




OLHARES MÚLTIPLOS

DERVAL GOLZIO | LÍVIA BARROSO
Organizadores

OLHARES MÚLTIPLOS



[CAPA](#) [SUMÁRIO](#)



**UNIVERSIDADE
FEDERAL DA PARAÍBA**

Reitora MARGARETH DE FÁTIMA FORMIGA MELO DINIZ
Vice-Reitor BERNARDINA MARIA JUVENAL FREIRE DE OLIVEIRA
Diretor da PRPG ISAAC ALMEIDA DE MEDEIROS



EDITORA DA UFPB


Diretora IZABEL FRANÇA DE LIMA
Supervisão de Editoração ALMIR CORREIA DE VASCONCELLOS JÚNIOR
Supervisão de Produção JOSÉ AUGUSTO DOS SANTOS FILHO

CONSELHO EDITORIAL Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira (Ciências Sociais Aplicadas)
Eliana Vasconcelos da Silva Esvael (Linguística e Letras)
Fabiana Sena da Silva (Educação)
Ilda Antonieta Salata Toscano (Ciências Biológicas)
Ítalo de Souza Aquino (Ciências Agrárias)
Maria de Lourdes Barreto Gomes (Engenharias)
Maria Patrícia Lopes Goldfard (Ciências Humanas)
Maria Regina de Vasconcelos Barbosa (Ciências Exatas e da Natureza)

DERVAL GOLZIO
LÍVIA BARROSO
Organizadores

OLHARES MÚLTIPLOS

Editora da UFPB
João Pessoa-PB
2015



[CAPA](#) [SUMÁRIO](#)

Copyright © 2015- Derval Golzio e Livia Barroso

Efetuada o Depósito Legal na Biblioteca Nacional,
conforme a Lei nº 10.994, de 14 de dezembro de 2004.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS À EDITORA DA UFPB

É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma
ou por qualquer meio. A violação dos direitos autorais
(Lei nº 9.610/1998) é crime estabelecido no artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta publicação é de inteira responsabilidade do autor.

Impresso no Brasil. Printed in Brazil.

Projeto Gráfico	EDITORA DA UFPB
Editoração Eletrônica	CLEMENTE RICARDO SILVA
Design de Capa	CLEMENTE RICARDO SILVA
Ilustração de Capa	www.freepik.com

**Catálogo na fonte:
Biblioteca Central da Universidade Federal da Paraíba**

G629o Golzio, Derval.
Olhares múltiplos / Derval Golzio, Livia Barroso.- João Pessoa: Editora da UFPB, 2015.
Recurso Digital (2,1 MB)
Formato: ePDF
Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader
ISBN: 978-85-237-1192-4 (recurso eletrônico)
1. Comunicação. 2. Imagem (comunicação).
3. Análise de linguagem (imagens). 4. Imagens
de imprensa. I. Barroso, Livia.

CDU: 159.9

EDITORA DA UFPB Cidade Universitária, Campus I – s/n
João Pessoa – PB
CEP 58.051-970
editora.ufpb.br
editora@ufpb.edu.br
Fone: (83) 3216.7147


Associação Brasileira
das Editoras Universitárias



[CAPA](#) [SUMÁRIO](#)

SUMÁRIO

[PREFÁCIO.....08](#)

[SABERES CIRCUNDANTES: a necessária
interdisciplinaridade para a análise das
imagens de imprensa
Derval Gomes Golzio10](#)

[O MOMENTO DECISIVO NO
FOTOJORNALISMO ATUAL:
a importância da méfis na
atuação do fotógrafo
Andréa Karinne Albuquerque Maia30](#)

[O uso retórico da foto-ilustração
nas matérias sobre língua
portuguesa da Revista Veja
Bruno Ribeiro Nascimento50](#)

[Fotografia e Quadrinhos:
diálogos intermediáticos em O Fotógrafo -
Uma História no Afeganistão
Marcelo Soares de Lima 72](#)

[DA DURAÇÃO PARA O INSTANTE:
impressões sobre a relação entre
tempo, quadrinhos e fotografia na
graphic novel O Fotógrafo
Alexandro Carlos de Borges Souza..... 89](#)

A FOTOGRAFIA COMO FONTE
HISTÓRICA: a cidade de Picos/PI
nas lentes do fotógrafo Cristino Varão
Lívia Moreira Barroso 110

AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NO
DISCURSO VISUAL DO JORNAL
IMPRESSO JÁ - PARAÍBA
Andrezza Gomes Pereira 128

FOTOGRAFIA E SOCIEDADE:
um olhar sobre o sentido das imagens
Siméia Rêgo de Oliveira 151

As imagens e as coisas

Nesta coletânea de ensaios organizada pelo professor doutor e pesquisador Derval Gomes Golzio, a imagem é – no sentido fenomenológico –, a alavanca metodológica para pensarmos os construtos metodológicos de análise das linguagens nas mediações, mas também nas Imediações entre as mídias e a vida cotidiana.

A imagem como elemento enunciador das culturas se perde nas províncias dos significados, ultrapassa o cabo-de-guerra entre objetividade e subjetividade, sempre tensa nos exercício analítica de classificação dos gêneros narrativos, nas mídias mcluhanianas (jornal, revista, rádio e TV), por conta da riqueza polissêmica. Mas as demandas hermenêuticas (analíticas) exige novos olhares sobre os sistemas analógicos que configuram os discursos midiáticos na contemporaneidade. Neste sentido, se constrói a unidade desses ensaios.

Os ensaios iniciam um diálogo entre si a partir do sumário do livro, nos emprestando a ideia de que a imagem também tem seu Fio de Ariadne para evitar a supremacia do sistema linguístico e se tornar um Minotauro dos atropelos sintáticos no momento da materialização da fala.

Evidentemente, alguns títulos ainda estão imbuídos em demonstrar uma completude semântica que sempre aparece em forma de cobrança na formatação das defesas de dissertações e teses, na qual se cobra atitudes demonstrativo-explicativas.

Ora, justamente estes ensaios, aqui reunidos, parecem exercitar uma paralaxe cognitiva, deslocando o sentido geralmente dado às imagens – sobretudo nas mídias impressas – com discurso auxiliar, e retornando ao significado potencial das imagens em si, o que nos ensina a Teoria fenomenológica da Comunicação de Alfred Schütz.

Aprender a ver, ler e ouvir (as imagens também são sonoras), o discurso imagético em sua capacidade de produzir novas conexões entre os saberes, como na sociologia residual de Vilfredo Pareto, na qual se entende que os significados à margem ocupam em alternância o centro do discurso, isso materializado no ensaio Saberes Circundantes, do professor doutor Derval Gomes Golzio, ou mesmo na sutileza d'O momento decisivo no fotojornalismo, Andrea Karine Albuquerque Maia, no qual o título se torna uma proteção aparente para uma viagem sobre o emprego da métris na leitura da imagem.

Em um esforço interpretativo, podemos alinhar os ensaios de Bruno Ribeiro Nascimento – Argumentação a partir da fotografia – aos demais, como: A fotografia como fonte história (Lívia Barroso), Hibridismo de linguagem – a utilização da fotografia na História em Quadrinho (Marcelo Soares); As estratégias enunciativas no discurso virtual do jornal impresso Já (Paraíba); Fotografia e sociedade – um olhar sobre o sentido das imagens (Siméia Rego de Oliveira); pois todos partem da ideia que é possível interpretar as múltiplas realidades cotidianas a partir do discurso analógico produzido pelas mídias ou sobre as mídias – num exercício metodológico capaz de repensar a “lógica” foucaultiana das Palavras e as coisas para As imagens e as coisas.

Vale a pena mergulhar na leitura destes ensaios.

WELLINGTON PEREIRA

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Doutor em Sociologia- Coordenador do Grupecj –
Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo.

SABERES CIRCUNDANTES: a necessária interdisciplinaridade para a análise das imagens de imprensa

Derval Gomes Golzio¹

RESUMO

A tarefa mais importante de uma investigação científica reside na eleição de uma metodologia adequada ao objeto de estudo. A razão da extrema preocupação a respeito da metodologia aplicada à análise de imagens deve-se ao fato de que algumas disciplinas aplicadas a essa área possuem uma definição ainda bastante controversa sobre sua base teórica. Em se tratando de fotografias publicadas em jornais e revistas, é importante entender que para o senso comum a imagem pode influir na forma de ler o texto - em alguns casos - e em outros ser influenciada pelo texto. Uma leitura, qualquer que seja a base metodológica utilizada (semiótica ou sociológica, por exemplo), não pode desconsiderar que a informação jornalística está centrada no texto e nas imagens apresentadas.

PALAVRAS-CHAVE: Método. Imprensa. Fotografia.

1 Doutor em Comunicación Cultura y Educación pela Universidad de Salamanca (2003), Mestre em Multimeios pela Universidade de Campinas (Unicamp) e graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal da Paraíba (1987) exerce o cargo de professor da Universidade Federal da Paraíba. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação Visual, atuando principalmente nos seguintes temas: imprensa, representação social, análise de conteúdo e gênero. E-mail: dervalggolzio@gmail.com

INTRODUÇÃO

As tentativas de interpretação das imagens fixas não constituem algo novo. Desde os estudos de pintores e estudiosos do tema em períodos anteriores ao Renascimento é possível perceber uma constante preocupação por esta área de conhecimento. Não seria o livro *Da Pintura*, de León Baptista Alberti, um exemplo claro de intenção de estabelecer regras para a confecção e, conseqüentemente, a análise das imagens?

Evidentemente, os teóricos dos sistemas que fundaram a perspectiva central no Renascimento podiam ser considerados os precursores de uma teoria dos métodos de análise da imagem. Antes deles, os romanos separavam as artes servis e artes liberais. As artes servis, consideradas inferiores, estavam compostas por aquelas que necessitavam o uso das mãos, por exemplo, a escultura e a pintura. As artes liberais, por sua vez, estavam divididas em trivium (gramática, dialética e retórica) e quadrivium (geometria, aritmética, astronomia e música) e influenciaram as artes no período medieval (GERVEREAU, 1994, p. 12).

É importante ressaltar os estudos de E. H. Gombrich e E. Panofsky, já no primeiro quarto do século XX. São estudos que buscaram analisar as obras de arte de uma forma mais ampla, não se esquecendo de incorporar as questões de estilo e o contexto em que foi produzido. É de Panofsky (1939) a consideração de que os documentos expressam tendências políticas, poéticas, religiosas, filosóficas e sociais da personalidade, época ou o país de estudo.

A crítica da arte começa, a partir dessas considerações, a utilizar a semiologia, a filosofia, a sociologia e a psicologia como fontes explicativas para determinados conceitos, que foram denominados por Gervereau como “cruzamento de caminhos”. Porém, na semiologia se desenvolveram os mais vivos debates, muitas das vezes descontraídos, sobre o estabelecimento de uma teoria unificada.

Nesse ponto específico é importante lembrar a importância de estudos de Charles Peirce (On a new list of categories, in *Proceeding of the American Academy of Arts and Sciences*) e de Ferdinand Saussure (*Cours de linguistique générale*). De Peirce é extremamente importante o estudo específico das imagens e a divisão que faz entre as imagens icônicas e as indiciais. A fotografia está fixada nas imagens icônicas, porém se apresentam na origem como indiciais ou analógicas.

Apesar das importantes contribuições a respeito das imagens, a linguística é a área onde a semiótica ou semiologia tem mais assentadas suas bases. É somente depois da Segunda Guerra Mundial que alguns estudiosos como Roland Barthes começam a empregar a ciência dos signos de forma mais direta no estudo das imagens. Porém, nessa fase a transposição ainda contém uma forte carga dos estudos semiológicos de Saussure aplicados à linguística.

Todavia, as contribuições foram e são importantes e nos dias atuais se percebe que existe uma tendência a uma pluridisciplinaridade, quer dizer, aplicar várias técnicas para o estudo das imagens. Trabalhar a análise da imagem utilizando somente um dos vários métodos existentes representa perder oportunidade de estabelecer um estudo eficaz e coerente das várias áreas do conhecimento (que não são excludentes) de cada uma dessas disciplinas.

Não é possível desconsiderar a contribuição da história da arte, da semiologia e os estudos semióticos, da psicologia. O exemplo mais claro é o estudo da heráldica. Toda uma simbologia está à disposição para a interpretação das cores e formas constituídas nas bandeiras e brasões. Leões, luas, castelos, estrelas em tamanhos e formas diversas induzem a uma interpretação. Em que contexto? Em que período da história? Por que de tais usos?

Da mesma forma, não considerar a aplicação de recursos experimentados e comprovados pelos diretores e realizadores de filmes resulta inconcebível. Nesse ponto é inegável, por exemplo, as lições de Eisenstein. Ele foi um dos primeiros a utilizar conscientemente o poder da câmera e da linguagem cinematográfica. No filme “O

encouraçado Potenkin”, Eisenstein deixa patente sua afinidade com um dos lados do conflito russo e se posiciona a favor dos sublevados (MACHADO, 1984).

As cenas onde a Armada Russa acoisa os amotinados foram focadas desde a perspectiva dos sublevados. O diretor, dessa forma, deixou claro de que lado estava solidário. Os canhões são focados como armas repressoras das aspirações ou reivindicações dos amotinados. Também nas cenas das escadas de Odessa, a câmera de Eisenstein chega a cair, solidária com os manifestantes abatidos pelas tropas do Czar (MACHADO, 1984, p. 111-112). A orientação arbitrária da câmera limita o olhar do espectador. É evidente que não há possibilidade do espectador ver de outra maneira o que está diante dele. É o que já foi definido como “ponto de vista”, tem origem na perspectiva clássica e domina nos dias atuais as técnicas fotográficas e cinematográficas.

O ponto de vista é o lugar espacial ocupado pelo realizador: fotógrafo, pintor, operador de câmeras de vídeo ou cinema. É inegável que o realizador possui uma infinidade de possibilidades de eleições de ver e captar a imagem de um determinado objeto ou cena. Porém, no geral, sempre são utilizadas tomadas convencionais. Os povos ocidentais foram educados, consciente ou inconscientemente, para ver as imagens do mundo e, de modo geral, as reproduzi-las nas viagens turísticas, nas fotos de família, etc.: reproduções do mundo de acordo com a visão educacional, cultural e ideológica.

O ponto de vista do realizador determina o modo de ver do espectador. Um registro em *plongée* ou em *contre plogée*, um personagem que está de costas, de frente ou de perfil não tem, por parte do espectador, a mesma interpretação ou compreensão da cena. Um indivíduo que é fotografado em *contre plogée* vai parecer mais dominador, mais poderoso, por parte de um leitor de jornal ou revista.

Da mesma maneira que o ponto de vista do realizador, o posicionamento vertical a respeito do objeto retratado pode influenciar a interpretação, a proximidade do objeto e a profundidade de campo poderão influir na leitura de uma determinada imagem

14 por parte do espectador. Em uma imagem a figura que está em primeiro plano possui quase sempre um grau de importância maior que outro objeto em segundo plano.

A relação de prioridade ou importância de um primeiro plano, em respeito a um segundo plano pode ocorrer se este último tem um grau de focagem mais apurado. A relação deixa de ser primeiro/segundo plano para estabelecer a prioridade do foco. O mesmo ocorre se se observa a relação de visibilidade baseado no claro/escuro.

De acordo com Fozza, Garat e Parfait, as distâncias que estabelecemos entre os seres e nós são reguladas social e culturalmente. O código de proximidade varia de uma cultura a outra e significa a ordem social, a afetividade e a relação humana em todas suas vertentes. Os sociólogos e antropólogos estudam os códigos interiorizados, as técnicas corporais e materiais que os expressam. (1983, p. 74).

O efeito conotativo também condicionará a maneira de ver as cenas, seja em um filme ficcional, em um documentário ou mesmo em uma imagem fotográfica (publicitária, jornalística, ilustrativa). Como a imagem possui uma forte polissemia, tem implícito o sentido conotado e abre ao espectador um enorme campo para a interpretação. Porém, essa interpretação está condicionada por toda sua história de vida: memória, cultura, práticas sociais, de seu inconsciente e de seu imaginário.

A outra face do referente, a denotação é a parte de um signo icônico e remete a conceitos fundamentais e elementares como são o código perceptivo, os códigos de representação analógica e o código sociocultural. O código perceptivo está constituído pelas linhas, as formas e cores; o código de representação está fundado na representação em perspectiva instaurada na Idade Média e o código sociocultural que regula nossa interpretação dos signos individuais e coletivos (punho fechado: revolta, força, etc.).

É importante, em uma análise da imagem, ter em consideração que um conjunto de elementos internos e externos a própria imagem

podem variar a maneira como estas podem ser percebidas. Fozza, Garat e Parfait, expõem como fatores que podem fazer variar as condições de recepção o contexto geral, o contexto material, a comunicação e implicação e o aspecto material.

No contexto material devem-se observar o momento, as circunstâncias em que a mensagem é emitida/recebida. A imagem pode adquirir diferentes formas de percepção a partir das condições psicológicas, intelectuais, as circunstâncias econômicas, políticas, a idade, o sexo, enfim, da história vital individual e coletiva do leitor.

O que vai influir na percepção da imagem é o ambiente imediato, quer dizer, o lugar (em cima, embaixo, no centro, à direita ou à esquerda) é a relação com o texto que a acompanhe. Também se deve ter em consideração se o lugar onde está impressa a imagem é um jornal, revista, livro, cartaz, se está fixado na parede ou em uma galeria de arte, etc. para detectar o grau de associação, de oposição e contaminação da imagem, já que são pontos determinantes na formulação de sentido.

A organização formal da imagem pode contribuir a um maior ou menor grau de implicação do espectador. A escala do plano, a postura do personagem, a orientação do olhar do personagem retratado podem implicar um maior ou menor grau de atenção, interesse e de emoção do espectador. Por fim, Fozza, Garat y Parfait argumentam que a natureza do suporte, seu formato, seu estatuto, sua técnica de fabricação e até seu odor estão inseridos nos “significantes materiais de significados sociais e culturais”.

Ao ler uma notícia acompanhada de uma imagem (fotográfica/ infográfica/ fotoilustração), ou ver uma imagem acompanhada de um texto interpretativo/informativo em um jornal ou revista somos o alvo dos bombardeios das informações que decorrem das duas modalidades informativas, porém uma pode se sobrepor à outra.

É importante entender que para o senso comum a imagem pode influir na forma de ler o texto - em alguns casos - e em outros ser influenciada pelo texto. Uma leitura, seja qual seja a base metodológica utilizada (semiótica ou sociológica, por exemplo),

16 não pode desconsiderar que a informação jornalística está centrada no texto e nas imagens apresentadas.

Outro ponto importante para a reflexão são as funções da imagem. Joly (1996, p. 10) argumenta que considerar a imagem como uma mensagem visual composta por diversos tipos de signos equivale a uma linguagem e, portanto, a uma ferramenta de expressão e de comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro. A autora propõe dois métodos operativos para distinguir o destinatário e a função da imagem:

- 1 - Situar os diversos tipos de imagem no esquema da comunicação e,
- 2 - Comparar os usos da mensagem visual com os das principais produções humanas destinadas a estabelecer uma relação entre o homem e o mundo.

Apesar de sugerir estes métodos operativos, Joly reconhece a dificuldade de classificar alguns tipos de imagens, como é o caso da fotografia de imprensa. Para ela, as fotografias de imprensa deveriam, supostamente, ter uma função referencial e cognitiva. Porém, se situam entre a função referencial e a expressiva. A explicação da dificuldade reside na possibilidade de revelar, em muitas situações, a personalidade, a sensibilidade e as eleições do operador da câmera fotográfica. E, em último caso, dos editores dos jornais ou revistas.

Para Joly (1996, p. 58), existe uma função que a imagem desempenha muito raramente, ou que simplesmente não pode desenvolver que é a metalinguística. Seus argumentos se baseiam nas possibilidades que tem a linguagem de afirmar ou negar.

A língua pode explicar o que é uma construção positiva ou negativa de uma frase, quais são suas marcas e a natureza dos elementos que entram em jogo. A imagem não pode fazer esse tipo de dis-

curso sobre si mesma: não pode manter um discurso. Ou mesmo nas tentativas orientadas nesse sentido, como a pintura de telas monocromáticas que tentam exaltar a cor pela cor, ou ainda as colagens que exibem as próprias ferramentas (pincéis, tubos de tinta), permanecem ambíguas. De fato, acompanhadas com legendas, essas tentativas não conseguem domar a interpretação do espectador, enquanto o enunciado de uma regra de gramática delimita estritamente seu propósito.

