou a quadrilha que atuava em outros estados, fora Paraíba: Pernambuco, Ceará e Rio de Janeiro, movimentando as autoridades em uma ação de grande porte a fim de cumprir 34 mandados de prisão no Estado. Nota-se em seu conteúdo, e em tanta riqueza de detalhes, o significado de objeto no contexto, principalmente se for observado o espaço que o assunto ganhou no veículo: página de capa do Caderno de Cidades, frente e verso e fotos grandes.

A realidade, em ambos os lados, mostra que o esquema afetou de diversas maneiras. Se um sujeito precisa tirar sua carteira de motorista e teme reprovação nos testes de seleção, ele conseguirá de outra maneira. É uma necessidade criada por trás do uso básico. É o chamado “caminho mais fácil”. Por outro lado, a ganância levou à uma prática que afeta o cotidiano – já que motoristas mal preparados provocam mais acidentes, alimentando e fazendo crescer uma forma de consumo do objeto em que o preço não era mais preocupante. Isso parece bem com a sociedade capitalista.

Como o próprio nome diz, carteira de habilitação certifica a capacidade da pessoa de dirigir um veículo. Além do que, a cédula da CHN contém números de RG e CPF, servindo também como documento de identificação geral. Constatando a inegável importância e como a emissão fraudulenta do objeto ganhou tamanha visibilidade no jornal, a sua renomeação pede um significado mais amplo. O “Cidadão Compacto” comporta a representatividade de ter em um só, três documentos indispensáveis para o cidadão brasileiro.

Com a aprovação de um projeto de lei pelo Senado em 2009, no qual um novo documento, o Registro Único de Identidade Civil (RIC) reuniria a carteira de identidade (RG), o passaporte, o Cadastro Nacional da Pessoa Física (CPF), a Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), a Carteira Nacional de Habilitação (CNH) e o fator sanguíneo, fica bem claro que o cidadão estaria

representado por um único cartão e que não se pode ignorá-lo.

Reinterpretando a matéria do Jornal Correio da Paraíba, a emissão fraudulenta do “Cidadão Compacto” causaria mais transtornos, uma vez que não seria apenas com o intuito de ter a licença para conduzir, mas conseguir falsificar a identificação para toda e qualquer coisa que exija documento com foto. A gravidade de golpes produziria um efeito maior se visto desta maneira, pois seria como permitir que qualquer um pudesse exercer seu direito de cidadão com a posse deste objeto, quando nem todos têm a documentação aprovada.

Quando o objeto ganha mais atenção que o protagonista da narrativa

Esta notícia³ relata mais um típico caso de acidente envolvendo atropelamento. Entitulada “Homem é atropelado por trem na Ilha do Bispo”, o jornal mostra que o inusitado é que a vítima atravessava a linha férrea quando foi surpreendida pelo trem. O objeto central do relato é o veículo de grande porte, que ainda exerce grande função na sociedade coberta pela inovações tecnológicas. Na página do jornal, ocupa duas colunas e não apresenta fotografia. E um detalhe: apesar de o título dar a entender que o foco principal é o homem, isto foi apenas “um gancho” para tratar da temática.

O que chama a atenção em casos de pessoas atropeladas por comboios é que muito se pensa que o veículo é ultrapassado no que diz respeito ao transporte diário (pelo menos aqui no Brasil), em meio às opções mais comuns, como ônibus, automóveis, motocicletas, etc. O homem, que deveria ser usuário constante, sofreu a colisão do trem que vinha do município de Bayeux, por volta das 6h30 da manhã, no bairro da Ilha do Bispo, em João Pessoa.

³Jornal da Paraíba, 13 de julho de 2010

Ele foi socorrido por uma ambulância do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) e levado ao Hospital de Emergência e Trauma Senador Humberto Lucena em estado grave.

Como mais um caso trágico de nove atropelamentos, sendo quatro desses vítimas fatais, a Companhia Brasileira de Trens Urbanos (CBTU) decidiu abrir uma sindicância para apurar as causas do acidente. Confere-se, então, que o objeto apresenta grau de periculosidade como qualquer outro veículo. A reportagem evoca para conscientizar os passageiros sobre os riscos da falta de atenção com a sinalização nas plataformas de estações de trem. Campanhas educativas e preventivas realizadas junto à população e aos condutores dos veículos podem ser eficazes.

Acidentes envolvendo trens são menos comuns do que com quaisquer outros veículos, ainda mais pelo cenário: o trem anda no trilhos e se vier a participar de algum evento trágico, será por motivos limitados, como pedestre na linha, choque entre dois comboios ou por saída dos trilhos. Não é comum, mas é uma realidade ainda verificável. E quando uma notícia chega ao conhecimento das pessoas, o evento não se torna mais raro de acontecer.