O problema verificado pelos estudiosos da área semiológica persiste na ausência de aportações teóricas aplicáveis universalmente. Os postulados, de fato, não apresentam uma clara timidez ou estão por concluir. É completamente aceitável o fato de que a compreensão de uma imagem, de sua descrição, depende da percepção cultural que o indivíduo tenha.

Se uma determinada imagem pictórica ou fotográfica é disposta para um grupo de pessoas, de uma mesma região e falantes do mesmo idioma, seguramente obteremos uma vasta descrição. Uma parte poderá estar em sintonia com uma determinada interpretação e descrevê-la. Outras pessoas do grupo poderão ter uma ideia completamente distinta, inclusive em oposição frontal, o que pode ser entendido da seguinte forma: não há uma eleição de uma determinada terminologia descritiva e que isso revela eleições perceptivas e de reconhecimento.

A partir desse entendimento, Barthes (1964) reconhece a especificidade da conotação ou a retórica da conotação: a possibilidade que tem uma imagem de provocar uma segunda significação a partir de uma primeira. Aqui cabe afirmar que a conotação apontada por Barthes, em um primeiro momento, estava centrada na imagem publicitária, onde distinguiu vários tipos de mensagens: a mensagem linguística, a mensagem icônica codificada e a mensagem icônica não codificada.

Na linguística, Barthes se adentra nas questões que gravitam em torno dos suportes e também a retórica ou articulação com a

18 mensagem visual. Enquanto o que denominou mensagem icônica codificada, remete aos objetos e as cores que compõem a imagem. Por fim, o que designa como mensagem icônica não codificada está diretamente ligada ao que qualificou como “naturalidade” da mensagem e da utilização da imagem fotográfica.

A partir desses postulados, Joly descreve um cartel publicitário de roupa Malboro Classics, seguindo as seguintes fases: começa pela descrição do anúncio, a verificação da mensagem plástica a partir de seus códigos perceptivos (cores, formas, expressão). O suporte, as dimensões, o enquadramento da imagem (os códigos perspectivos – neste caso de uma imagem fotográfica que mostra parte de um cavalo e um cavaleiro, passando pelos utensílios de montar), o ângulo de tomada, a textura (referente à qualidade da superfície do anúncio), as mensagens icônicas detectadas e a mensagem linguística.

Todos estes passos sugeridos por Joly, para a análise de uma mensagem publicitária podem tomar como empréstimo para abordagem metodológica a análise de conteúdo das imagens publicadas em jornais e revistas de informação geral. Principalmente as capas de revista porque, grosso modo, elas trabalham com fotoilustração e possuem as mesmas características de uma mensagem publicitária.

O que é a capa de uma revista? Mais que um resumo do tema que é considerado como o de maior importância informativa, a capa de uma revista é também publicidade da própria revista. Uma espécie de outdoor, com iscas (atrativos) informativo-interpretativos sobre um ou vários acontecimentos que vão disputar espaço nos quiosques com outras tantas publicações. Como se dissesse “olha o que tenho, olha como o enquadrámos, colorimos, fotografámos ou representámos”.

É importante ressaltar, uma vez mais, a reflexão feita por Baeza (2001, p. 166), de que as imagens das capas das revistas já não são exclusivamente fotojornalísticas:

[...] llamamos ilustrativas, por aplicar requisitos fundamentales de esta función: auxiliar la mejor

comprensión de un objeto, idea o concepto establecido de antemano, pero que también, y fundamentalmente, atienden a ese otro descriptor de la función ilustrativa que es generar interés y atracción hacia lo que se explica.

Gervereau expõe em um exemplo de leitura de uma imagem rupestre de Novo México, Estados Unidos, as especificidades dos estudos de áreas como a história da arte, a semiótica (semiologia) e a história. O historiador da arte se interessará, instintivamente, pelo estilo do documento: compreende um aspecto do graffite e pode estudar sua relação com os graffites dos anos 1980; vai interessar-se pela técnica, pelo material utilizado, se foi realizado por um personagem em particular, se reflete um determinado período, se estava em um momento psicologicamente forte. Refletirá sobre a composição, os traços, o formato, as cores, sobre a maneira de representação dos seres humanos e animais, etc.

O semiólogo, de acordo com Gervereau, se preocupará com maior ênfase pelo sentido da imagem e pelo que o artista queria expressar, os símbolos que utiliza, se preocupará pela composição da cena em termos de lugar significante. Os semiólogos prestarão mais atenção ao que chamam o significante (que expressa o sentido de base: guerreiro, bruxo, pássaro) e o significado (o sentido projetado: imagem de uma queda, de um drama). Os semiólogos poderão traduzir em um esquema essas circulações retóricas da imagem.

Por fim, os historiadores ou pré-historiadores vão expor sua preocupação analisando a imagem a partir da data. Quem fez? Como interpretou a época? Qual foi sua função? Qual era a civilização que operava no Novo México? Trata de uma figura mágica, ritual? Como enterravam seus mortos? A imagem representa a tendência da época ou um período determinado?

Os exemplos das demandas de estudos específicos por áreas de atuação devem ser entendidos, porém não reproduzidos. Há que buscar a interdisciplinaridade e desenvolver investigações que consigam cobrir mais amplamente as possibilidades de extrair

20 resultados importantes sobre o uso da imagem na imprensa. É perceptível, já faz algum tempo, a tendência ao uso da fotoilustração nos jornais e, com mais contundência, nas revistas de informação geral. Nela encontramos fortes características da imagem publicitária e, seguramente, gerará pesquisas sobre sua influência e as possibilidades de mudanças na crença na objetividade da imagem jornalística.

Outro ponto importante para a reflexão se situa na ideia de que a mensagem de uma imagem (seja fotojornalismo ou fotoilustração) não está isolada. Os textos (e com eles as apertações que podem vir do discurso) influenciam e são influenciados pela imagem. Roland Barthes, por exemplo, afirma que o texto representa uma mensagem parasita quando se associa a imagem fotográfica (1982, p. 311).

Esta afirmação de Barthes pode ser mais bem entendida se está exposta em um contexto. Uma imagem de uma catástrofe, imóveis arrasados, corpos enterrados nos escombros são exageradamente polissêmicas. Porém, se acrescentamos a ela um título “Jenin (Palestina) foi arrasada por um terremoto”, a interpretação passa a ser mediada por um fator da natureza. Da mesma maneira se colocamos a foto sob o título “Jenin foi arrasada pelos tanques israelenses”, a interpretação estará condicionada pelas informações de que dispomos sobre o conflito palestino-israelense.

O exemplo de Freund e suas fotografias publicadas em vários jornais de diferentes países refletem bem esta possibilidade de indução à interpretação que possuem os textos em relação à imagem. As imagens eram as mesmas, feitas nas mesmas circunstâncias, porém tinham títulos do tipo “Alta nas bolsas de Paris” e “Pânico na bolsa de Paris”.

Adriano Rodriguez (1994, p. 123-124) faz uma abordagem interessante acerca da relação texto-imagem.

Quando lemos um texto, não podemos prescindir da percepção que as palavras possuem na

superfície de qualquer outro suporte, tal como não podemos deixar de conceber imagens mentais correspondentes as sugestões que a leitura de um texto desperta em nós. Sem estes dois tipos, a que o escrito tem no papel e a que o texto sugere à nossa imaginação, não há leitura possível; para podermos ler um texto teremos de ter, ao mesmo tempo, a capacidade de perceber sua imagem escrita e a competência para realizar imagens mentais adequadas àquilo que o texto sugere [...]. [...] Se por um lado, a leitura de um texto implica um trabalho específico de imaginação, por outro lado, a percepção da imagem não prescinde da capacidade dos discursos.

O texto, em princípio, acompanha as imagens com a intenção de reduzir sua polissemia. Tenta restringir as distintas possibilidades de interpretação a um único sentido. É daí onde canaliza e guia a leitura por parte do espectador, através de títulos e legendas. Desde já, texto e imagem possuem uma relação complexa que suscitou intensos debates.

O título, portanto, é uma boa base, não só para resolver a questão da plasticidade das imagens, como também um forte componente para averiguar a intencionalidade do processo de criação desde o ponto de vista da proximidade política, ideológica, religiosa ou puramente comercial. Como disse Fontcuberta (1993, p. 120) “los principios ideológicos – políticos, sócioculturales y empresario profesionales – de cada medio conforman la orientación del mismo y afectan la redacción de los titulares”.

Van Dijk (1990, p. 29) argumenta que os meios de comunicação reproduzem ideologias formuladas, já que não são um mediador neutro de acontecimentos e expressam associações positivas ou negativas aos personagens constantes nas notícias. Ele cita como exemplo uma situação frequente entre trabalhadores e empresários: os primeiros são apresentados sempre como demandantes e os empresários como integrantes de um grupo que sempre apresentam ofertas.

Não se pretende fazer uma análise exaustiva dos textos (notícias e ou reportagens). A proposição metodológica para pesquisa sobre imagens terá a análise de conteúdo como preocupação central, embora envolva também a relação que se estabelece entre os títulos e outros acompanhamentos textuais. A razão da presente limitação tem como base que “los titulares expresan la información mas importante, mas pertinente o mas sorprendente del relato de la noticia. Al mismo tiempo son interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del medio” (FONTCUBERTA, 1993, p. 117).

De fato, os títulos têm como característica, mais além de resumir o acontecimento, dar a ideia do que vem depois de haver lido, que o leitor se considere informado sobre os fatos da atualidade; persuadir através de uma retórica baseada no tempo dos verbos (em geral no tempo presente) de que o fato passou tal como está sendo relatado. Essa é uma tarefa que começa desde o próprio nome do jornal ou revista: tentam dar uma ideia de atualidade e alcance. Não em vão, possuem nomes como The Times, El País, El Mundo, etc. e mais especificamente, no caso brasileiro, dos impositivos VEJA e ISTO É os impositivos VEJA e ISTO É.

Van Dijk (1990, p. 83) sugere que nas notícias de imprensa também sejam considerados os títulos porque representam a macroestrutura semântica. Aqui há algo importante que assinalar. A forma das letras e sua disposição no desenho da página podem dizer coisas mais além dos conteúdos semânticos. Uma letra disposta em caixa alta ou em negrito pode reforçar ou chamar a atenção para um determinado ponto ou sugerir dados ou associações novas sobre um conteúdo informativo.

Partindo dessas premissas, entendemos que a análise de conteúdo que contemple uma atenção às imagens em sua relação com os suportes linguísticos presentes nos jornais e nas revistas de informação geral é o método mais apropriado para o trabalho de pesquisa que envolva grandes quantidades de imagem. De fato, a definição da análise de conteúdo de Kelinger (1986) resume a

necessidade de um método de estudo que está composto de três partes essenciais: a sistematização, a objetividade e a quantificação.

Há que evitar que a crítica frequente entre os cientistas sociais se torne pertinente, quer dizer, não associar a análise de conteúdo a um simples ato de contar a incidência de um determinado fenômeno. Portanto, se faz necessário buscar a objetividade, a quantificação e a sistematização do objeto analisado. Estes três componentes da análise de conteúdo devem estar explicitamente fixados.

Portanto, a objetividade do estudo é parte preponderante. As categorias de análise devem ser expostas de forma clara, evitando o problema da aplicação pelos observadores analistas (juízes). Dessa forma, as polissemias estariam minimizadas ou distanciadas e quaisquer que sejam os juízes que trabalhem o objeto de estudo poderão chegar aos mesmos resultados.

Com relação à quantificação, é parte essencial de uma proposta de estudo que tenha como base a probabilidade estatística. Independente das críticas que sofre este tipo de investigação é fundamental entender que, para uma análise científica, a instrumentalização matemática ou estatística é parte preponderante.

Por fim, a análise de conteúdo, como qualquer outra forma de investigação científica tem que buscar a operacionalização, de forma sistemática, de todos os indicadores propostos: as categorias de análise, tanto como a amostra selecionada e a formulação de uma teoria explicativa que dê conta dos números encontrados na análise de conteúdo.

Algumas divergências sobre alguns pontos específicos das definições da análise de conteúdo refletem a maturidade desse método, por exemplo de Krippendorff (1997), que define como “uma técnica de investigação destinada a formular, a partir de certos dados, inferências reprodutíveis e válidas que podem aplicar-se a seu contexto”.

Ele ressalta uma diferença entre sua definição e a de Berelson, que afirma ser “una técnica de investigación, objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de

24 la comunicación”. Uma das críticas de Krippendorff sobre a definição de análise de conteúdo feitas por Berelson y Kelinger se baseia no atributo “quantitativo”.

Krippendorff põe os exemplos da propaganda com viés políticos ou militares, da psicoterapia e o dos dados linguísticos por computador como resultados positivos do método qualitativo para o estabelecimento dos fundamentos dos algoritmos adequados. Quanto aos requisitos da técnica, a objetividade e a sistematização, são pontos que existe acordo e neles não cabe nenhuma ponderação sobre sua eficácia.

Apesar das diferenças nas definições por parte de estudiosos qualificados sobre a análise de conteúdo, uma observação importante é que este tipo de metodologia já está consolidado e constitui-se uma importante ferramenta.

De acordo seu uso inicial, durante a segunda Guerra Mundial, a análise de conteúdo deu mostra com Wimmer e Dominick (1996), os serviços de espionagem dos aliados investigavam a quantidade de mensagens emitidas pelas emissoras de rádio na Europa e, mediante sua comparação com as áreas ocupadas pelo exército alemão, estabeleciam o grau de ânimo e dos movimentos das tropas. Este tipo de análise facilitou a detecção, com antecedência, de possíveis incursões do exército alemão e, conseqüentemente, uma resposta por parte dos aliados.

Krippendorff (1997) cita o trabalho desenvolvido por Speed, no ano de 1893, como um dos primeiros em expor as preocupações pela análise quantitativa dos meios de comunicação e por aportar “ideas valiosas”. A partir da pergunta “Se ocupam los periódicos de ofrecer noticias?”, Speed expôs como as informações sobre esportes e escândalos estavam ocupando espaços antes reservados a questões religiosas, científicas y literárias, entre o período de 1881 e 1893.

Uma das características do método da análise de conteúdo é possibilitar a observação dos produtos culturais. Uns produtos gerados pela indústria da cultura, caracterizadas por Ortega y Humanes (2000, p. 37) como:

Corporaciones en las que se integran diversas formas institucionales de crear cultura que con anterioridad gozaran de autonomía (relativa), que hoy se han disuelto en vastos conglomerados en los que la cultura ha quedado subordinada al eje dominante de la comunicación, yá se entienda ésta en su sentido convencional (los medios de comunicación) o multimedial.

Por suas características, a análise de conteúdo vem sendo empregada nas mais diversas áreas do conhecimento. A psicologia, a sociologia, a publicidade, e a comunicação social (meios de comunicação) são as áreas mais fecundas. Os estudos sobre representação dos negros na imprensa de Filadélfia (SIMPSON, 1934), os conceitos de “atitude” para a psicologia, que também se iniciaram nesta época, dos discursos dos presidentes dos Estados Unidos (MCDIARMID, 1937), a análise da comunicação pública desde a teoria psicanalítica dos fatos (LASSWELL, 1938), são alguns dos exemplos do emprego da análise de conteúdo em sua fase inicial.

Estas experiências iniciais deram origem e estabeleceram conceitos para as investigações futuras. Por exemplo, abundam artigos e teses científicas que utilizam a análise de conteúdo como metodologia nas mais diversas áreas do conhecimento. Os estudos sobre a violência dos programas televisivos, o estabelecimento da agenda dos meios de comunicação, os estudos de gênero, etc. ganham espaço e estão registrados em livros e revistas especializadas na investigação sobre os meios de comunicação.

Apesar da fertilidade das investigações geradas pela análise de conteúdo, os estudos que tem como base a análise das imagens fixas parecem não acompanhar o mesmo ritmo de produção de outras áreas. Vilches (1997, p. 14), já na apresentação de seu livro *Teoría de la Imagen Periodística*, rememora a pequena porcentagem de estudos destinados à dimensão visual da informação que tenham como base a semiótica, a retórica e a psicologia.

Los pocos estudios que existen tanto en Europa como en los EE. UU. sobre la foto de prensa coinciden en considerar el alto valor comunicativo de la foto en la página impresa: desde su función de señuelo para cazar al lector hasta la cognoscitiva para mejor comprender la narración de las noticias. Pero, por lo menos hasta el momento, estas investigaciones se refieren especialmente al ámbito exclusivamente sociológico, utilizando para sus investigaciones de campo generalmente el análisis de contenido. No existen casi estudios emprendidos desde otras disciplinas como la semiótica, la retórica o la psicología. El `lenguaje` y el sentido, las estrategias comunicativas y persuasivas y la relación entre foto y lector no han sido abordados hasta el momento en forma sistemática.

As causas apontadas por Vilches como responsáveis do “vació interdisciplinar”, com respeito a fotografia de imprensa, são a ausência de uma autonomia e consolidação teórica por parte da semiótica e a retórica da imagem. Unida ao “colonialismo de la lingüística”, sobre “todo el dominio de los lenguajes icónicos”. Ele cita a dificuldade de produzir trabalhos na área da semiótica e retórica das imagens acessíveis com maior grau de imediatismo e “accesibles a un público amplio” e com “bases sólidamente científicas”.

As observações de Vilches são contundentes e refletem as causas da ausência de quantidades mais significativas de investigações sobre a fotografia de imprensa. Aqui se faz importante abrir um parêntese e voltar às preocupações que vão mais além da ainda indefinida base teórica por parte das disciplinas semiótica e retórica da imagem.

Há que perceber que os espaços destinados ao fotojornalismo estão, às vezes, sendo invadidos por uma nova e perigosa forma de representação dos fatos: a fotoilustração. O fotojornalismo, de igual e discutível objetividade, já não é a grande fonte atrativa e persuasiva nas capas das revistas de informação e mesmo nos jornais diários é possível perceber o crescente volume de fotoilustrações. Está sendo substituído, graças aos ajustes empresariais dos custos

e a um conjunto de inovações tecnológicas, que vão desde as novas câmeras fotográficas digitais até os programas para tratamento e edição de imagens como photoshop.

Partindo dessa constatação, é possível afirmar que, em muitos casos a investigação da representação em termos de imagem na imprensa não necessita de algo mais que aportes teóricas de disciplinas isoladas. Há que beber de várias fontes: sociologia, história, semiótica, retórica da imagem. Ademais, o uso do método da análise de conteúdo não invalida as contribuições que possam aportar o conjunto das disciplinas.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Leon Battista. Da Pintura. Campinas: Editora da Unicamp, 1989. BAEZA, J. Invocación y modelo. Las nuevas imágenes de la prensa (158-171). In: **Revista Anàlisi**, nº 27, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.

_____. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análisis de contenido**. Madrid: Ediciones Akal, 1986.

BARTHES, Roland. A Mensagem Fotográfica. In: **Teoria da Cultura de Massa**. LIMA, Luiz Costa (Org.), Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1982.

_____. Éléments de semiologie. In: **Communications**. nº 4. Paris, Seuil. BIRREN, Faber. Color psychology and color therapy: a factual study of the influence of color on human life. New Jarsey: Citadel Press, 1978.

CANCLINI, Nestor Garcia. Fotografia e Ideologia: lugares comuns. In: **Comunicação e Sociedade**. São Paulo, Ed. Cortez, 1993.

- 28 COUCHOT, Edmond. Novas imagen, novos modelos: da representação à simulação. In: **Imagem Máquina**. PARENTE, André (Org.). Rio de Janeiro:Editora 34, 1996.
- DUBOIS, Philippe. **El acto fotográfico**. Barcelona: Paidós, 1986.
- ENCABO, Manuel Nuñez. Ética y medios de comunicación. In: **Ética laica y sociedad pluralista**. Madrid: Editorial Popular, 1995.
- FOZZA, Jean-Claude; GARAT, Anne-Marie; PARFAIT, Françoise. **Petite Fabrique de l' image**. Magnard. Paris: Ed. Galimard, 1993.
- FREUND, Gisèle. **Fotografia y Sociedade**. Lisboa: Comunicação e Linguagem, 1989.
- FONTCUBERTA, M. **La noticia – pistas para percibir el mundo**. Barcelona: Paidós Comunicaíón, 1993.
- GERVEREAU, Laurent. **Voir, comprendre, analyser les images**. Paris: Éditions La découverte, 1994.
- KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología del análisis de contenido: teoría y práctica**. Bar- Olhares Múltiplos 34 Capa Sumário eLivre celona: Paidós, 1997.
- MACHADO, Arlindo. **A Ilusão Especular: introdução à fotografia**. São Paulo: Brasiliense/FUNARTE/ Instituto Nacional da Fotografia, 1994.
- PEIRCE, Charles Sanders. On a new list of categories, en **Proceeding of the American Academy of Arts and Sciences**, vol. 7, 1867.
- PANOFSKY, Erwin. **Studies in iconology**. Oxford University Press, 1939.