O objeto trem foi tratado na matéria, como veículo que pode se tornar perigoso se não utilizado de forma correta e por isso a ideia de se realizar campanhas para a valorização do patrimônio e a as melhores formas de se beneficiar com os serviços que oferece, poderíamos renomeá-lo por uma onomatopéia já bem conhecida quando fazemos referência aos trens, mas que pode expressar o sinal de alerta necessário para quem atravessa a linha sem prestar atenção: “piuííí” seria, mais do que apenas o som de seu apito, um aviso no próprio nome do veículo.

A justificativa para a adoção do som em lugar de qualquer outro possível nome foi o aspecto de ser enfático quanto a chamar atenção daquele transeunte possivelmente distraído. E que também não deixa de descharacterizar a idéia que temos dos trens, ainda ligada ao nome dado a este signo.

O objeto modificando o espaço físico

O comércio ambulante de João Pessoa, em certa época, passou a caracterizar o cenário do centro da cidade. As barracas dos vendedores eram mal vistas por poluirem visualmente boa parte da paisagem histórica local, além de atrapalhar o tráfego de pedestres nas calçadas. A matéria do jornal *O Norte*, que traz no título “Camelôs continuam nas ruas do Centro” conta que a Prefeitura Municipal, através da Secretaria de Desenvolvimento Urbano (Sedurb), já alocou parte dos comerciantes nos cinco locais de venda, nos quais cada um tem seu próprio box. E mais: além dos ambulantes locais, identificou vendedores de outras cidades e de estados vizinhos.

Localizada na página esquerda e ocupando um quarto dela, com foto que exemplifica um comerciante habitando uma área inadequada, a notícia é rápida e mostra mais o ponto de vista da prefeitura.

O assunto principal diz respeito ao fato de que essas pessoas estão tentando driblar a fiscalização, instalando-se depois das 17h30 no entorno do anel externo da Lagoa do Parque Solón de Lucena, para vender seus produtos. Muitos deles não possuem uma barraca em si, só seus objetos de trabalho. Mas tomemos como elemento desta reportagem o “espaço” por eles utilizados, numa generalização a fim de padronização. As “barracas” e sua instalação em lugares inapropriados são o ponto chave da discussão.

Para os vendedores informais, mais vale estar em local estratégico, onde o fluxo de pessoas é maior, facilitando as vendas. Eles acreditam que é mais fácil alguém estar caminhando, encontrar um camelô e fazer uma compra, sem ter pensado previamente, do que se deslocar até um dos pontos de venda, projetados pelo governo do município, para adquirir a mercadoria. Para quem precisa lucrar, o fato de sua barraca estar ocupando um ambiente não planejado urbanamente, é o de menos.

O secretário da Sedurb, Lucius Fabiani, alega na matéria que uma equipe de 50 agentes está responsável por fiscalizar os camelôs e pela apreensão de mercadorias, se necessário. E que por mais comum que seja, o comércio informal precisa de controle. É um fato que faz parte do nosso dia-a-dia.

Pesquisando sobre a origem do nome camelô, encontra-se como originário da palavra *khamlat*, nome que se dava aos tecidos rústicos feitos com pele de camelo e comercializados em feiras livres pelos vendedores. Na Europa, mais precisamente na França, a difícil pronúncia do nome acabou se transformando em *camelot*. Como muitas peças negociadas eram apenas imitações, logo a idéia de venda de produtos falsificados se incorporou ao universo dos venderores ambulantes. No Brasil, o vocábulo chegou no século XX já com sentido depreciativo.

O camelô mais popular e que hoje é um dos homens mais ricos do país é o conhecido empresário e apresentador Silvio Santos. Tomando emprestado o nome que popularizou a rede de venda de mercadorias para o lar, o Baú da Felicidade, o nome do objeto camelô poderia ser renomeado como “Baú da Acessibilidade”, usando a justificativa já comentada de que os ambulantes se instalaram em lugares de maior tráfego, promovendo uma intensa aproximação entre comerciantes e transeuntes, e a consequente facilidade para as pessoas comprarem, de forma rápida, a mercadoria que precisam.

Referências

Daniel ROCHE, *História das Coisas Banais – nascimento do consumo (sec. XVII-XIX)* I Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

Sites

<http://www.fernandodannemann.recantodasletras.com.br/visualizar.php?idt=109929> (acessado em 15 de julho de 2010, às 17h30).
<http://www.bau.com.br/site/content/conheca/default.aspx>
(acessado em 15 de julho de 2010, às 18h10).