RODRIGUES, Adriano Duarte. A experiência cultural na era da informação. In: **Comunicação e Cultura**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

SAUSURRE, Ferdinand. **Cours de lingistique générale**. Paris, 1916.

VAN DIJK, T. A. **La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información**. Barcelona: Paidós Comunicación, 1990.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1997.

PEIRCE, Charles Sanders. **On a new list of categories, en Proceeding of the American Academy of Arts and Sciences**, vol. 7, 1867.

PANOFSKY, Erwin. **Studies in iconology**. Oxford University Press, 1939.

RODRIGUES, Adriano Duarte. A experiência cultural na era da informação. In: **Comunicação e Cultura**. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

SAUSURRE, Ferdinand. **Cours de lingistique générale**. Paris, 1916.

VAN DIJK, T. A. **La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información**. Barcelona: Paidós Comunicación, 1990.

VILCHES, Lorenzo. **Teoría de la imagen periodística**. Barcelona: Paidós, 1997.

O MOMENTO DECISIVO no fotojornalismo atual: a importância da *métis* na atuação do fotógrafo¹

Andréa Karinne Albuquerque Maia²

RESUMO

Desde a origem, a fotografia tem passado por constantes transformações que interferem na atuação do fotógrafo, essas mudanças facilitam o exercício da função, e exigem à adaptação às novas realidades. No fotojornalismo, o ápice do trabalho está no *momento decisivo*, uma síntese do fato jornalístico cristalizado através da imagem. O avanço tecnológico tem facilitado a captação desse momento. Sobretudo, através do registro em HD (*high definition*), e posterior seleção do fotograma que melhor representa o acontecimento. Com o objetivo de lançar um olhar sobre essa questão, recorre-se ao conceito de *métis*, entendida como uma espécie de inteligência voltada para a ação prática, considerando ser uma competência essencial para a atuação no jornalismo. O aporte metodológico adotado é a pesquisa bibliográfica sobre o tema.

-
- 1 Artigo atualizado e ampliado, apresentado originalmente no 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado em Curitiba –PR, no período de 8 a 10 de novembro de 2012. Com versão publicada na Revista Estudos da Comunicação, v. 14, n. 33, 2013.
 - 2 Professora do Departamento de Comunicação da UFPB. Mestre em Comunicação, pela mesma Instituição, com MBA em Gestão Estratégica de Pessoas (UEPB), Bacharel em Comunicação nas habilitações Relações Públicas e Jornalismo (UFPB). Vice-líder do Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo (Grupecj-UFPB). Pesquisadora filiada à Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo - SBPJor, à Rede Folkcom e Representante da Intercom no Estado da Paraíba. E-mail: andreakarinne@gmail.com.

Palavras-chave: fotojornalismo; *métis*; momento decisivo; atuação do fotógrafo; jornalismo.

INTRODUÇÃO

No jornalismo, a ideia de que o fotógrafo representa os olhos de quem não pode estar em determinado lugar, é disseminada há muito tempo. Cabendo ao profissional fazer o registro mais próximo e fiel da realidade. Missão que exige mais que bons equipamentos, e sim uma espécie de inteligência prática.

O fotógrafo estuda a melhor maneira para conseguir captar o *momento decisivo*, a imagem única capaz de materializar o instante. Esse processo é anterior ao ato de fotografar, fazendo com que o profissional acione várias hipóteses que podem ou não se concretizar no fato jornalístico, que está em via de ser construído. É, portanto, um exercício de estratégia, a partir da análise do cenário e previsibilidade dos movimentos futuros.

Observando as competências inerentes à atuação do profissional de fotojornalismo, encontra-se muitas semelhanças com o conceito de *métis*, cunhado pelos Gregos para designar um tipo de inteligência comprometida com a prática. Sobretudo, no registro do *momento decisivo*, a exemplo do senso de oportunidade, da antevisão do futuro, uma agilidade planejada advinda de uma longa experiência adquirida. Sendo oposta à força bruta e ao conhecimento fixo e exato.

Além da *métis*, o fotógrafo necessita dominar a técnica necessária para manipular adequadamente os equipamentos e acessórios específicos da área. Nesse aspecto, tais dispositivos também exercem um papel determinante, para que o resultado esperado pelo profissional seja alcançado. Em tempos de gravação em HD (*high definition*), o fotógrafo tem a possibilidade de registrar uma cena em formato de vídeo e, em seguida extrair o fotograma referente ao momento mais importante.

Diante do exposto, pretende-se lançar um olhar sobre o *momento decisivo* no fotojornalismo, por meio da discussão de

32 conceitos relacionados à fotografia (especialmente ao fotojornalismo), à atuação profissional, à *métis*, ao domínio da técnica, aos avanços tecnológicos na área e suas influências na rotina produtiva, buscando identificar de que maneira esses elementos se conectam, para esse fim, adota-se como base metodológica a pesquisa bibliográfica.

Fotojornalismo: Evoluções históricas e atuação profissional

O fotojornalismo moderno surgiu na Alemanha na década de 1920, com o objetivo de informar sobre assuntos da atualidade por meio da junção da fotografia com o texto. Para Sousa (2002) o conceito amplo de fotojornalismo inclui o trabalho do fotodocumentarista, já que suas fotos são geralmente difundidas por meio da imprensa e, possui a finalidade básica de documentar a realidade e informar por meio do uso da fotografia.

O termo pode abranger quer as fotografias de notícias, quer as fotografias dos grandes projetos documentais, passando pelas ilustrações fotográficas e pelos *features* (as fotografias intemporais de situações peculiares com que o fotógrafo depara), entre outras (SOUSA, 2002, p. 8).

No entanto, no sentido restrito Sousa (2002) considera que o fotojornalismo é composto unicamente pelo profissional que está à disposição dos veículos de comunicação para realizar a cobertura fotográfica dos temas factuais, especialmente a notícia. Sendo assim, ao contrário do fotodocumentarista que atua através de projetos fotográficos e com temas atemporais, o fotojornalista, dificilmente conhece antecipadamente o motivo que irá fotografar na sua pauta diária, muitas vezes, tendo que realizar várias pautas de diferentes editoriais num único expediente.

O profissional de fotojornalismo busca resumir o fato jornalístico por meio do uso das imagens, um trabalho que exige uma análise prévia da situação e dos personagens que fazem parte da cena. Portanto, o exercício dessa atividade requer uma série de competências específicas, que muito se aproximam das características

da *métis*, habilidades que vão além da técnica necessária para o manuseio dos equipamentos.

Sousa (2002, p. 9, grifo do autor) descreve algumas dessas características “*Sensibilidade, capacidade de avaliar as situações e de pensar na melhor forma de fotografar, instinto, rapidez de reflexos e curiosidade* são traços pessoais que qualquer fotojornalista deve possuir, independentemente do tipo de fotografia pelo qual enverede.”

Os avanços tecnológicos na história do fotojornalismo exerceram uma notória influência na atuação do fotógrafo. Além de definirem épocas, essas transformações determinaram a rotina produtiva dos profissionais e a maneira como a sociedade atribuiu significado a foto na imprensa.

Entretanto, não se pretende traçar um panorama detalhado a respeito do processo histórico do fotojornalismo, busca-se apenas elencar algumas questões que propiciam uma visão geral da atuação do fotógrafo em determinadas épocas.

O *half-tone* propiciou o surgimento da primeira foto num jornal, produzida por meio mecânico. A imagem foi publicada no *Daily Graphic* de 4 de março de 1880, em Nova York. Até então, as reproduções eram totalmente artesanais, através de técnica baseada em gravura na madeira. Mas, foi só em 1904 que o jornal *Daily Mirror*, na Inglaterra, passou a ilustrar suas páginas unicamente com fotografias. O *Illustrated Daily News*, em Nova York, seguiu o mesmo procedimento em 1919 (FREUND, 1989).

Nessa época, além da ampliação dos meios de transporte, através da expansão das estradas de ferro, observa-se que alguns avanços de ordem tecnológica na área da fotografia impulsionaram o surgimento de um ambiente propício para a utilização da fotografia na imprensa.

A mecanização da reprodução, a invenção da placa seca de gelatino-brometo que permite a utilização de placas preparadas antecipadamen-

te (1871), a melhoria das objetivas (as primeiras objetivas astigmáticas são construídas em 1884), a película em rolos (1884), o aperfeiçoamento da transmissão de uma imagem por telegrafia (1882) e mais tarde por belinografia abriram caminho para a imprensa (FREUND, 1989, p. 106).

Freund (1989) considera que o início do fotojornalismo se deu na década de 1920 na Alemanha, quando a fotografia na imprensa deixa ser publicada de forma isolada, servindo apenas para ilustrar a notícia, e passa a contar a história, juntamente com outras fotografias, nas quais os textos figuram apenas em pequenas legendas.

Sousa (2002) relata que na Alemanha após a Primeira Guerra, as artes, as letras e as ciências passam por um período de grande efervescência, ressoando no desenvolvimento da imprensa, como resultado, entre 1920 e 1930, a Alemanha tornou-se o país com o maior número de revistas ilustradas. Vários países seguiram o modelo editorial dessas revistas, a exemplo da França, Reino Unido e Estados Unidos por meios das revistas: *Vu*, *Regards*, *Picture Post* e *Life*. Além disso, tentou-se copiar o sucesso dessas publicações em todo o mundo.

O autor explica ainda que, partir da década de 1930 surgem vários manuais que buscam preparar os novos profissionais para o ofício de fotojornalista. A concorrência e a necessidade de rapidez resultam na doutrina do *scoop*, ou seja, na cobertura baseada numa única foto, exclusiva e em primeira mão. Nessa época, o *flash* de magnésio também impedia que fosse realizada mais de uma foto, pois o seu cheiro nauseabundo afastava as pessoas do fotógrafo.

A aparição de máquinas fotográficas como a Leica, mais pequenas e providas de objectivas luminosas, possibilitou a obtenção de imagens espontâneas e de fotografias de interiores sem iluminação artificial, o que permitiu a aparição da “fotografia cândida” (*candid photography*). O

valor noticioso sobrepôs-se, pela primeira vez, à nitidez e à reprodutibilidade enquanto principal critério de seleção (SOUSA, 2002, p. 14-15).

Quando Hitler assume o poder em 1933, o fotojornalismo alemão entra em declínio, pois os profissionais sofrem perseguições políticas e, acabam se exilando em outros países espalhados pelo mundo. Nos Estados Unidos o fotojornalismo se consolida nos jornais diários. E após a Segunda Guerra Mundial as agências fotográficas ganham notoriedade. As novas rotinas produtivas e convenções resultam na banalização do produto, através das fotos de *fait-divers* (SOUSA, 2002).

Nos anos cinquenta, as agências noticiosas com serviço de fotonotícia, enfrentam uma acirrada concorrência, no que se refere à cobertura e ao nível tecnológico. Entre as principais, destaca-se a *United Press International* (UPI) e a *Associated Press*.

Há outros pontos interessantes no que respeita aos cenários de desenvolvimento do fotojornalismo no pós-guerra e anos posteriores. Trata-se da expansão (a) da imprensa cor-de-rosa, (b) das revistas eróticas “de qualidade”, como a *Playboy* (1953), (c) da imprensa de escândalos e (d) das revistas ilustradas especializadas em moda, decoração, eletrônica e fotografia, entre outros temas (que, em muitos casos, sobreviverão à concorrência com a televisão), (SOUSA, 2002, p.23).

Na década de 1970, a concorrência fortaleceu o jornalismo sensacionalista com a espetacularização da informação. Sousa (2002, p. 27) revela que “começa a evidenciar-se uma produção fotojornalística de feições industriais, que leva à diminuição do *freelancing*, à estabilização dos *staffs* de fotojornalistas nas empresas e à consequente maior convencionalização e rotinização do fotojornalismo.”

A partir de 1980, o uso das câmaras fotográficas se populariza, e se acentuam questões ligadas ao direito à privacidade, tornando-se

36 difícil definir os limites do fotojornalismo. Os fotógrafos passam a usar o computador para melhorar a qualidade das fotos, editando cores, enquadramentos e temperaturas (SOUSA, 2002).

No que se refere aos avanços na área da fotografia, um dos que mais recentemente influenciaram completamente o fotojornalismo foi a chegada da fotografia digital nos jornais. Silva Junior (2012) aponta o ano de 1990 como data inicial da inserção da fotografia digital nas redações dos jornais, esse processo se deu de modo progressivo, se consolidando apenas em meados da década de 2000. O autor elenca três fases principais do uso da fotografia digital aplicada ao fotojornalismo: *pré-adaptativa*, *adaptativa* e *convergente*.

Para Silva Junior (2012) a etapa *pré-adaptativa* é marcada pela presença das duas tecnologias: analógica e digital. Nesse período, há uma convivência entre os profissionais da fotografia analógica e os primeiros fotógrafos que trabalham com base digital. Mas, o domínio tecnológico limitava-se as atividades do entorno fotográfico, como revelar, ampliar e editar o material. Em geral, a produção era voltada para veículos impressos e, quando muito, para a internet, e não havia a integração da fotografia com materiais multimídia.

Na fase seguinte, que Silva Junior (2012) designou como *adaptativa*, o fotojornalismo eliminou o uso de dispositivos analógicos, a exemplo do filme e da fotografia em papel. Há uma predominância de fotógrafos já adaptados ao ritmo do trabalho digital e com polivalência operacional, por meio do domínio dos sistemas informacionais. Ainda não há um predomínio de modelos de trabalho coletivo ou cooperativo, e a produção voltada para a multimídia e multiplataforma é caracterizada como dispersa.

A terceira e atual etapa é apontada pelo autor como *fotojornalismo convergente*, na qual as características da fase *adaptativa* são potencializadas. Os resultados desse modelo de convergência no processo de fotojornalismo digital são descritos abaixo.

[...] a presença de fotógrafos que jamais usaram filme, a orientação editorial no sentido

do uso regular de fotografia e vídeo – recurso hoje existente nas câmeras profissionais – e a demanda por uma necessária polivalência profissional, capaz de lidar com sistemas fotográficos e digitais. As maiores mudanças, contudo, ocorrem na consolidação e aceitação da edição do material em formato multimídia; a produção para outras plataformas e meios de modo regular e a geração de externalidades no contexto do trabalho (SILVA JUNIOR, 2012, p. 36-37).

Mesmo atuando na era do fotojornalismo convergente, muitos profissionais não dominam as competências necessárias para explorar todas as possibilidades dessa linguagem recente que une fotografia e multimídia. Já que, a mudança de suporte não resolve a falta de conhecimento específico para lidar com a fotografia na sua fase atual (SILVA JUNIOR, 2012).

Todas as fases evolutivas do fotojornalismo impulsionaram mudanças no exercício profissional. Nesse sentido, há duas perspectivas que devem ser analisadas, a primeira delas refere-se ao avanço científico, que proporcionou uma maior praticidade ao ato de fotografar.

A segunda perspectiva se dá no âmbito dos profissionais, que precisam se adequar às novas tecnologias, através da troca de equipamentos que se tornam obsoletos. Além disso, o fotógrafo necessita passar por uma renovação de seus conhecimentos, visando o domínio de uma nova linguagem, que permite exercer plenamente as possibilidades oferecidas pela nova tecnologia.

A inteligência prática e a deusa Méti

Na Grécia, as narrativas mitológicas estão repletas de deuses e heróis que conseguem superar grandes obstáculos, por serem dotados de uma característica ou dom especial, que os distingue dos humanos. A deusa Méti foi a primeira esposa de Zeus e

38 mãe de Athena. Burkert (1993 apud JOURDAN, 2009) conta que Zeus foi avisado por Gaia e Céu, de que um filho dele com Métis poderia destroná-lo, temeroso com o que pudesse acontecer ele engoliu Métis.

Com palavras sedutoras, chamou-a. Ela [Métis] se aproximou, e quando menos esperava, Zeus a agarrou e a engoliu como a um peixe. [...] Passado o tempo necessário para o nascimento, Zeus quis libertar a filha. Apelou para Hefesto, que, com uma hábil machadada, abriu-lhe uma fenda no crânio, por onde a deusa em armas saiu, soltando um estridente grito de guerra. (POUZADOUX, 2001, p. 35-36).

Vieira (2008 apud JOURDAN, 2009) declara que Zeus teria engolido Astúcia [Métis] para absorver todo o ardil que vinha dela, tomando para si a *métis*, entendida como um tipo de artifício, uma astúcia com prudência, que deve ser usada quando a força física não é capaz de resolver uma determinada situação. De acordo com Hesíodo a deusa Métis é dotada de grande saber, sendo ela a própria personificação da inteligência.

De Métis, Hesíodo nos diz que ela sabe mais coisas do que todos os outros deuses e, é claro, do que todos os homens mortais: é a própria inteligência, a astúcia personificada. [...] ela engravida: espera uma filha de Zeus, a futura Atena, que, justamente, será ao mesmo tempo a deusa da astúcia, da inteligência, das artes e da guerra — mas, como eu disse, da guerra estratégica e tática (FERRY, 2009, p. 67).

Assim, os gregos criaram o termo *métis* para designar uma espécie de inteligência destinada à realização de ações práticas. A noção de *métis* é bastante abrangente e pode ser aplicada em várias situações. Para ilustrar tal afirmativa, apresenta-se o seguinte conceito de *métis*.

[...] uma forma de pensamento, um modo de conhecer; ela implica um conjunto complexo, mas muito coerente, de atitudes mentais, de comportamentos intelectuais que combinam o faro, a sagacidade, a previsão, a sutileza de espírito, o fingimento, o desembaraço, a atenção vigilante, o senso de oportunidade, habilidades diversas, uma experiência longamente adquirida; ela se aplica a realidades fugazes, móveis, desconcertantes e ambíguas, que não se prestam nem à medida precisa, nem ao cálculo exato, nem ao raciocínio rigoroso. (DETIENNE; VERNANT, 2008, p. 11).

A *métis* é formada por uma multiplicidade de competências que muito se aproxima das técnicas utilizadas pelos fotógrafos no exercício da profissão. Tais características são expressas através da identificação e o aproveitamento da melhor oportunidade, resultante de uma experiência longamente adquirida. Além disso, constitui um dom prometeico, o que Rodrigues (1997, p. 76) aponta “etimologicamente uma *pro-meteia*, uma inteligência da previsibilidade e da antevisão das oportunidades”, sendo contrária à inteligência *epi-meteica*, que busca remediar algo que já aconteceu.

Sousa (2002) traça um perfil do fotojornalista que contempla competências da *métis*. “Os fotojornalistas necessitam de reunir intuição e sentido de oportunidade quer para determinarem se uma situação (ou um instante numa situação) é de potencial interesse fotojornalístico, quer para a avaliarem eticamente, quer ainda para a representarem fotograficamente.” (SOUSA, 2002, p. 10).

A *métis* opera em todos os níveis, compreendida como uma inteligência voltada para a prática, sempre confrontada com obstáculos que precisa dominar, usando manha para obter sucesso nos mais diversos tipos de ação. Vieira (2008 apud JOURDAN, 2009, p. 4) revela que “Um homem possuidor da *métis* tem uma sabedoria que é variada e que lhe permite um grande leque de recursos, de desembaraços para as situações críticas ou para o melhor exercício de um ofício”.

O indivíduo dotado de *métis* age de maneira rápida, mas não significa que sua ação seja fruto de um impulso, pressupõe um planejamento que mesmo sendo rápido está fundamentado numa articulação complexa do pensamento. Assim como, o fotógrafo age aparentemente de forma impulsiva, no entanto, todas as suas escolhas estão balizadas pelo domínio de conhecimentos técnicos concebidos anteriormente ao longo de sua experiência profissional.

A questão da técnica e a atuação do fotógrafo

A técnica é de grande importância para a modernidade, a evolução dos objetos técnicos depende do nível de conhecimento científico disponível racionalizado e transformado em tecnologia. Portanto, o domínio dessa tecnologia é de grande importância para que o fotógrafo possa materializar o que planeja através da imagem.

A técnica só é importante na medida em que devemos dominá-la para comunicar o que vemos. Nossa própria técnica pessoal tem que ser criada e adaptada unicamente a fim de tornarmos nossa visão eficiente sobre o filme. [...] De qualquer maneira, as pessoas pensam exageradamente em técnicas e não pensam suficientemente em ver. (CARTIER-BRESSON, 1952, p. 8)

Para Heidegger (1986 apud RODRIGUES, 1997, p. 82) a técnica é ao mesmo tempo, atividade realizada pelo homem e o meio para atingir determinados fins, essas duas formas complementares caracterizam o conjunto do fabrico e da utilização dos utensílios. Assim, fazem parte do que é técnica: as coisas que são fabricadas e as necessidades e os fins para que servem, ou seja, a técnica é um dispositivo instrumental.

Para Rodrigues (1997) o princípio fundamental que rege a evolução dos objetos técnicos é a *hipertelia*, que compreende a

adaptação às condições materiais e humanas da sua produção e às tarefas que se destinam no mundo. O grau de naturalização do objeto técnico é medido pela sua autonomia no meio artificial, por suas funções específicas e pela semelhança com a estrutura orgânica e o modo de funcionamento sinérgico dos objetos naturais.

Na infância, a relação do homem com a técnica é de *minoridade*, pois seu uso depende do meio ambiente em que o indivíduo está inserido, e exige um saber implícito regido pelo hábito e não pela reflexão, trata-se de um conhecimento intuitivo, esotérico, instintivo e participativo, algo semelhante ao saber do aprendiz e do artesão. Enquanto que, na relação de *maioridade*, presente na fase adulta, há a tomada de consciência da tecnicidade, constituindo uma relação teórica à técnica, de natureza discursiva, universal racional e exotérica do conhecimento técnico (SIMODON apud RODRIGUES, 1997).

Assim, o fotógrafo profissional domina a técnica numa relação inicial de *maioridade*, para em seguida desenvolver uma familiaridade tal que, durante o ato fotográfico, passa a expressar um domínio já automatizado, como se não houvesse uma reflexão sobre a técnica. No entanto, isso não significa que ele não acione os conhecimentos adquiridos anteriormente, o que ocorre é que, sua relação com a técnica torna-se de *minoridade*, algo já naturalizado como na infância.

O Momento Decisivo na atuação do fotógrafo

Na discussão sobre fotografia, especialmente em se tratando do Fotorjornalismo não se pode deixar de mencionar o *momento decisivo*, compreendido como o quadro mais importante de uma determinada cena, na qual todos os objetos se harmonizam como se pousassem para que o fotógrafo pudesse registrar aquele momento único na sua forma mais genuína. Nesse sentido, mas do que sorte,

42 tal ação exige do profissional o domínio da técnica, sagacidade e senso de oportunidade, competências que assim como a *métis* são adquiridas através da experiência.

Considerado o criador do termo em análise, o fotógrafo Henri Cartier-Bresson escreveu em 1952 um artigo intitulado *Momento decisivo*, no qual define fotografia como sendo “o reconhecimento simultâneo, numa fração de segundo, da significância de um acontecimento, bem como, de uma organização precisa de forma que dão a esse acontecimento sua expressão adequada”. Bresson tornou-se referência por suas fotos, famosas por materializar o momento perfeito de uma cena.

Apesar de Bresson ser considerado uma lenda do fotojornalismo, é importante salientar que ele não vivia sob o ritmo industrial das empresas de comunicação, ou seja, não estava sob o modelo de produção capitalista, no qual, muitas vezes, o profissional precisa realizar o registro de cinco pautas num único expediente de trabalho, em virtude da exiguidade do tempo. Talvez, seja por essa razão que Cartier-Bresson (1952, p. 2) passeava pelas ruas da cidade durante todo o dia, munido de uma Leica, com a intenção de “capturar a vida - e preservá-la no ato de viver. Mais do que tudo, ansiava por capturar, nos limites de uma fotografia, toda a essência de uma situação que estivesse no processo de se desenrolar diante de meus olhos”.

Portanto, não se pode esquecer que o tempo é um fator essencial quando se trata de fotojornalismo, em virtude do *deadline*, do tempo limite para a finalização da edição do jornal, que estará nas bancas no dia seguinte. Bresson (1952) explica que algumas vezes a foto é realizada em poucos segundos, e em outras situações o trabalho requer horas de espera do profissional, algo que seria inexecutável para o fotojornalista que trabalha num jornal diário. Cartier-Bresson (1952, p. 3) acrescenta que “[...] Não existe nenhum plano padronizado, nenhuma regra que oriente o trabalho. A ordem é manter o cérebro alerta, o olho e o coração alerta; e ter elasticidade no corpo.”

Ainda sobre essa questão do tempo, o quesito instantaneidade é bastante presente no *momento decisivo*, pois a cena não espera para ser captada pelas lentes do profissional.

O fotógrafo deve se assegurar, ainda na presença da cena que está se desenrolando, de que não deixou nenhuma lacuna, de que deu verdadeiramente expressão ao significado da cena em sua totalidade, pois depois será tarde demais. Nunca poderá repetir a cena para voltar a fotografá-la. (CARTIER-BRESSON, 1952, p. 3).

Antes de fazer o registro fotográfico, o profissional “desenha” um quadro mental da foto, levando em consideração seus conhecimentos técnicos e sensíveis sobre a questão da composição, uma variável de grande importância para a captação do *momento decisivo*, como ilustra Bresson ao se referir à espera que antecede a foto.

[...] Alguém subitamente penetra no campo de visão do fotógrafo. Ele acompanha o caminhar através da sua objetiva. Espera e espera e finalmente aperta o botão e sai com a sensação (embora não saiba bem por que) de que realmente conseguiu obter alguma coisa boa. Esta sensação, tira uma cópia desta foto, traça sobre ela as figuras geométricas que surgem durante a análise, e vai observar que, se a câmara disparou no momento decisivo, o fotógrafo fixou instintivamente uma composição geométrica sem a qual a fotografia estaria desprovida tanto de forma como de vida. (CARTIER-BRESSON, 1952, p. 7)

O objetivo da composição é organizar os elementos plásticos que aparecem no visor para proporcionar significado a uma cena. Sendo fruto da união de fatores técnicos e de conteúdo, conhecimento essencial para o pleno exercício da linguagem fotográfica. (GURAN, 1992). Além desses fatores, a escolha do melhor momento também faz parte da composição.

Enfim, pode-se sublinhar que o tempo exerce duas grandes influências no ofício de fotojornalismo. A primeira delas se dar de forma verticalizada, marcada pela exiguidade do tempo para realização das pautas diárias, impostas pela própria concepção de atualidade do jornalismo. A segunda delas decorre do tempo no qual se desenrola a cena a ser capturada pelas lentes do fotógrafo. Sobre essa questão Cartier-Bresson (1952, p. 4) declara. “Nós, fotógrafos, lidamos com coisas que estão continuamente desaparecendo e, uma vez desaparecidas, não há nenhum esforço sobre a terra que possa fazê-las voltar. Não podemos revelar ou copiar uma memória”.

A relação do fotógrafo com o objeto a ser fotografado é bastante fluída e, exige do profissional um conhecimento prévio e preciso. Pois, uma imagem é passível de várias significações que vão depender do imaginário do observador, e para diminuir as possibilidades de polissemia o fotógrafo precisa dominar uma *linguagem de instante*, como propõe Sousa (2002).

Os fotojornalistas trabalham [...] numa *linguagem do instante*, procurando condensar num ou em vários instantes, “congelados” nas imagens fotográficas, toda a essência de um acontecimento e o seu significado. Portanto, o foto-repórter tem de discernir a ocasião em que os elementos representativos que observa adquirem um posicionamento tal que permitirão ao observador atribuir claramente à mensagem fotográfica o sentido desejado pelo fotojornalista (SOUSA, 2002, p.10, grifo do autor).

O conceito de *instante* foi cunhado inicialmente pelo historiador Gaston Roupnel, em seu estudo *Siloë*, ele lança um olhar sobre a História numa perspectiva de tempo descontinuada, em *instantes*. O filósofo e poeta Gaston Bachelard ampliou esse pensamento e o comparou com a teoria da *duração* proposta por Henri Bergson. E, a crítica dessa análise resultou no livro “*A intuição do instante*”.

Nessa obra, Bachelard (2007) se identifica com a visão de Roupnel, para o qual a verdadeira realidade do tempo é o *instante*. E passa a contestar a ideia de Bergson, segunda a qual, o tempo seria uma *duração* contínua que se atualiza a cada contração, sendo o presente apenas um grau mais contraído do passado. Para ele, o *instante* seria apenas uma abstração, desprovida de realidade. Esta última afirmação de Bergson é veementemente refutada por Bachelard (2007, p. 22-23) no trecho que segue.

Que potência sobrenatural, situada fora da duração, fará então o favor de marcar com um signo decisivo uma hora fecunda que, para durar, deve, apesar de tudo, começar? [...] se passarmos ao domínio das mutações bruscas, em que o ato criador se inscreve abruptamente, como não compreender que uma nova era se abre por um absoluto? Ora, toda evolução, na medida em que é decisiva, é pontuada por instantes criadores. (BACHELARD, 2007, p. 22-23).

Para Bachelard (2007), o tempo é semelhante a um segmento de reta formado por muitos pontos, que seriam vários *instantes* descontínuos. E, a duração não tem força direta, pois o tempo real só existe pelo *instante* isolado. Sendo um ato, uma decisão instantânea que contém toda a essência de originalidade.

Enfim, para o fotojornalismo, os conceitos: *momento decisivo* e *instante* exercem uma importância capital, pois abordam noções referentes à temporalidade, numa perspectiva da dinâmica dos acontecimentos que ocorrem no mundo. Ratificando que, cada *instante* marca o início de uma nova realidade que precisa ser registrada antes que se expire inteiramente. E que, o *momento decisivo* é a cristalização do fato em sua mais completa significação.

Sebastião Salgado e o Caso Reagan

Há alguns questionamentos a respeito do *Momento decisivo*, sobretudo em relação ao tempo, que para Henri Cartier-Bresson é

46 muito maior do que o tempo disponibilizado no fotojornalismo factual. Nesse sentido, a sequência de fotografias do atentado sofrido pelo então Presidente dos Estados Unidos, Ronald Reagan, em 30 de março de 1981, captada pela lente do fotógrafo brasileiro Sebastião Salgado ilustra o *Momento decisivo* e a influência da sorte na realização do trabalho.

O brasileiro Sebastião Salgado, que passava por Nova York, atuava como free-lancer e era associado à Agência Magnum, sediada em Paris. A pedido do jornal *The New York Times*, Sebastião Salgado foi escalado para acompanhar o Presidente Reagan durante uma semana. Como não estava credenciado, com muito esforço conseguiu entrar numa caminhonete que transportava 15 agentes de segurança para o hotel Hilton. E ao ouvir o primeiro disparo saltou do carro ainda em movimento e fez as fotografias do atentado (RABELO, 2010).

As fotos do atentado renderam uma grande quantia em dinheiro, estima-se que mais de US\$250.000. Salgado não confirma o valor recebido, mas diz que: “Deu para comprar um carro e um apartamento em Paris”. O atentado foi cometido por John Hinckley na entrada do Hilton Hotel, em Washington. O jovem de 22 anos que tinha problemas mentais efetuou seis disparos. Mas, somente um tiro acertou o pulmão direito do Presidente. Os outros tiros atingiram o assessor de imprensa da Casa Branca James Brady e dois agentes de segurança (RABELO, 2010).

Diante do exposto, pode-se inferir que o fator sorte pode ter uma enorme influência na captação do *Momento decisivo*. Mas, isso, não significa que a *métis* adotada por Sebastião Salgado não foi essencial para o resultado obtido. Pois, ao ouvir o som dos tiros, ele imediatamente saltou do veículo em movimento, já com câmera em punho e pronta para fotografar, atitude que dependeu de suas experiências anteriores, competência e habilidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atuação dos fotojornalistas passou por constantes adaptações em decorrência das inovações tecnológicas ao longo da história. Além de propiciar melhores resultados técnicos esses avanços transformaram as rotinas produtivas dos profissionais, bem como, a linguagem fotográfica e a produção de sentidos da imagem na imprensa.

Apesar do nível evolutivo atual do fotojornalismo proporcionar recursos técnicos inimagináveis na época da descoberta da fotografia. Sobretudo, no que se refere ao *momento decisivo*, que agora tem a possibilidade de ser captado por meio do registro em *HD*. Acredita-se que a cristalização imagética da cena mais representativa, se deve principalmente às competências humanas, que são expressas por meio das escolhas decorrentes da *métis* que os profissionais possuem.

O fotojornalista deve buscar uma formação sensível, que contemple as características da *métis*, pois o domínio tecnológico, por si só, não proporciona uma compreensão plena da linguagem fotográfica. Além disso, a relação entre o profissional e o mundo a ser captado por sua lente, especialmente, no *momento decisivo*, depende essencialmente da formação humanística desse profissional, a qual permitirá atribuir sentido à determinada cena e prever os sentidos que serão produzidos a partir da sua fotografia.

Diante das incontáveis transformações, torna-se imprescindível a discussão sobre a responsabilidade pelo uso e reprodução da imagem. Bem como, a questão da manipulação, já que com a democratização do acesso a *softwares* de edição de imagem, formou-se um público mais consciente das possibilidades de falseamento propiciadas por esse tipo de sistema informacional.

Enfim, é notória a necessidade de uma revisão dos padrões éticos vigentes, para que sejam coerentes com as convenções geradas pelo fotojornalismo convergente, sobretudo no que se refere à responsabilidade individual e coletiva.

BACHELARD, Gaston. **A intuição do instante**. Campinas: Verus Editora, 2007.

BURKERT, Walter. Os deuses configurados. In: **Religião Grega na Época Clássica e Arcaica**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1993.

CARTIER-BRESSON, Henri. **O momento decisivo**. Texto transcrito de “O Momento Decisivo” (1952). In: Bloch Comunicação, nº 6. Bloch Editores - Rio de Janeiro. P. 19- 25. Disponível em <<http://ciadefoto.com.br/blog/wp-content/uploads/2010/03/Momento-Decisiono-Bresson.pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

DETIENNE, Marcel; VERNANT, Jean-Pierre. **Métis: as astúcias da inteligência**. São Paulo: Editora Odysseus, 2008.

FERRY, Luc. **A sabedoria dos mitos gregos: aprender a viver II**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

FREUND, Gisèle, **Fotografia e sociedade**, Lisboa: Vega, 1989.

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. Rio de Janeiro, RJ: Rio Fundo Editora, 1992.

JOURDAN, Camila Alves. Métis e Athená: uma leitura de teogonia de Hesíodo. In: Encontro Nacional De Estudos Sobre O Mediterrâneo Antigo, 1; Jornada de História Antiga, 8. , 2009, Rio de Janeiro. **Anais ...** Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <http://www.nea.uerj.br/publica/e-books/mediterraneo1/DOC/Camila%20Alves%20Jourdan.pdf>> Acesso em: 12 jul. 2012.

POUZADOUX, Claude. **Contos e lendas da Mitologia Grega**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. Disponível em <<http://www.botucatu.sp.gov.br/Eventos/2007/contHistorias/bauhistorias/Contos%20e%20Lendas%20da%20Mitologia%20Grega.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2012.

RABELO, Renato. Sebastião Salgado documentou o atentado ao Presidente Ronald Reagan em 1981, 2010. In: **Blog Image & Visions**. Disponível em: <http://imagesvisions.blogspot.com.br/2010/03/sebastiao-salgado-documentou-o-atentado.html>. Acesso em 10 out. 2012.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da Comunicação**, Lisboa, Editorial Presença, 1997.

SILVA JUNIOR, José Afonso. Cinco hipóteses para o fotojornalismo em tempo de convergência. **Discursos Fotográficos**, Londrina, PR, v.8, n.12, p.31-52, jan./jun. 2012. Disponível em:< <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/11925>>. Acesso em: 05 jul.2012.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo: Uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Porto. 2002. In: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Universidade Fernando Pessoa: 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2012.

O USO RETÓRICO DA FOTO-ILUSTRAÇÃO NAS MATÉRIAS SOBRE LÍNGUA PORTUGUESA DA REVISTA VEJA

Bruno Ribeiro Nascimento¹

RESUMO

Nesse artigo, analisaremos como a Revista Veja recorreu a foto-ilustração como estratégia argumentativa a fim de fortalecer retoricamente uma de suas matérias. Para isso, tomaremos como *corpus* a reportagem de capa do dia 12 de setembro de 2007 sobre a língua portuguesa. O caminho metodológico seguido foi à análise retórica da imagem, como proposto por Martine Joly (1996) e Roland Barthes (2000), onde procuramos perceber as táticas de persuasão empregadas nas ilustrações que compõe a matéria. Também comentaremos sobre os mapas culturais de significados que estão presentes na sociedade e alguns mitos sobre a linguagem que são amplamente compartilhados pelo senso comum e que o jornalismo lança mão a fim de fortalecer seu discurso, tanto verbalmente quanto imagetivamente.

PALAVRAS-CHAVE: Língua. Mitos. Foto-Ilustração. Retórica.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, e-mail: rn.brunno@gmail.com

INTRODUÇÃO

No livro *Preconceito Linguístico* – o que é, como se faz, Marcos Bagno (2009) apresenta oito mitos² sobre a língua portuguesa que estão fortemente arraigados no imaginário social da população brasileira – além de serem constantemente divulgados pelos meios de comunicação social. Para o autor, o preconceito linguístico parte do falso pressuposto de que, para cada caso, a língua oferece apenas uma única forma certa de falar, sendo qualquer outra variante linguística classificada como erro. E que esta maneira verdadeira e correta é a que está estampada na gramática normativa. Por isso, quando se trata da linguagem, boa parte das pessoas ainda acreditam que existe uma forma de falar estruturalmente mais correta do que outras, que existe um dialeto mais certo do que outros ou ainda que haja uma variedade linguística mais exata do que outras.

Um exemplo pode deixar isso mais claro: a princípio, os *livros* e *os livro* são duas formas diferentes de expressar o mesmo significado. Estruturalmente, uma não seria mais exata ou mais correta do que outra. Ambas são regulares, ou seja, as duas formas de falar seguem regras estritas. Por isso, “sendo a língua uma realidade essencialmente variável, em princípio não há formas ou expressões intrinsecamente erradas” (POSSENTI, 1996, p. 86).

É a sociedade que faz uma avaliação de cada das variantes linguísticas, considerando uma *certa* e outra *errada*, uma *feia* e outra *bonita*. Numa língua, é *certo* o que a sociedade considera *certo* e *errado* o que a sociedade considera *errado*. E tudo que foge ao que foi estipulado como *correto* é tido como *erro*. Por

2 Os oito mitos listados por Marcos Bagno (2009) são: “o português do Brasil apresenta uma unidade surpreendente”, “Brasileiro não sabe português/só em Portugal se fala bem português”, “Português é muito difícil”, “As pessoas sem instrução falam tudo errado”, “O lugar onde melhor se fala o Português é no Maranhão”, “O certo é falar assim porque se escreve assim”, “É preciso falar e saber gramática para falar e escrever bem” e “O domínio da norma padrão é instrumento de ascensão social”.

52 isso, a noção de erro na língua tem origem na sociedade, não na estrutura da língua.

Nesse sentido, o que é pouco enfatizado é que as questões que envolvem a linguagem não são simplesmente linguísticas, mas também ideológicas. O que importa não é exatamente *o que se diz*, mas *quem diz o quê a quem*. Isso porque quem está sendo avaliado não é apenas a língua da pessoa, mas sim a própria pessoa. “Poucos percebem que as formas consideradas certas e/ou de prestígio são as que pertencem à língua, aos dialetos ou às variedades das pessoas que detém o poder econômico ou cultural” (SCHERRE, 2005, p. 15).

Para Bagno (2003), o que diferencia uma forma linguística de prestígio de uma forma linguística estigmatizada é o grau de frequência com que aparecem na linguagem das pessoas que possuem prestígio social. Dessa forma, o *erro* deixa de ser *erro* quando vira uma *regra* na língua das pessoas que detém o poder econômico, social e cultural. Existem assim *erros* mais *errados* do que outros, sendo essa escala proporcional à escala de prestígio sociocultural. “O que vai determinar a gravidade desses ‘erros’ não são as características estritamente linguísticas presentes na fala dos indivíduos, mas, sim, muito mais, as características *sociais* dos falantes que cometem tais ‘erros.’” (BAGNO, 2003, p. 141).

Por isso, quando uma forma linguística *errada* se incorpora na atividade linguística dos falantes mais letrados, ela deixa de ser considerada como *erro*, passando despercebido, mesmo contrariando a norma padrão. Além disso, análises criteriosas já demonstraram que os *erros* de concordância aparecem com frequência na fala de advogados, jornalistas, empresários e professores de português. Todavia, *os livros* ficará mais evidente quando empregada por alguém com antecedentes biográficos rurais, de origem operária, vindo de uma região geográfica desprestigiada e sem formação universitária (BAGNO, 2003).

Um dos mitos sobre a língua que está fortemente arraigado no nosso imaginário é a ideia de que o domínio da norma-padrão é um instrumento de ascensão social. A noção equivocada que foi

cristalizada por trás dessa ideia é a de que o acesso à gramática normativa permite por si só ao aluno ou profissional falante das variedades não padrão subir na vida, ter sucesso econômico, social ou acadêmico. A diversidade linguística é vista como um *problema social* que pode ser resolvido com a *facilitação* do acesso à norma-padrão.

Para Bagno (2009, p. 91), “o mero domínio da norma-padrão não é uma fórmula mágica que, de um momento para outro, vai resolver todos os problemas de um indivíduo carente”. Afinal, achar que basta ensinar a gramática normativa a uma criança pobre para que ela suba na vida é o mesmo que achar que é preciso aumentar o número de policiais na rua e de vagas nas penitenciárias para resolver o problema da violência urbana.

Mitos e mapas culturais de significados

A concepção de *mito* como proposta por Bagno (2009) se aproxima da noção de Roland Barthes (1985) que considera o mito uma fala *despolitizada* e escolhida pela história. Daí, o mito extrai sua força por se apresentar como *fato*, como algo *natural*, não como símbolo. Sua principal função é modificar uma contingência em eternidade, transformando algo construído pelo homem em algo normal. Nisso, o mito ocultaria sua condição de significação para se autopromover como verdade. Em suma, o mito seria uma tentativa de naturalizar esse real construído. Por isso, perceberíamos esse mundo arquitetado pelo homem como se ele fosse decorrente da natureza.

Uma prestidigitação inverteu o real, esvaziou-o da história e encheu-o de natureza, retirou às coisas o seu sentido humano, de modo a fazê-las significar uma insignificância humana. A função do mito é evacuar o real: literalmente, o mito é um escoamento incessante, uma hemorragia, ou, se prefere, uma evaporação; em suma, uma ausência sensível (BARTHES, 1985, p. 163).

O mito é construído quando se elimina a qualidade histórica das coisas, fazendo com que percam a lembrança da sua produção, do seu sentido humano. O mito não esconde, não faz desaparecer, não nega as coisas, mas as deforma, tornando-as inocentes, purificadas, naturais. A complexidade dos atos humanos é simplificada, as contradições são retiradas e são oferecidas as pessoas um mundo plano sem contrassensos. Para Barthes (1985), qualquer matéria significante, qualquer coisa na vida social revestida de significado, pode se tornar um mito. Para isso, basta sobrepor ao seu sistema semiológico primeiro, o denotativo, um segundo nível de significação, o conotativo. Assim sendo, o mito se torna um fenômeno semiológico que oblitera seus vínculos sociais, políticos e históricos para que seus valores sejam apresentados como algo naturalizado.

Passando da história à natureza, o mito faz uma economia: abole a complexidade dos atos humanos, confere-lhes a simplicidade das essências, suprime toda e qualquer dialética, qualquer elevação para lá do visível imediato, organiza um mundo sem contradições, porque sem profundezas, um mundo plano que se ostenta em suas evidências, cria uma clareza feliz: as coisas parecem significar sozinhas, por elas próprias (BARTHES, 1985, p. 163-164).

Nesse sentido, poderíamos dizer que a mídia é uma das principais instâncias de discursivas, tecendo noções míticas com as quais trabalhamos no cotidiano. Isso porque os processos midiáticos nos dizem, nos sugerem ou nos mandam ler sob o prisma de uma determinada realidade construída. Por discurso entende-se o efeito de sentido entre interlocutores (BENETTI, 2008). Isso significa dizer que não é a simples transmissão de informação, mas uma construção que se completa quando entra em cena um outro sujeito.

Nesse sentido, o jornalismo é um dos eixos norteadores de “consensos” a respeito de valores e atitudes, sendo assim um dos principais parâmetros sociais de normalidade e anormalidade. “Ao

lidar essencialmente com o que é inesperado, incomum ou perigoso, o jornalismo acaba indicando o que seria socialmente desejável, normal ou adequado” (BENETTI, 2008, p. 110). Enquanto reprodutores de mitos, os jornalistas atuam no sentido de naturalizar a história, transformando o simbólico no normal, o construído no natural. Conscientes ou inconscientes disso, os jornalistas empregam os mitos a fim de organizar, simplificar e interpretar as informações do cotidiano, transformando-as em notícias.

É importante lembrar que isso não acontece porque os jornalistas possuem segundas intenções, com o objetivo de alienar as pessoas. Afinal, todos nós lançamos mão de “mapas culturais de significados” (HALL, 1993) que existem na sociedade a fim de interpretar a realidade. Entende-se por mapas culturais uma quantidade comum de conhecimentos que cria determinados consensos sociais e que é maior do que aquilo que divide a sociedade. Eles formam os enquadramentos sociais – as interpretações acerca do mundo natural e social sobre o qual o ser humano atua.

Como seres interpretativos e instituidores de sentido, o *homo sapiens* é capaz de criar códigos que dão sentidos e significados às ações e práticas realizadas na sociedade. Esses códigos nos permitem interpretar significativamente as ações dos outros. De acordo com Stuart Hall (1993), tomadas em seu conjunto, esse processo de atribuição de sentido constituem nossa cultura, contribuindo assim para assegurar que toda ação social seja “cultural”, que todas as práticas sociais expressem ou comuniquem um significado, sendo por isso práticas de significação. Por isso, o significado de uma imagem não é fixo, nem pré-determinado, mas sim eventual, contextual e multirreferencial.

Não existe uma lógica determinante global que nos permite decifrar o significado ou o sentido ideológico de uma imagem a partir de grade pré-estabelecida de significados prontos e acabados. Afinal, não existe imagem “adâmica”. O que existem são diferentes formas de leitura, conotação e decodificação. Martin Joly (1996) lembra que apesar de existirem esquemas mentais,

56 representativos universais e arquétipos ligados à experiência comum a todos os homens, existe uma confusão frequente entre percepção e interpretação.

Para ela, reconhecer motivos nas imagens visuais é uma operação mental diferente da interpretação – mesmo que tenhamos a impressão de que são simultâneas. “O fato de reconhecer certos animais nas paredes das grutas de Lascaux não nos informa mais sobre sua significação precisa e detalhada dos nos informou, por muito tempo, o reconhecimento de sós, corujas e peixes nos hieróglifos egípcios” (JOLY, 1996, p. 42).

As leituras que fazemos de uma determinada imagem dependem, por exemplo, dos grupos sociais em que os destinatários estão inseridos; da região em que o sujeito habita; das formas que utiliza o idioma; da trajetória acadêmica e do currículo vivido pelo indivíduo; da qualidade e intenção do remetente ao produzir o signo. Por isso, é necessário conhecer os códigos e o contexto em que os signos se encontram. Para haver uma leitura eficiente de qualquer imagem, os códigos precisam ser conhecidos, de domínio social, fazendo parte assim dos mapas culturais de significados que estão presentes na sociedade. Os sentidos e as representações podem ser variados conforme as particularidades de cada grupo social.

Aqui, o que nos interessa é que, nesse processo, o jornalismo lança mão desses mapas culturais de significados que estão presentes na sociedade, reforçando-os ou apagando-os, contribuindo assim para o estabelecimento de consensos a respeito de valores e atitudes (BENETTI, 2008). Todo jornalista capta algo do mundo já pré-significado, reforçando-o ou re-significando-o de uma nova maneira, a partir da cumplicidade de uma cultura compartilhada. Por isso, o enquadramento dado à realidade não são produzidos pelos jornalistas, mas recolhido por eles a partir da cultura em que estão inseridos.

Para Dominique Maingueneau (2011, p. 31), todo gênero de discurso é um contrato, o que significa dizer que ele é fundamentalmente cooperativo e regido por normas. Afinal,

“para construir uma interpretação, o destinatário deve supor que o produtor do enunciado respeita certas ‘regras do jogo.’” Esse contrato é firmado social e simbolicamente, não sendo explícito, mas sim definido através de um acordo tácito, que é inseparável da produção verbal e que prever sanções para os transgressores do acordo.

No campo do jornalismo, o contrato entre jornalistas e leitores ampara-se em alguns pressupostos respeitados por ambos, embora ilusórios: o jornalista não mente; embora a empresa e o jornalista possam ter interesses particulares, esses não superam o interesse do leitor; o jornalista só recorre a fontes credíveis; o jornalista cruza fontes e versões, oferecendo informações confirmadas, o jornalista ampara-se na credibilidade das fontes envolvidas no processo, etc (BENETTI, 2006).

Argumentando a partir da imagem

Nos anos 1960, Barthes (1990) refletiu sobre o mecanismo de funcionamento da imagem em termos de retórica, no seu conhecido texto *Retórica da Imagem*. Um dos pressupostos por trás da ideia do teórico francês é a de que aqueles que se propõe a analisar as imagens a partir desse princípio devem buscar decodificar a *capa de naturalidade* imposta a elas, visando encontrar sentidos outros, propostos pelo contexto e pelo conjunto, muitas vezes não ditos, mas que interferem no significado da fotografia, da ilustração, do desenho, etc.

A retórica da imagem indica sempre uma possibilidade de um sentido segundo, tido como conotativo e que se sobrepõe ao significado primeiro, o denotativo. Assim, “uma imagem pretende sempre dizer algo diferente do que representa no seu primeiro grau, isto é, no nível da denotação” (JOLY, 1996, p. 83). O pressuposto para a interpretação dos motivos que compõem as imagens ocorre pelo processo de conotação.

Barthes (1990) afirma que a foto é um objeto dotado de autonomia estrutural. Para ele, à fotografia apresenta uma mensagem

primeira, imanente, que está registrada na própria imagem e que ele denominou de o *óbvio*. Em contraposição, existe a leitura cultural, efetuada a partir da compreensão dos códigos impressos no ou sobre o primeiro, denominado pelo autor de *obtusos*. O sistema fotográfico caracteriza-se, de início, por ser uma mensagem *sem código*, uma vez que visa ser a pura transcrição do real. Assim, entre o objeto e sua imagem não há interferência de um terceiro elemento, mas sim sua coincidência. “Decerto, a imagem não é o real; mas ela é pelo menos seu perfeito *analogon*, e é precisamente esta perfeição analógica que, para o senso comum, define a fotografia” (BARTHES, 2000, p. 327).

No entanto, apesar de ser uma mensagem sem código, a foto contém um *estilo* que introduz sua conotação, ou seu sentido segundo. E isso torna a fotografia retoricamente eficaz uma vez que seu sentido conotativo é naturalizado pelo seu sentido denotativo. A imagem denotada busca naturalizar a mensagem conotativa, inocentando o artifício semântico, muito denso da conotação. “Uma pseudoverdade substitui sub-repticiamente a simples validade dos sistemas abertamente semânticos; a ausência de códigos desintelectualiza a mensagem, porque parece fundamentar *in natura* os signos da cultura” (BARTHES, 1990, p. 37). Dessa forma, recorrendo a sua conotatividade, a fotografia criada sobre uma pretensão de ser *analogon* – e tomando isto como seu *álibi* – se põe a serviço da mistificação.

A conotação não se deixa forçosamente apreender imediatamente ao nível da própria mensagem (ela é, se quisermos, simultaneamente visível e ativa, clara e implícita), mas pode-se já induzi-la de certos fenômenos que se passam ao nível da produção e da recepção da mensagem: de um lado, uma fotografia de imprensa é um objeto trabalhado, escolhido, composto, construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas ou ideológicas, que são outros tanto fatores de conotação; e, de outro, essa fotografia não é apenas

percebida, recebida, ela é lida, ligada mais ou menos conscientemente pelo público que a consome a uma reserva tradicional de signos (BARTHES, 2000, p. 328).

Ainda para Barthes, a imagem revela imediatamente uma primeira mensagem, cuja substância é linguística. Depois, há uma segunda mensagem de natureza icônica, o que caracteriza o entendimento da denotação. Por fim, a terceira mensagem, denominada simbólica, trabalharia no campo da conotação. Dessa forma, a metodologia de Barthes se fundamenta no “sistema que adota os signos de outro sistema, para deles fazer seus significantes, é um sistema de conotação; podemos, pois, desde já, afirmar que a imagem literal é denotada e a imagem simbólica é conotada” (BARTHES, 1990, p. 31).

No seu artigo *A mensagem fotográfica*, Barthes (2000) afirma que a análise das fotos publicadas na imprensa não podem ser vistas como uma estrutura isolada. Afinal, a mensagem contida numa imagem de jornal, por exemplo – diferentemente daquela presente numa fotografia comum – se inter-relaciona com outras mensagens que estão presente no espaço da página do jornal ou da revista no qual está impressa. “É importante considerar que a fotografia de imprensa não está isolada na construção da página do veículo de comunicação, ela está rodeada de elementos que vão auxiliar ou direcionar a leitura desta imagem, dependendo da situação” (ABREU e BAPTISTA, p. 6).

Numa reportagem, temos duas estruturas que compõem o cenário da construção da realidade nas páginas dos jornais: uma primeira, que é a estrutura visual, mostrada a partir da imagem fotográfica, das ilustrações e que é constituída por linhas, tons, composição, direção, cor, escala; e uma segunda, a estrutura linguística, composta por palavras, que é apresentada a partir dos demais elementos constitutivos do jornalismo impresso. Essas duas estruturas darão suporte à informação midiaticizada. Sendo heterogêneas, elas não se misturam, mas podem se complementar.

60 Todavia, as duas vão propor os sentidos operados na leitura da informação disposta na página do jornal, diminuindo ao máximo o grau de entropia para que o público tenha um entendimento imediato e *correto*.

O texto, a legenda, o título e a diagramação estão presentes no fazer jornalístico, compondo assim a produção de sentidos de uma imagem fotográfica, interferindo diretamente na compreensão da foto, podendo assim retificar ou ratificar o que é mostrado na própria imagem tendo como leitura possível às oposições.

Mesmo vista de uma análise apenas imanente, a estrutura da fotografia não é uma estrutura isolada; ela comunica com uma outra estrutura, que é o texto (título, legenda ou artigo) de que vai acompanhar toda foto de imprensa. A totalidade de informação é pois suportada por duas estruturas diferentes, das quais uma é linguística (BARTHES, 2000, p. 326).

Numa foto, a linguagem verbal tem a tarefa de ajudar na compreensão das imagens, podendo exercer duas funções: a de ancoragem, ou fixação; e a de revezamento, ou etapa. Aqui, a função de ancoragem é que a nos interessa. Barthes (1990) afirma que a ancoragem é a função mais comum nas fotografias jornalísticas. A mensagem linguística objetiva *fixar* uma explicação à imagem, restringindo assim sua polissemia. Já a função de revezamento é estabelecida na complementaridade entre uma imagem e um texto. Nesse caso, a mensagem verbal exerce o posto de explicar o que dificilmente a imagem conseguiria fazer isoladamente.

Para Barthes (1990), a necessidade de fixar uma mensagem verbal numa imagem se dá porque as imagens únicas e fixas – como a fotografia, por exemplo – abarcam uma mensagem muito complexa, também polissêmica. Afinal, “toda imagem é polissêmica, subjacente a seus significantes uma cadeia flutuante de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros” (BARTHES, 2000, p. 32).

A polissemia instaura dúvidas sobre o sentido da imagem, que precisam ser encoberto pela ação da linguagem verbal.

Para compreender uma imagem, é preciso entender que ela é algo que se assemelha a outra coisa, ao seu original, ao objeto ou lugar que ela representa. Nesse sentido, a fim de que o leitor possa ler a imagem tal como o jornalista propõe, é necessário “fixar a cadeia flutuante dos significados, de modo a combater o terror dos signos incertos” (BARTHES, 1990, p. 33). O conteúdo verbal irá conduzir o leitor para o significado *correto*, tal como imposto pelo jornalista, determinando como a imagem *deve* e como *não deve* ser lida.

Por isso, “o texto constitui uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, a lhe ‘insuflar’ um ou vários significados segundos” (BARTHES, 2000, p. 333). Por guardar a sua naturalidade e a sua informalidade, a imagem é muitas vezes ignorada enquanto recurso persuasivo. O autor considera que a ancoragem da palavra à imagem tem um *valor repressivo*, arbitrário, restringindo e limitando, dos múltiplos significados da imagem, aquele que o jornalista aproveitará retoricamente e que se revelará no final como a única interpretação possível.

Foto ilustração no discurso jornalístico

Nos últimos anos, a fotografia vem encontrando novos usos na imprensa escrita que, distanciando-se de sua dimensão testemunhal e documental, abrem espaço para admissão do emprego de outras funções na mídia impressa. Com o advento e a popularização de outros meios de comunicação, como a internet, onde o leitor pode ser informado em tempo real, os jornais e revistas tomaram para si a função de aprofundar a notícia que é transmitida em tempo real por outros meios. Nesse sentido, como responsável por agregar significados que serão decodificados pelo leitor, o fotógrafo-jornalista assume um papel de ativo de construção da realidade, traduzindo para sua audiência o que foi recolhido do cotidiano.

Para isso, a foto-ilustração compõe um gênero de destaque na construção social do conhecimento acerca da realidade. Definida como uma fotografia conceitual, produzida e/ou montada para acompanhar matérias, ela carrega um caráter fortemente construído (SOUSA, 2004), firmado em cima de um valor estético e simbólico que às vezes até se sobrepõe ao conteúdo informativo.

Tradicionalmente, as fotografias são tidas enquanto registro do real, algo completamente natural graças à rigidez e ao controle técnico e que não sofrem interferências dos acontecimentos. Nesse caso, a única contribuição humana seria quando um fotógrafo imparcial apertasse um botão, fotografando assim a realidade, o real, de forma neutra, imparcial e objetiva. Todavia, nos últimos tempos, essa concepção caiu por terra, uma vez que não leva em conta a construção fotográfica de realidade, nem o recorte que o fotógrafo dá a determinado acontecimento.

A foto-ilustração é empregada no jornalismo de duas formas (SANTOS, s/d). Na primeira, sem muito valor informativo, objetiva ilustrar uma matéria, contribuindo esteticamente para a reportagem e para a eficácia da leitura correta que o jornalista tenciona dar a matéria. Elas não objetivam agregar informações precisas ao assunto tratado. Apenas ornamentam a página com uma imagem que, tendo haver com o texto, atrai a atenção e instiga a leitura (LIMA, 1989). O segundo uso dado à foto-ilustração vai além de sua ornamentação estética: são fotografias fabricadas e empregadas com o intuito de gerar um efeito específico, servindo frequentemente para concretizar ideias vagas em uma mensagem (SOUSA, 2004), diminuindo o grau de entropia da matéria. Dessa forma, a ilustração fotográfica funcionaria como um instrumento utilizado para transmitir ideia, opiniões e análises.

Esse tipo de fotografia ajuda a contextualizar a matéria, fomentando a sensibilidade do leitor para o que está escrito. Seu objetivo não é apenas o de informar, mas o de desenvolver elementos que trazem o simbólico mais que o analógico, o subjetivo mais que o objetivo, a conotação mais que a denotação (SOUSA, 2000).

Assim, é fornecido ao leitor um conjunto de conhecimentos que possibilitam a compreensão aprofundada dos acontecimentos.

A língua da *Veja*

A reportagem escolhida para análise foi à matéria de capa da edição 2025 da Revista *Veja* de 12 de setembro de 2007. Para a escolha, parto do princípio de que um tema que seja capa de uma revista semanal seja tomado pelo leitor como de relevância. Além disso, foi escolhida uma reportagem sobre língua portuguesa devido à familiaridade do autor com o assunto, que vem analisando os mecanismos empregados pelos meios de comunicação social a fim de produzir uma realidade sobre a língua portuguesa.

O título da matéria de capa (Figura 1), “Falar e escrever certo”, é um indicio do enfoque normativo com que a matéria tratará a língua portuguesa. Um dos subtítulos afirma: “Como o domínio da língua impulsiona a carreira” (VEJA, 2007). A imagem que ilustra a capa é a de uma mulher subindo os degraus de uma escada, ao lado da letra A, representativa nesse caso por ser a primeira letra do nosso alfabeto. Ela se veste de forma social, com roupa típica de uma executiva, uma pasta na mão e a cabeça erguida. A ilustração de fundo remete ao céu, como se “impulsão à carreira” dada pelo domínio do falar e escrever certo possibilitasse a chegada ao paraíso. É significativo que seja uma mulher que esteja subindo a escada já que, as mulheres seguem mais de perto a gramática normativa.



Na capa, é significativo também o único subtítulo grafado de vermelho: “Os 10 erros de português que arruinam suas chances” (VEJA, 2007). Além de a escolha lexical ser de conotação negativa, reforçado principalmente pelo verbo *arruinar*, a cor rubra destoa à harmonia celeste presente na capa. Lembra, de certa forma, as placas de trânsito, também da cor vermelha, que exigem *Atenção* ou *Pare*. Nesse sentido, o não domínio da norma padrão, ou os dez erros de português, pode arruinar a chegada profissional ao paraíso da ascensão profissional. A associação feita entre o domínio da norma padrão e o crescimento profissional é evidente já na capa.

Na página 86, o título da matéria afirma: “A Riqueza da língua”. A escolha lexical para o subtítulo explicita mais o valor comercial e de mercado que a língua pode ter: “Ferramenta fundamental na carreira e no crescimento pessoal, o português pode ser transformado por um acordo ortográfico. Mas essa não é a única revolução por que a língua está passando” (TEIXEIRA, 2007). O tom de fundo

continua sendo o azul celeste, com a imagem de várias nuvens fortalecendo a noção de paraíso (Figura 2).

A ilustração que mais chama a atenção na página de abertura é a de uma pirâmide, de cabeça para baixo, cuja legenda afirma: “Ascensão pelo vocabulário”. A relação entre o “uso” da língua portuguesa e o sucesso profissional é evidente. A escolha de uma pirâmide é significativa, remetendo a “pirâmide social” que é sempre apresentado em matérias de economia ou em reportagens que falam sobre o IDH brasileiro (Índice de Desenvolvimento Humano). No topo, se encontra o executivo que domina 50 mil palavras ou mais. Em seguida, a figura mostra o gerente e o superintendente com um vocabulário de 50 000 a 5 mil palavras. Os dados são de um estudo feito com 39 empresas americanas, que, nas palavras da legenda, “mostrou que a ascensão profissional está diretamente ligada ao vocabulário que a pessoa domina” (TEIXEIRA, 2007). A pirâmide vai afinilando até o supervisor e o chefe de setor. Ambos dominam 5 mil palavras. A figura se encontra cravada na parte central da página.

FIGURA 2: Revista Veja, ed. 2025.



Na página seguinte, um boxe do lado direito aponta os “Pecados da língua” (TEIXEIRA, 2007). Na legenda da imagem,

66 somos informados que aqueles são “Os dez erros que comprometem a vida social e as pretensões profissionais de qualquer um” (Figura 3). As palavras *erradas* estão de vermelho, tremidas, como se ali não fossem o lugar delas. A palavra *pecado* e as palavras grafadas na cor *vermelha* fortalecem ainda mais a noção de erro. Já as certas estão de preto, fixas, seguras. Um lápis e uma borracha, típicos de escola, ilustram também o boxe. A ideia óbvia enfatiza o caráter normativo que a ilustração – e a escolha lexical – dão a língua portuguesa.

FIGURA 3: Revista Veja, ed. 2025.

Pecados da língua
Dez erros que comprometem a vida social e as pretensões profissionais de qualquer um

- Houveram** problemas.
“Houve” problemas. Haver, no sentido de existir, é sempre impessoal
- Se ele **dispar** de tempo.
É erro grave conjugar de forma regular os verbos derivados de ter, vir e pôr. Neste caso, o certo é “disparar”
- Espero que ele **seje** feliz e **Vieram** **mênas** pessoas
Dois erros inadmissíveis. A conjugação “seje” não existe. E “menos” não concorda com o substantivo, pois é advérbio e não adjetivo
- Ela ficou **méia** nervosa.
“Meio” nervosa. Os advérbios não têm concordância de gênero
- Segue** **anexo** duas cópias do contrato.
Atenção para a concordância verbal e nominal: “seguem anexas”
- Esse assunto é entre **eu** e ela.
Depois de preposição, pronome obrigatório tônico: entre “mim” e ela
- A professora deu um trabalho para **mim** fazer.
Antes de verbo, usa-se o pronome pessoal, e não o oblíquo: para “eu” fazer
- Fazem** dois meses que ele não aparece.
O verbo fazer indicando tempo é impessoal. “Faz” dois meses
- Vou **estar providenciando** o seu pagamento.
O chamado “gerundismo” não chega a ser erro gramatical, mas é um vício insuportável. “Vou providenciar” é mais elegante
- O problema vai ser resolvido **a nível** de empresa.
O febrão do “a nível de” parece ter passado, mas ainda há quem utilize essa expressão gítorosa. Na frase em questão, “na” ou “pela” empresa são mais exatas e elegantes

Durante a matéria, várias imagens de escritores, gramáticos e músicos proeminentes seguem pela reportagem (Figura 4). A escolha das pessoas que foram fotografadas é significativa: Evanildo Bechara, autor de uma das melhores gramáticas de língua portuguesa da atualidade e membro da Academia Brasileira de Letras; Lya Luft, escritora e colunista da revista *Veja*; João Ubaldo Ribeiro, escritor do conhecido *Viva o povo Brasileiro*; Tony Belloto, músico da banda Titãs, autor de *Bellini e a esfinge*, além de apresentador do programa *Afinando a língua*; e Pasquale Cipro Neto, professor de português e um dos mais conhecidos colunistas sobre a língua portuguesa, da *Folha de São Paulo* e de vários jornais ao redor do Brasil. Todos eles estão presentes em vários boxes distribuídos por toda reportagem, dando sua opinião sobre a mudança e a unificação no acordo ortográfico, assunto que estava em pauta na época. A montagem é feita de forma a cada um dos personagens segurar uma vogal que receba acento, principalmente o “^” e a letra “ê”.

FIGURA 4: Revista *Veja*, ed. 2025



Depois da matéria, há um artigo de *Reinaldo Azevedo* cujo título é: “Restaurar é preciso; reformar não é preciso”. O teor do texto é uma crítica do colunista à reforma ortográfica, afirmando que o Brasil não precisa de uma reforma, mas pela educação e pelo ensino da norma padrão nas escolas. A imagem que ilustra o artigo (Figura 5) é a de uma estátua de Camões assustado. A escolha de Luís de Camões é significativa, já que um dos ditados mais recorrentes no senso comum, quando alguém comete um *erro* de português é a de que “Camões estar se revirando no túmulo” ou ainda a de que “Estão maltratando a língua de Camões”.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um ponto que chama atenção é que, quando a mídia trata da língua, a presença exaustiva desses clichês e estereótipos sobre a linguagem já é um indicativo da relevância que se dá ao enfoque normativo da língua em nossa sociedade. Esse viés de estabelecer à língua apenas como o lugar do “certo” e do “errado” não reconhece a verdadeira diversidade do português falado no Brasil – variedade que é inerente a qualquer língua. Além disso, quando perpetuado pela mídia, esse tipo de atitude para com as variantes linguísticas tendem a fazer com que as pessoas continuem pensando daquela maneira que queremos: só existe uma *única* maneira *certa* de falar a língua portuguesa. Assim, são legitimados os processos pelo qual se justificam comportamentos e situações de forma congruente com as necessidades e interesses do grupo ou da sociedade a que pertencemos.

Esses mitos e clichês perpetuados pelos jornalistas ajudam a apresentar o caráter normativo da língua como *fato*, como algo *natural*, não como símbolo, transformando algo construído pelo

homem em algo natural. Assim, essa perpetuação elimina a qualidade histórica da gramática normativa, fazendo com que percam a lembrança da sua produção, do seu sentido humano. Por isso, como vimos, o jornalismo emprega a retórica a fim de definir as coisas da maneira como desejamos que os outros as vejam. Sendo o jornalismo um dos eixos norteadores de “consensos” a respeito de valores e atitudes, ele é capaz de reforçar ou apagar determinados acordos tácitos.

Nesse sentido, é importante perceber como as imagens e fotografias que são veiculadas diariamente nos jornais e revistas que circulam em nossa sociedade não servem apenas como ilustração das reportagens, mas são empregadas estrategicamente como retórica a fim de fortalecer o que está sendo dito verbalmente.

Como vimos, cada imagem, fotografia e ilustração presentes na reportagem da revista *Veja* sobre a língua portuguesa é direcionada argumentativamente, entrando em consonância com o que está sendo dito no texto, a fim de fixar que mensagem seja *passada* da forma como o jornalista, repórter ou editor da matéria pensou. No caso da Revista *Veja*, por ela apresentar uma importante tiragem, sendo a revista de circulação nacional mais vendida do país, chea a atingir muitas pessoas, auxiliando assim na construção da realidade que cada uma de suas audiências constrói de si mesmo, do ambiente onde vive e da sociedade como um todo.

Essa percepção é importante porque, para o grande público, as informações visuais e os textos jornalísticos disponíveis através dos meios de comunicação são considerados verídicos e indiscutíveis, principalmente em relação a sua credibilidade. Por isso, como responsável por agregar significados que serão decodificados pelo leitor, não apenas o repórter das matérias, mas também o fotógrafo-jornalista assume um papel de ativo de construção da realidade, traduzindo para sua audiência o que foi coletado no cotidiano.

ABREU, Karen Cristina; BAPTISTA, Íria Catarina. **Fotografia na Imprensa: a mensagem visual publicizada**. BOCC, 2007.

BAGNO, Marcos. **Preconceito linguístico: o que é, como se faz**. São Paulo: Loyola, 2009.

_____. **A norma oculta: língua e poder na sociedade brasileira**. São Paulo: Parábola, 2003.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1985.

_____. A Retórica da imagem. In: BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

_____. A mensagem fotográfica. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BENETTI, Márcia. **Jornalismo e Perspectiva de enunciação: uma abordagem metodológica**. Intertexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 14, 1-11, Jan-Jun 2006.

_____. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentido. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2011.

LIMA, Ivan. **Fotojornalismo brasileiro**: realidade e linguagem. Rio de Janeiro: Fotografia Brasileira, 1989.

POSSENTI, Sírio. **Por que (não) ensinar gramática na escola**. Campinas: Mercado das Letras, 1996.

SANTOS, Ana Carolina. **Características, usos e funções das foto-ilustrações no discurso jornalístico**. Intercom Júnior, s/d.

SCHERRE, Maria. **Doa-se lindos filhotes de poodle**: variação linguística, mídia e preconceito. São Paulo: Parábola Editorial, 2005.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TEIXEIRA, Jerônimo. **Riqueza da língua**. Ed. 2025. São Paulo: Ed. Abril, 12 set. 2007.

VEJA. Capa. Ed. 2025. São Paulo: Ed. Abril, 12 set. 2007.

FOTOGRAFIA E QUADRINHOS: diálogos intermediáticos em O Fotógrafo - Uma História no Afeganistão

Marcelo Soares de Lima¹

RESUMO

Nosso estudo analisa a utilização da fotografia como recurso narrativo na história em quadrinhos “O Fotógrafo - Uma História no Afeganistão”. Objetivamos observar de que formas a fotografia se relaciona com os desenhos e compreender quais influencias, mudanças e consequências que esse diálogo causa. Para tanto, utilizamos como aporte teórico as reflexões de Fernanda Catanho e Cláudia Gastelois, referentes ao processo de edição fotográfica; Dulcilia Buittoni e Zita Possamai no que tange ao fotojornalismo; Regina Krauss e Daniel Figueiredo, declinando-se mais especificamente sobre a revista em quadrinhos em questão. A partir das análises, pretendemos mostrar que o processo de diálogo intermediático ao mesmo tempo em que traz novas questões para o meio dos quadrinhos e da fotografia, utilizada de forma interessante como sequencialidade narrativa, pode limitar o processo criativo dos autores, correndo o risco de transformar os quadrinhos como um suporte ou complemento para o conteúdo das fotos.

PALAVRAS-CHAVES: Embrião fotográfico. Edição.
Fotorreportagem.

1 Aluno do Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas – PPGCOM/ UFPB. Email: marcelo.soaresdelima@yahoo.com.br

Desde sua gênese a fotografia vive no centro de um debate em relação ao seu caráter de proximidade com a realidade. Alguns autores a consideram como um espelho do real, outros a transformação do real, há ainda quem a coloque como apenas um traço de um real, ou imitação perfeita da realidade.

Buittoni (2011, p. 17), aponta que essa questão da representação da realidade não é privilégio da fotografia, mas aparece em todas as mídias em maior ou menor intensidade.

A questão da representação da realidade aparece em todas as formas comunicativas, sejam com finalidades de registro ou trabalho com finalidades estéticas e/ou artísticas. Isso acontece principalmente com produções que visam documentar recortes da realidade: reportagens jornalísticas, relatórios, diários de bordo, mapas e outras representações gráficas, desenhos, pinturas etc. É a velha questão do realismo, que aparece de maneira muito mais forte quando o produto decorre de uma matriz fotográfica.

A autora, resgatando Bourdieu (2003), aponta que o aspecto do real tido pela fotografia é resultado de uma seleção arbitrária, onde sofre influencia do olho do sujeito, ângulo da tomada, profundidade de campo, recorte do quadro. “A única coisa que a fotografia comprova é de que houve um momento em que aquele referente foi clicado” (BUITTONI, 2011, p. 23). Para ela, a fotografia não prova quando foi tirada a foto, nem quem são os personagens na imagem, se a cena é instantânea ou foi produzida.

Contudo, a fotografia ainda assim se tornou parte incorporada ao mundo jornalístico, justificada como uma forma de atestar a existência daquele objeto capturado naquele momento.

Fotografia e jornalismo: registro do real?

Buittoni (2011, p. 17-18) diz que o senso comum atribui verdade a fotografia que acaba sendo considerado um verdadeiro

74 documento, argumento que tem tanta força que “desde seu início a fotografia começou a ser usada como prova judicial e como forma de identificação das pessoas. Essa qualidade de testemunho do real baseia-se na consciência de que seu processo de produção decorre de um aparato técnico”. Assim, mesmo quando comprovam com seus olhos as inúmeras possibilidades de manipulação da imagem, a crença na sua veracidade persiste.

Para a autora, essa justificativa do uso jornalístico da fotografia se vincula a uma conexão que ocorreu numa fração de tempo, tendo assim como fundamento um traço do real. Contudo, as mídias impressas e eletrônicas normalmente utilizam o fotojornalismo dentro de uma perspectiva de registro fiel da realidade, o que os tornariam espelho do real.

Motivos ideológicos e mercadológicos sustentam a ideia predominante de que a foto jornalística é um registro do real. E mais: é uma testemunha e uma prova do real. Por mais que ajustem a edição (espaço e lugar na página, cortes, angulações, cores), dificilmente reconhecem que operaram uma “transformação do real” (BUITTONI, 2011, p. 25).

Charaudeau (2006, p. 47) aponta que as mídias não trabalham com a realidade, nem muito menos são espelhos dela. O que elas fazem é desenvolver representações construídas a partir de suas necessidades, transformando essa representação no que seria o próprio real.

As representações, ao construírem uma organização do real através de imagens mentais transpostas em discurso ou em outras manifestações comportamentais dos indivíduos que vivem em sociedade, estão incluídas no real, ou mesmo dadas como se fossem o real.

Todos esses poréns expõem bem que a aparente objetividade das imagens fotográficas é ilusória, e seu uso dentro dos meios de

comunicação como se fosse a realidade uma ilusão ainda maior. Possamai (2007, p. 3) coloca que “como qualquer imagem, a fotografia transforma processos em cenas”, codificando o real em um fragmento congelado no tempo. Ela continua:

Ao jogar o enquadramento sobre um pedaço do real, o que fica no interior deste é tido como memória, confundindo-se com o próprio passado, enquanto o que ficou de fora poderia ser concebido como o esquecimento e, por isso, não mais levado em conta (POSSAMAI, 2007, p. 04).

Esse processo de edição é ainda mais forte e perceptível quando colocamos imagens em sequência, como em álbuns fotográficos, na televisão, cinema, etc. Nesse contexto, ao invés de uma única imagem transmitindo informações, símbolos e afins, nos defrontamos com produções fotográficas que se agrupam na construção de um sentido único, fomentado pelo processo de edição.

Catanho (2007, p. 84) coloca que “este é o papel da edição, o de produzir significados a partir de unidades imagéticas que já possuem um sentido próprio, mas que, unidos, produzem um significado novo”. Assim, quando se procura analisar a utilização da fotografia, também é interessante voltar os olhos para as construções narrativas e de sentido na mídia.

Fotografia e edição: uma questão narrativa

Possamai, (2007, p. 83) aponta que “a imagem é em si um elemento de enunciação discursiva. A união de duas ou mais imagens, no entanto, pode gerar um sentido diferente dos que teriam as imagens isoladas”. Em sua obra **A forma do filme**, o cineasta russo **Eisenstein** trata dessa questão dos sentidos que o agrupamento de imagens podem causar, utilizando o termo *montagem intelectual*. Para ele, a montagem intelectual é o produto de associações de sensações (conflitos) que permitem retratar conceitos.

Cada imagem possui sua unidade de sentido, mas ao serem colocadas em conjunto, em determinada sequência, ela perde este “sentido individual” para ganhar um sentido maior, que extrapola o individual: o de narrativa de uma história. Eisenstein acreditava que a junção de dois pedaços de filme de qualquer tipo, inevitavelmente, criava um novo conceito, uma qualidade, fruto dessa justaposição (POSSAMAI, 2007, p. 84).

Contudo, essa justaposição a qual o cineasta se referia, não existe apenas no cinema. A nossa mente sempre faz uma dedução a partir do que é observado quando objetos isolados são colocados lado a lado, seja em que mídia for. Segundo Possamai (2007, p. 84), Eisenstein exemplificava dizendo: “um túmulo, justaposto a uma mulher de luto chorando ao lado. Dificilmente alguém deixará de concluir ser uma viúva”.

Esse processo de edição se mostra como uma busca em produzir significados a partir de unidades imagéticas, entretanto, ele também pode interferir no que os meios de comunicação tentam tão avidamente se apegar: a proximidade com o real. Em mídias como o cinema, principalmente o de ficção como o promovido pelo cineasta russo, fugir da realidade já é sua proposta, mas, como se dá essa relação de edição quando falamos no jornalismo, e ainda mais o fotojornalismo?

Como já se constituem uma realidade nas redações de jornais e revistas, e dentro do fotojornalismo talvez o ponto mais polêmico, os programas de edição de imagem se tornaram algo mais que uma ferramenta eficiente, se transformaram em um importante ponto para uma reflexão sobre a questão do real.

Como aponta Gastelois (2006), “uma fotografia de conteúdo aparentemente comum, ganha um ar diferenciado, com o tratamento editorial recebido no Departamento de Imagem”. A autora até traz como exemplo uma página do jornal Folha de S. Paulo, onde apresenta uma imagem “em segundo plano levemente abstrato, sem foco nos contornos do empresário, supostamente surpreendido,

levando às mãos vários de seus produtos, sugerindo casualidade à cena retratada”.

FIGURA 1: imagem produzida pelo fotógrafo Caio Guatelli e publicada no jornal Folha de São Paulo, no dia 07 de julho de 2005.



No jornal impresso se é bem comum o uso de recursos como os utilizados no exemplo acima para construir um sentido, uma narrativa, interferindo na forma como o leitor faz a leitura da imagem. Gasteloirs (2006), retomando Machado (2005), diz que “ainda não há uma preparação consciente do público acerca do real teor dessas mudanças que se processam no interior das imagens que ele consome cotidianamente”.

Como posto anteriormente pelos pensamentos de Eisenstein, a edição fotográfica não fica somente no alterar a imagem retirada com efeitos pós-produção. Mas, uma edição mais sutil, porém não menos necessária de ser refletida, é a própria escolha de qual entre inúmeros fotogramas será o selecionado para compor a reportagem, ainda mais quando o intuito é construir uma narratividade.

O significado de uma sequencia é uma criação que vai sendo revelada para o receptor, à medida que ele a decodifica como um todo, num único bloco informativo. O editor, ao criar a narrativa a partir das fotografias, praticamente induz o leitor a cumprir um determinado trajeto que o leve a compreender sua intencionalidade no ato da construção da mensagem (Catanho, 2007, p. 94).

Assim, a imagem fotográfica ganha novos contornos além de sua pretensa representação da realidade. Ao se dar narratividade a ela, passa a ter em seu interior uma maior gama de sentidos, que podem ou não serem construídos pelo fotografo, para serem interpretados por seus observadores, abrindo novos caminhos de uso dentro dos meios de comunicação.

Fotografia e história em quadrinhos: novas possibilidades

O fotojornalista **Didier Lefèvre** viajou o mundo fotografando diversos países e acontecimentos, porém, uma região em especial lhe marcou profundamente. Durante um período de sua vida ele percorreu o **Afeganistão**, atuando junto ao órgão Médicos Sem Fronteiras. Suas lembranças, sensações e imagens captadas durante esse período serviram para a construção da história em quadrinhos **O Fotógrafo: Uma História no Afeganistão** (EDITORA CONRAD, 2011, figura 2).

A revista traz uma composição com fotografias em preto e branco de Lefèvre, quadrinhos assinados por **Emmanuel Guibert** e diagramação e colorização de **Frédéric Lemerrier**, relatando as

experiências de fotógrafo no Afeganistão e também o país vizinho **Paquistão**. Fazendo uma mescla de fotojornalismo com memória visual.

A princípio, pensar a junção das histórias em quadrinhos com a fotografia nem seria uma novidade, haja vista, que no passado, fotonovelas emulavam a linguagem quadrinística. Contudo, a obra em questão trás uma busca criativa desse relacionamento, intercalando sequencias produzidas em desenho e fotografias, adentrando no gênero conhecido como **jornalismo em quadrinhos**².

FIGURA 2: Capa da edição nacional de O Fotógrafo: uma história no Afeganistão



A partir dos registros fotográficos e textuais de Lefèvre, Guibert construiu a narrativa da revista, em alguns momentos como mostra do registro da viagem, noutros em diálogo com o

2 Em meados da década de 1990, com a publicação do livro-reportagem Palestina, o americano Joe Sacco criou a expressão Jornalismo em Quadrinhos, utilizada para se referir a trabalhos que usem de forma jornalística as histórias em quadrinhos.

texto e desenhos. Porém, o lado mais inovador da obra é o uso das fotografias como forma narrativa sequencial (figura 3), a partir da utilização dos negativos originais do fotógrafo.

FIGURA 3: utilização de negativos para criação de uma narratividade



Tal recurso é o que Buittoni (2011, p. 94) chama de **fotosequencia**:

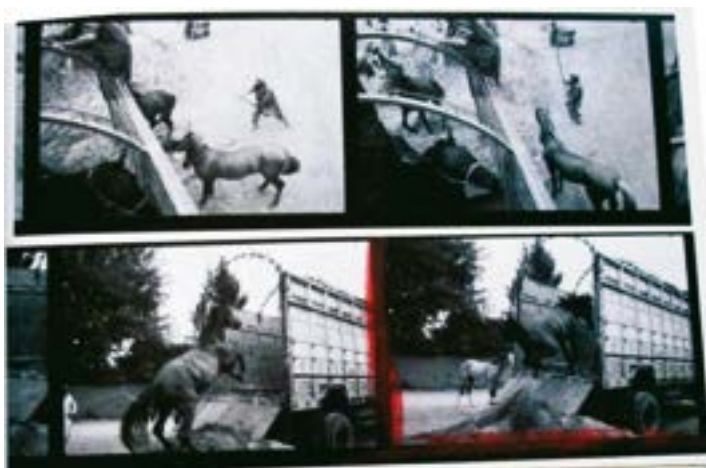
Quando reúne algumas imagens, tomadas em um curto-espaco de tempo, geralmente são três ou quatro instantâneos que captam gestos ou movimentos. A sequencia se caracteriza por mostrar cenas em pequenos recortes, em lapsos breves, como se fosse uma espécie de animação. Esse tipo de apresentação de fotos assemelha-se a sequencia de fotogramas de um trecho de cinema ou vídeo.

Dessa forma, os autores explicitam mais fortemente a questão temporal existente dentro da fotografia, como coloca Buittoni (2011, p. 88): “ao vermos uma fotografia, costumamos não atentar para a dimensão temporal: a espacial parece mais importante”. Assim, quando pensamos em uma imagem estática, temos ali um corte temporal – congelamento, instantâneo, paralisação, interrupção – nos fazendo esquecer a continuidade temporal que tal imagem pode ter e que pode revelar novos sentidos. Krauss (2011, p. 201-202) aponta que:

Sobre os aspectos formais, O fotógrafo apresenta um formato inovador, pois, ainda que esteja filiado às experiências jornalísticas em quadrinhos, é pioneiro na união de duas modalidades visuais na intenção de reportagem. Além de intercalar ilustrações e fotografias, os autores optaram por publicar também os contatos de negativos, que geralmente são utilizados no processo de edição das imagens e posterior ampliação. No livro, a presença dos filmes tal qual no original colabora com a sequencialidade da história e potencializa a ideia de narrativa contada em quadros.

Sobre essa temporalidade fotográfica, Buittoni (2011, p. 94) utiliza o conceito de **embrião narrativo** para imagens que dão indícios de uma ação continuada ou que sugiram a existência de ações que antecedam a cena registrada. Seguindo a linha metafórica sugerida, podemos dizer que ao utilizar os negativos fotográficos, Lefèvre traz *à luz* essa narrativa latente na imagem fotográfica.

FIGURA 4: utilização de negativos para criação de uma narratividade



Os autores da história em quadrinhos também usam a fotografia de forma comum, como registro único, sem seqüências, de momentos, lugares e experiências vividas (figura 5).

FIGURA 5: fotografia utilizada como registro sem seqüencialidade



O trabalho do francês, também aparece com a utilização de foto em seqüência, porém com um caráter de edição, haja vista em alguns pontos a não utilização de um único negativo, mas a junção de partes distintas do mesmo negativo ou de negativos diferentes (figura 6).

FIGURA 6: utilização de fotos para construção de uma narrativa



Contudo, O Fotógrafo vai além da reunião de duas linguagens distintas, ela também reconfigura a utilização da linguagem dos quadrinhos, seguindo os caminhos de Joe Sacco, levando-a para o espaço jornalístico de reportagem política e cultural.

Marcado pela subjetividade visual, o livro, interpelado pelas fotografias de Lefèvre, apresenta situações vivenciadas que deflagram posturas culturais, costumes religiosos e decisões políticas particulares do mundo oriental e que se transformam, na publicação, em testemunhos (Krauss, 2011, p. 202).

Kraus (2011, p. 203), ainda relembra que nas histórias em quadrinhos, o chamado entre quadros é o elemento da linguagem que produz a sensação de sequencialidade e/ou narração. Assim, a utilização da fotografia na obra gera uma relação dialógica que traz questões interessantes de serem pensadas: afinal, os desenhos postos em relação com as fotos cumprem uma função de complemento ou as fotografias que seriam o complemento dos desenhos?

No caso de O fotógrafo existe a relação dialógica entre a fotografia e os quadrinhos, na medida em que as imagens fotográficas podem ser o entre-quadros dos desenhos e o contrário também se evidencia. A reprodução das películas fotográficas permite compreender que, entre um fotograma e outro, é preciso que seja contada uma história.

Essa concepção nos leva a ideia de que a fotografia se mostraria como parte mais importante do processo de produção da história em quadrinhos, concentrando em torno dela os pensamentos e esforços dos autores para compor uma narrativa pré e pós ela, como no exemplo a seguir (figura 7):



Tal movimento pode acabar influenciando a própria percepção do leitor em torno da obra, até minando a criatividade autoral.

Preencher os espaços entre as imagens produzidas durante a viagem com uma narração sequencial de desenhos é, ao mesmo tempo, substituir o esforço imaginativo de ligação entre duas imagens, na tentativa de constituir, a partir de instantes, um contexto explicativo (Krauss, 2011, p. 202).

O autor ainda discorre sobre como essa relação desenhos e fotos, influência também na formação das imagens desenhadas, pois ao se buscar uma representação das imagens próximas da fotografia segue uma visão mais realista nos desenhos.

A estética dos quadrinhos, geralmente caracterizada pela liberdade no processo criativo e, por isso, pelo abuso de cores e movimentos, aqui é tratada como uma representação iconográfica da fotografia, tentando recriar os mecanismos da câmera e das lentes no traço. É notável a composição dos quadros desenhados e sua similaridade com o estilo particular da composição fotográfica, o que permite inferir certa influência dos registros da viagem na elaboração do livro (p. 202-203).

Outro exemplo de influencia da fotografia nos desenhos produzidos é a busca de reprodução de um efeito de contraluz, isto é, a criação de silhuetas na imagem (fig. 8), dando a impressão que Lefèvre tinha como intenção fotografar todos os momentos, mesmo sem a luz necessária.

FIGURA 8: desenhos de silhuetas criando a sensação de fotos feitas com pouca luz a noite



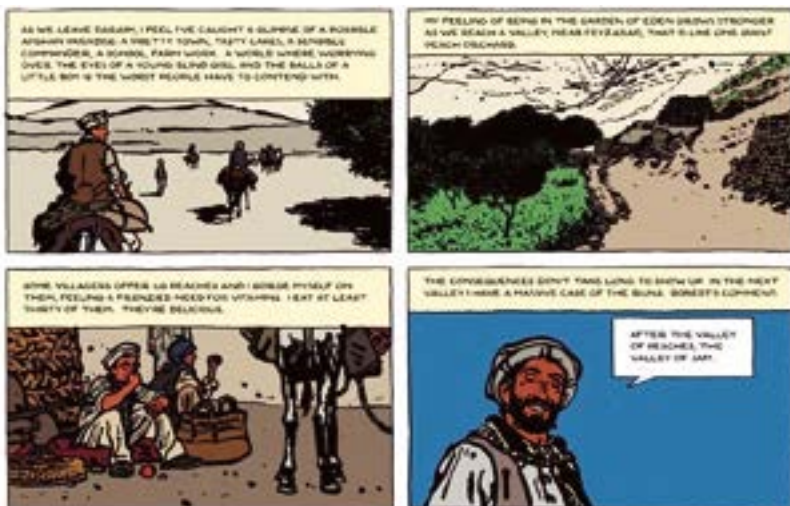
Nessa aproximação com a realidade, O Fotografo também utiliza de recursos gráficos, tanto nas cores quanto nos traços, para

86 representação geográfica, vestuário e de costumes do Afeganistão (figura 9), como aponta Krauss (2011, p. 203)

Os quadrinhos criam a liberdade do colorido livre, espontâneo, sem qualquer amarra com a realidade. Esta escolha é talvez a que mais transmite ao leitor as impressões sobre o ambiente e demarque a subjetividade no processo criativo da narração sequencial por imagens, pois a paleta de cores remonta certa compreensão sobre o Afeganistão e sua geografia montanhosa. (p. 203)

Esse aspecto reforça o posto por Buittoni (2011, p. 164) em relação às comunicações não verbais. Para a autora, elas “transparecem no corpo (expressões do rosto, de gestos e posturas); em artefatos associados ao corpo, como roupas, assim como objetos identificadores, na posição que a pessoa ocupa no espaço e seu entorno” informações que não são ditas através de palavras.

FIGURA 9: desenhos e cores buscando retratar o vestuário, costumes e ambientação afegãos.



Utilizando a linguagem dos quadrinhos e do fotojornalismo, os autores constroem um panorama memorial, narrativo, que abre diversas possibilidades para a mídia e gênero em questão. Gerando novas formas de pensar, produzir e utilizar a fotografia dentro das mídias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fotografia por sua construção ao longo do tempo é fundamental para a memória histórica, seja de um país, de movimentos sociais, ou da vida de pessoas. Inserida no *ethos* jornalístico, ganha reforço como atestação da existência real do objeto fotografado, contando histórias visuais.

Assim, as fotografias em preto e branco de Lefèvre conseguem passar de maneira direta o que muitos jornalistas já tentaram contar através de palavras em páginas de jornais. Acompanhar em foto sequência a reação de uma criança com a mão queimada, dentro de uma jarra de chá, nos coloca em contato direto com aquela dor.

Seu processo de diálogo intermediático evidencia os caminhos que ainda existem para a utilização da fotografia mesmo depois de décadas de existência. O Fotógrafo também se mostra uma experiência nova para os quadrinhos, onde ele se coloca não só como resultado do pensamento de desenhista, o lápis e o papel, mas, além disso, construção comunicacional que leva em conta outros elementos, como o diálogo entre meios distintos. Porém, essa relação também pode limitar o desenhista na sua criatividade. Isto é, transforma também os quadrinhos em um suporte, complemento, para o conteúdo das fotos, sem tanta liberdade de composição do que se fosse criado sem referências anteriores.

A sequencialidade fotográfica posta na obra a partir do uso dos negativos, que registram instante a instante, em sequência, pessoas e fatos, fazem uma boa aproximação com a linguagem dos quadrinhos, ainda mais por a composição visual dos negativos darem a sensação de quadros sequenciados. Contudo, O Fotógrafo não escapa de um processo de edição, mesmo que seja na seleção

88 previa de qual material usar ou na junção de negativos distintos para formar um sentido narrativo.

Independente de seus *poréns*, a obra faz uma importante contribuição para o mundo da fotografia, seja ela buscando ser registro, espelho, ou mostra da realidade, pois a coloca em contato com novas mídias e construções comunicacionais – ampliando seu leque de atuação e artístico.

REFERÊNCIAS

BUITTONI, Dulcilia Schroeder. **Fotografia e Jornalismo: a informação pela imagem.** São Paulo: Saraiva, 2011. 216p.

CATANHO, Fernanda Jansen Mira. **A edição fotográfica como construção de uma narrativa visual.** Discursos fotográficos, Londrina, v.3, n.3, p.81-96, 2007. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1494/1240> Acesso em: 01 de julho/2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2010.

GASTELOIS, Cláudia Oliveira. **Entre o real e o virtual: a edição fotojornalística e o impacto causado pelas novas tecnologias.** Revista Espcom, n. 1, 2006. Disponível em: <http://www.fafich.ufmg.br/~espcom/revista/numero1/ArtigoClaudiaGastelois.html>. Acesso em: 15 de Julho/2012.

KRAUSS, Regina; FIGUEIREDO, Daniel de Oliveira. **O fotógrafo: fotojornalismo, quadrinhos e relato memorial.** Revista discursos fotográficos, Londrina, v.7, n.11, p.199-203, jul./dez. 2011

POSSAMAI, Zita Rosane. **Narrativas fotográficas sobre a cidade.** Rev. Bras. Hist. vol.27 no. 53. São Paulo: Jan./Jun 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882007000100004. Acesso em: 01 de Julho/2012.

DA DURAÇÃO PARA O INSTANTE: impressões sobre a relação entre tempo, quadrinhos e fotografia na graphic novel *O fotógrafo*¹

*Alexandro Carlos de Borges Souza*²

RESUMO

Arte da captura da imagem estática, enquanto fragmento ou sombra do real, a fotografia desenvolveu uma relação rica e conflituosa com o tempo, seja como registro deslocado do passado, seja como reconstituente da memória. Os quadrinhos, por sua vez, são a arte narrativa baseada na imagem fragmentária por excelência. No campo filosófico, duas concepções ontológicas do tempo são fundamentais para o entendimento da modernidade e da pós-modernidade: a duração bergsoniana e o instante bachelardiano. Na graphic novel *O Fotógrafo*, os autores fundem as linguagens quadrinhística e fotográfica para construir uma obra em que o tempo seria retratado numa tensão entre essas duas visões antagônicas.

PALAVRAS-CHAVE: Filosofia. Tempo. Memória. Quadrinhos. Fotografia.

INTRODUÇÃO

O tempo e os processos cognitivos pelos quais identificamos sua passagem têm intrigado pensadores e artistas ao longo da história

1 Artigo apresentado nas Segundas Jornadas Internacionais de Histórias em Quadrinhos, promovida em 2013 pela ECA/USP.

2 Editor de publicações da UFPB; mestre em Comunicação (PPGC/UFPB).

90 da humanidade. Dentre estes, no século 19, o filósofo francês Henri Bergson propôs o conceito de duração para explicar como lidamos com a questão do tempo.

Para Bergson, o tempo seria um contínuo, uma linha reta formada por pontos infinitos, para usarmos uma metáfora matemática, sobre a qual a mente selecionaria determinados segmentos de reta para construir a memória. A permanência desses momentos, sua fixação mental por parte das pessoas, permite que possamos construir a noção de passado e, assim, garantir que estamos vivenciando, dentro do tempo, a sua passagem.

Nas primeiras décadas do século 20, o também francês Marcel Proust, em sua monumental obra literária “Em Busca do Tempo Perdido”, reverberando as teorias de Bergson, mostrou como a evocação da memória pode revelar, ainda, o poder transformador do tempo sobre os homens. Proust levou aos limites a relação entre a literatura e a memória³.

Porém, mais que permanência, a memória é, também, esquecimento e fragmento. É o que nos mostra o argentino Jorge Luis Borges no conto “Funes, o Memorioso”, em que essa contradição é demonstrada pelo personagem-título, um gaúcho incapaz de esquecer todo e qualquer momento vivido. Para Funes, resta o isolamento numa cabana, para que cada dia indelevelmente gravado em sua memória possa ser idêntico ao anterior – e a existência mais suportável. Se não houver esquecimento e ruptura, a memória torna-se um fardo.

Em contraponto à duração, o também francês Gaston Bachelard propõe a noção de instante, em que o tempo é percebido como o encadeamento infinito de fragmentos e não de continuidade, cabendo à consciência o papel de selecionar aqueles instantes significativos que denotam nossa presença no mundo em contraposição ao vazio da existência.

3 - Não desconsideramos, com isso, a rica literatura memorialística produzida até então.

Essa visão do mundo enquanto fragmento e ruptura é uma marca da contemporaneidade e também fundamental para as artes visuais em nosso tempo. Poucas expressões artísticas protagonizaram essa tensão entre memória e contemporaneidade como a fotografia.

Inicialmente surgida com uma função primordialmente pictórica, a fotografia mostrou-se um documento importante para o registro da sociedade ao longo dos dois últimos séculos. Por ela, é possível reconstituir aspectos da vida cotidiana como o vestuário, o design de objetos, os padrões e códigos de beleza e etiqueta, as alterações na arquitetura da paisagem urbana, entre outros.

Ao mesmo tempo, a fotografia, isolada, não consegue produzir uma referencialidade e, a partir dela, uma narrativa. Daí seu caráter fragmentário. Ao observarmos uma foto antiga, dificilmente poderemos reconstruir a partir dela a história por trás daquela imagem sem, por exemplo, o auxílio de um texto que nos contextualize, que nos lance de volta à duração à qual aquele fragmento pertenceu. Como nos permite, por exemplo, a literatura ou cinema.

No caso do cinema, a falsa sensação de movimento causada pela projeção dos fotogramas dá-nos a sensação de captura do tempo, de apreensão daquele segmento de reta do qual nos fala Bergson.

Muito se falou sobre as relações entre cinema e fotografia e de como as duas linguagens vêm dialogando ao longo de sua existência. Há, porém, outra expressão dentro das artes visuais em que a narrativa é plenamente desenvolvida, por meio do uso da imagem estática e fragmentária. Trata-se das histórias em quadrinhos.

Consolidados como linguagem artística na sociedade moderna por meio da publicação nos jornais, no formato de tiras, os quadrinhos se desprenderam desse suporte por volta da década de 1930 e, nas revistas, mostraram que era possível contar longas e cativantes histórias com uso de imagens estáticas (acompanhadas ou não por elementos textuais), por meio da contiguidade dessas imagens.

A narrativa dos quadrinhos, assim, foge à falsa sensação de apreensão do tempo operada pelo cinema e ainda da concepção de duração, para aproximar-se do conceito de instante em Gaston Bachelard.

Apesar de exaustivamente estudadas em comparação ao cinema, as relações entre quadrinhos e fotografia têm passado ao largo dos estudos nas duas áreas – e poucas produções no campo artístico têm se preocupado em explorar essas aproximações.

Um gênero que se tornou bastante popular a partir da segunda metade do século 20 uniu, de forma pioneira, os quadrinhos e a fotografia num mesmo produto. Estamos falando da fotonovela, de forte apelo junto ao grande público, especialmente feminino, no Brasil dos anos 1960 e 1970.

Este aspecto popular, no entanto, acabou relegando essa forma ao desprezo, tanto por parte dos acadêmicos como dos artistas, e o surgimento de outras formas narrativas afastou também o público deste gênero. Hoje em dia, esta forma narrativa encontra-se praticamente extinta.

A graphic novel *O Fotógrafo* resgata essa relação de uma forma inovadora, ao aliar a presença dos desenhos à das fotografias em sua narrativa sobre o trabalho realizado pelo protagonista durante uma expedição da ONG Médicos Sem Fronteiras à região do Afeganistão durante a guerra com a União Soviética, nos anos 1980.

A presença da fotografia como elemento visual e narrativo na história apresentaria-se numa relação de tensão entre os conceitos de duração e de instante, na qual há um constante movimento da narrativa entre a busca de apreensão do tempo e a expectativa de captura do ‘momento decisivo’ de que tratava o célebre fotógrafo Cartier Bresson.

Duração versus instante

No final do século 19, uma época notadamente dominada pelo cientificismo, Henri Bergson desafiou o meio acadêmico ao propor discutir as bases da filosofia, colocando a subjetividade e o emocional de volta ao debate partindo da discussão dos próprios princípios racionais e cientificistas em voga, mas fugindo

de qualquer determinismo sobre a natureza humana, fundando as bases de um novo espiritualismo para século 20.

Ao refletir sobre a natureza do tempo e a sua percepção pela consciência, Bergson sentiu a necessidade de se afastar das noções de tempo empregadas pelas ciências naturais. “Sua essência [do tempo] consistindo em *passar* [grifo do autor], nenhuma de suas partes pode permanecer ainda, quando outra se apresenta. A sobreposição das partes em vista da medida é, pois, impossível, inimaginável, inconcebível” (BERGSON, 1934 [1984], p. 101).

E prossegue, ao desmontar o conceito matemático de tempo frente à filosofia (BERGSON, 1934 [1984], p. 102):

Sabíamos bem, desde os anos de colégio, que a duração se mede pela trajetória de um móvel e que o tempo matemático é uma linha [...]. [...] A linha que medimos é imóvel, o tempo é mobilidade. A linha é o feito, o tempo é o que se faz e mesmo o que faz com que tudo se faça. Jamais a medida do tempo se relaciona à duração enquanto tal; contamos somente um certo número de extremidades de intervalos, ou de *momentos* [grifo do autor], quer dizer, em suma, de paradas virtuais do tempo. [...] O tempo poderá acelerar-se enormemente, e mesmo infinitamente: nada terá mudado para o matemático, para o físico, para o astrônomo. Entretanto, seria profunda a diferença para o olhar de uma consciência [...]. [...] Desta espera determinada, e de sua causa exterior, a ciência não pode dar conta: mesmo quando ela se relaciona ao tempo que se desenrola ou que se desenrolará, ela o trata como se ele já tivesse passado. [...] Mas essa duração, que a ciência elimina, que é difícil de conceber e de exprimir, nós a sentimos e vivemos.

Para Bergson, essa incapacidade em lidar com o tempo explicava-se pela relação intrínseca que se estabeleceu entre o tempo e o espaço ao longo da história da filosofia. Para a metafísica alcançar o real sentido do tempo, era preciso separar um do outro para que se pudesse perceber a verdadeira natureza do tempo: a mobilidade.

De novo, em Bergson (1934 [1984], p. 113):

Não percebiam [os filósofos] que o tempo intelectualizado é espaço, que a inteligência trabalha com o fantasma da duração e não com a própria duração, que a eliminação do tempo é o ato habitual, normal, banal, de entendimento, que a relatividade do nosso conhecimento do espírito deriva precisamente disto, e que, neste caso, para passar da intelecção à visão, do relativo ao absoluto, não é preciso abandonar o tempo (já o abandonamos); é necessário, isto sim, que nos recoloquemos na duração e que recuperemos a realidade em sua essência, que é a mobilidade.

Como alternativa ao racional (matemático e, portanto, incapaz de compreender esse tempo descolado do espaço), Bergson propõe a intuição como chave para compreensão dessa duração pura. “A intuição de que falamos refere-se sobretudo à duração interior. Ela aprende uma sucessão que não é justaposição, um crescimento por dentro, o prolongamento ininterrupto do passado num presente que penetra no futuro” (BERGSON, 1934 [1984], p. 114).

Mas o que seria esse pensamento intuitivo? O autor lança pistas mais à frente (BERGSON, 1934 [1984], p. 115):

Há, entretanto, um sentido fundamental: pensar intuitivamente é pensar na duração. A inteligência parte ordinariamente do imóvel e reconstrói bem ou mal o movimento com imobilidades justapostas. A intuição parte do movimento coloca, ou melhor, percebe-o como a realidade mesma, e não vê na imobilidade mais que um movimento abstrato, um instantâneo tomado por nosso espírito na mobilidade. A inteligência se dá ordinariamente coisas, entendendo por isso o estável, e faz da mudança um acidente que se acrescentaria à estabilidade. Para a intuição o essencial é a mudança: quanto à coisa, tal como a inteligência a entende, é um corte praticado no meio do devir e erigido por nosso espírito em substituto da totalidade.

Em sua crítica ao tempo bergsoniano, Bachelard advoga que a visão fragmentária proposta pelo historiador Roupnel, em sua obra *Siloé*, é “más clara y más prudente” (BACHELARD, 1932 [2002], p. 14). O problema central da duração, para Bachelard, está no seu caráter indivisível (BACHELARD, 1932 [2002], p. 15):

En efecto, si el instante es una falsa cesura, el pasado y el porvenir serán sumamente difíciles de distinguir, puesto que siempre se les separa de manera artificial. Entonces es necesario tomar la duración en una indestructible unidad. De ahí todas las consecuencias de la filosofía bergsoniana: en cada uno de nuestros actos, en el menor de nuestros ademanes se podría aprehender entonces el carácter acabado de lo que se esboza, el fin en el principio, el ser y tocio su devenir en el aliento del germen.

Para Bachelard, essa continuidade maciça entre passado, presente e futuro impede o surgimento de um ato criativo, posto que, como ruptura, ele se torna impossível ao já estar inscrito em um passado difuso. Assim, a duração é uma filosofia da ação, enquanto o instante é uma filosofia do ato (BACHELARD, 1932 [2002], p. 19):

Para Bergson, una acción siempre es un desarrollo continuo que, entre la decisión y la finalidad —una y otra más o menos esquemáticas—, sitúa una duración siempre original y real. Para un seguidor de Roupnel, un acto es ante todo una decisión instantánea y esa decisión es la que lleva toda la carga de la originalidad.

A sensação de duração que temos, ao contrário de figurar como uma prova sensível e intuitiva da realidade da duração, se dá porque entre os instantes significativos, ou atos conscientes de ruptura, nos deparamos com uma infinidade de instantes vazios de significados, nulos – essa nulidade, esses ‘encadeamentos de nada’, constitui a natureza da duração sensível.

A visão fragmentária e descontínua da existência em Bachelard pode ser considerada, assim, uma abordagem pós-moderna da consciência, enquanto a concepção histórica e em fluxo proposta por Bergson seria seu contraponto moderno.

Fotografia e fotojornalismo

Arte e técnica intimamente ligada à questão da tecnologia, a fotografia esperou a virada do século 19 para o século 20 para conquistar em definitivo as páginas dos jornais. Melhores e mais ágeis métodos de captura, revelação, transmissão e impressão da imagem foram primordiais para isso.

Em relação a outros gêneros de fotografia, como o documental/etnográfico e o artístico, o fotojornalismo tem um objetivo que o diferencia. De acordo com Guran (1992, p. 10):

No caso do fotojornalismo, o fio condutor da nossa reflexão, o conteúdo da foto é o fato jornalístico (a notícia), e a forma de fotografar que interessa é aquela que resulta em maior eficiência na transmissão dessa informação. [...] No fotojornalismo, *como em qualquer outra utilização da fotografia* [grifo nosso], o que importa é a eficiência da foto em transmitir com clareza uma determinada informação. Para nós, foto boa é foto eficiente.

Mesmo que toda foto tenha como objetivo, de acordo com o autor (e tal afirmação é discutível se considerarmos, por exemplo, a fotografia artística ou conceitual), a transmissão de uma informação, o fotojornalismo está atrelado ao fato ou à notícia como ponto referencial para medir essa eficiência. Em Peregrino (1991, p. 44):

Toda fotografia de reportagem está diretamente associada à captura da notícia que antecede a busca do olhar na representação do mundo externo. Sob este prisma, a prática fotográfica é um

reflexo da série de acontecimentos que ela retrata, posto que no seio de sua própria linguagem recria situações que se cristalizam na superfície da imagem.

Além disso, o uso da fotografia, pelo seu caráter de apreensão do real por meio de uma representação, pode auxiliar na reconstrução mental de um fato passado: “[...] ao possibilitar a apreensão extremamente rápida de uma situação, a fotografia permite inventariar cenários, eventos e circunstâncias com muito mais precisão e abrangência do que a memória ou mesmo apontamentos escritos” (GURAN, 1992, p. 15).

O Fotógrafo: narrativa mista

Lançado originalmente na França em 2003, em três volumes (formato que foi repetido na edição brasileira da obra, com segunda edição datada de 2010), o álbum *O Fotógrafo* é um trabalho conjunto do fotógrafo Didier Lefèvre, do desenhista e roteirista Emmanuel Guibert e do colorista e diagramador Frédéric Lemercier.

A obra reconstitui uma viagem a trabalho realizada por Lefèvre em 1986 para realizar a cobertura fotográfica de uma missão humanitária da organização não-governamental (ONG) Médicos Sem Fronteiras no Afeganistão, envolvido no período em um conflito armado com a então existente União Soviética.

Lefèvre passou aproximadamente quatro meses na missão, que partiu da França em direção ao Paquistão. De lá, a equipe entrou clandestinamente no Afeganistão e seguiu para um vale montanhoso onde foi instalado um hospital de guerra em condições precárias para atender feridos do conflito e a população em geral.

Após registrar o dia a dia da missão, Lefèvre decidiu retornar sozinho ao Paquistão, mas só conseguiu chegar a seu

98 destino depois de passar por vários apuros que debilitaram sua saúde e quase custaram sua vida.

Dezessete anos depois, o fotógrafo reconstituiu suas lembranças da viagem por meio de entrevistas que serviram de base para o roteiro do álbum. Para contar essa história, a obra mescla a linguagem dos quadrinhos e da fotografia, ora utilizando os desenhos de Guibert, com a introdução de diálogos e recordatórios, ora reproduzindo as fotos produzidas por Lefèvre.

Porém, diferente de outro gênero que utilizava em conjunto as linguagens dos quadrinhos e da fotografia para criar uma narrativa, a fotonovela, não há a intromissão de elementos da linguagem dos quadrinhos, como balões, legendas ou apêndices, sobre as fotografias utilizadas.

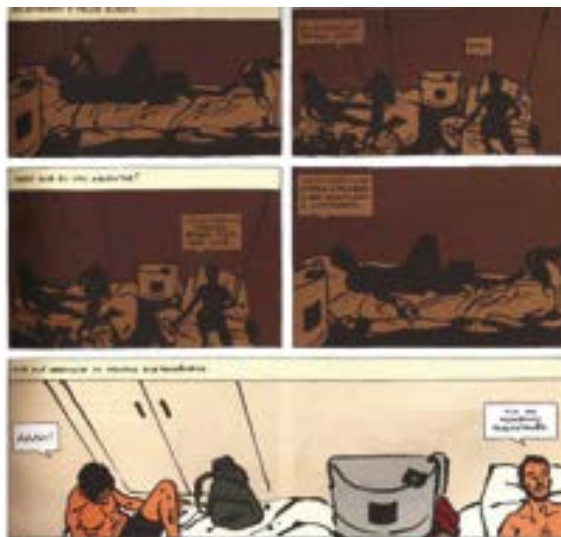
METODOLOGIA

Para embasar nossa leitura crítica, fizemos uma análise de conteúdo a partir dos elementos linguístico-visuais constitutivos do primeiro volume da obra, que foram agrupados em três categorias.

A primeira categoria diz respeito ao quadrinho, ou vinheta, tradicional, em que são utilizados como elementos expressivos o desenho, o balão (para indicar falas dos personagens) e as legendas (para indicar narração ou pensamento de personagem).

A segunda categoria diz respeito à fotografia, propriamente dita. Para entender seu papel na narrativa, esta categoria recebeu uma análise secundária, baseada na dimensão ou área ocupada pela fotografia no espaço da página. Daí, subdividimos a categoria foto em três: fotos pequenas, médias e grandes.

FIGURA 1 – *O Fotógrafo vol.1*, trecho da página 17



Por fim, a categoria ‘legenda autônoma’, para indicar um uso recorrente no álbum da legenda, uma área geralmente retangular, reticulada em cor e com texto, cuja função é trazer a narração do narrador-onisciente ou do narrador-personagem (RAMOS, 2009). No caso de *O Fotógrafo*, seu uso é dedicado ao narrador-personagem, Lefèvre.

Os quadrinhos em *O Fotógrafo*

A principal função dos quadrinhos em *O Fotógrafo* é impulsionar a narrativa, garantindo sua progressão. Eles são a ‘ponte’ entre as fotografias, garantindo uma unidade narrativa ao relato das imagens.

Muitas vezes os quadrinhos retratam os momentos de interação entre Lefèvre e os médicos da missão, em que geralmente ele não está trabalhando e ocasiões sociais em que ele não está acompanhado de sua máquina ou fotografar não é uma atitude aceitável.

O uso criativo da cor utilizado por Lemerrier aproxima a linguagem dos quadrinhos à fotográfica ao tentar reproduzir a iluminação natural dos ambientes reconstituídos pelo desenho.

Isso fica patente em determinadas passagens, como ao enfrentar um blecaute durante uma noite quente, no Paquistão. Os tons pastéis escuros reforçam a sensação de falta de iluminação e de calor sentido pelos personagens. Após o retorno da energia elétrica, as cores voltam a tons mais claros (figura 1).

Mais adiante, nas páginas 42 e 43, esse uso é radicalizado durante a travessia clandestina da fronteira com o Afeganistão, durante a madrugada. Os quadros são totalmente preenchidos de negro e os contornos dos personagens e do terreno são delineados em azul escuro para transmitir a sensação de baixa visibilidade e tensão da situação.

FIGURA 2: O Fotógrafo, página 17



As legendas ‘autônomas’

O uso das aspas é proposital, pois as legendas, apesar de descoladas dos outros elementos da página, como as fotos e as vinhetas, estão integradas à narrativa. Sua principal função é acrescentar referencialidade às fotos e colocá-las no devido contexto da narrativa.

Como evidencia Peregrino (1991, p. 44): “No campo da comunicação, uma fotografia isolada é incapaz de explicar o sentido de um fato: entre outras, ela é uma das variáveis utilizadas para consubstanciar o significado e o sentido da informação.”

No exemplo da figura 2, percebemos como a legenda cumpre essa função de referencialidade, além de uma inovação da obra em relação ao seu uso convencional: a presença de desenhos no interior do espaço reservado à legenda.

Fotos: da duração ao instante

Para entendermos como a foto em *O Fotógrafo* equilibra-se na tensão entre os conceitos de duração e de instante, precisamos, antes, analisar sua presença quantitativa e seu uso espacial dentro do álbum.

TABELA 1 – Dados gerais do volume 1 da *graphic novel* *O Fotógrafo*

	Nº QUADROS CONVENCIONAIS	Nº DE FOTOS	Nº DE LEGENDAS AUTÔNOMAS	TOTAL
TOTAL:	341	411	97	849
MÉDIA POR PÁGINA	4,37	5,26	1,24	10,88
%:	40,16	48,4	11,42	100

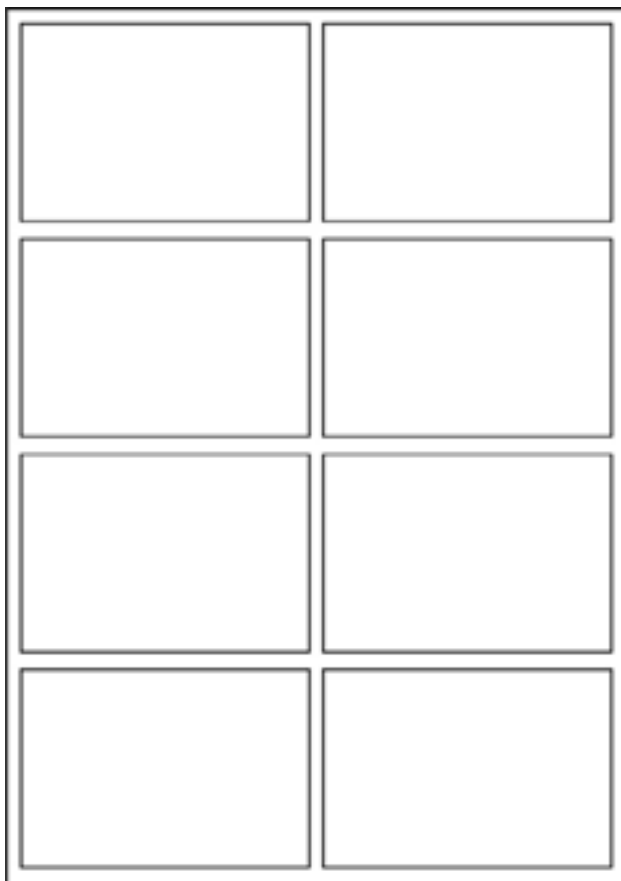
O volume 1 de *O Fotógrafo* possui 88 páginas, das quais 78 trazem a história em quadrinhos propriamente dita. De acordo com a tabela 1, podemos ver que, ao longo dessas 78 páginas, foram contabilizados 341 quadrinhos convencionais, 411 fotogramas e 97 legendas autônomas para referenciar esse material fotográfico. No total, foram computados 849 elementos distintos constituintes da narrativa.

Partido desses números gerais, temos então que cada página abriga em média 10,88 desses elementos, sendo a presença média de 4,37 quadrinhos por página; de 5,26 fotos por página; e de 1,24 legenda por página.

Uma leitura rápida dos dados pode induzir o leitor à crença de que o autor apóia-se mais no uso da fotografia para conduzir a narrativa do que nos recursos próprios dos quadrinhos. Porém, se observarmos como as fotografias são aproveitadas *especialmente* no álbum, veremos que essa impressão é equivocada.

Na edição brasileira, a *graphic novel* *O Fotógrafo* foi publicada no formato de 30 cm x 23 cm. A diagramação básica consiste na subdivisão da folha em oito campos retangulares, ou quadrinhos-padrão (figura 3). Baseado nesse esquema, classificamos as fotos em três categorias: *pequenas*, *médias* e *grandes*. Cada foto *pequena* ocupa aproximadamente 1/48 da página (um sexto de um quadrinho-padrão). As fotos *médias horizontais* ocupam em média 1/8 de página (um quadrinho-padrão) e as *fotos médias verticais*, 1/16 (meio quadrinho-padrão). As fotos grandes ocupam aproximadamente metade da página (quatro quadrinhos-padrão).

FIGURA 3 – Esquema básico da diagramação de *O Fotógrafo*



Em relação às fotos pequenas, elas aparecem em dois formatos: em seqüências de seis fotos na largura da página e em seqüências de cinco fotos (ou seja, ligeiramente maiores), mas na nossa análise essa diferença foi descartada.

Na tabela 2, o total de fotos vem subdividido de acordo com essas categorias.

TABELA 2 – Fotos do volume 1 da *graphic novel* *O Fotógrafo* classificadas por tamanho

	FOTOS PEQUENAS	MÉDIAS	GRANDES	TOTAL
QUANTIDADE	154	254	3	411
%	37,46	61,8	0,72	100
EQUIVALÊNCIA EM QUADRINHOS-PADRÃO	25,66	254	12	291,66

Voltando à relação espacial entre fotos e quadrinhos convencionais no Volume 1 de *O Fotógrafo*, e considerando a tabela 2, percebemos que as fotos ocupam 291,66 quadrinhos-padrão, o que, espacialmente, reduz a presença média da fotografia por página para 3,73.

Esmiuçar essa relação espacial é central para entender a função narrativa e a transição de conceitos operada pelos autores em *O Fotógrafo*. Isso porque o tamanho da foto no álbum modifica sua função narrativa.

A foto de tamanho médio, seja horizontal ou vertical, no geral cumpre sua função jornalística e/ou etnográfica ao nos informar acerca das circunstâncias espaço-temporais da narrativa.

O caso mais interessante diz respeito às fotos pequenas. Elas estão diretamente ligadas ao conceito bergsoniano de duração e ao papel evocativo da memória (figura 4).

FIGURA 4 – O Fotógrafo, página 68.



Na página 68, o narrador cita um episódio do cotidiano da médica responsável por chefiar a missão, que, em meio à aridez da região, preocupava-se em cultivar sua feminilidade ao pentear cuidadosamente os cabelos antes de envolvê-lo no turbante e cuidar da higiene pessoal.

O uso das fotos em sequência, além de atestar a própria materialidade da fotografia, uma vez que a moldura da imagem é formada pelos limites do filme fotográfico, incluindo sua numeração tal qual aparecia nos copiões, remete à falsa apreensão do tempo operada pelo cinema.

Os autores parecem tentar capturar uma espécie de *tempo morto*, um tempo banal, uma duração que se estender espacialmente, sugerida pela sucessão dos fotogramas. Esse efeito ‘dramático’ é constantemente explorado no álbum sempre lançando mão desse mesmo artifício.

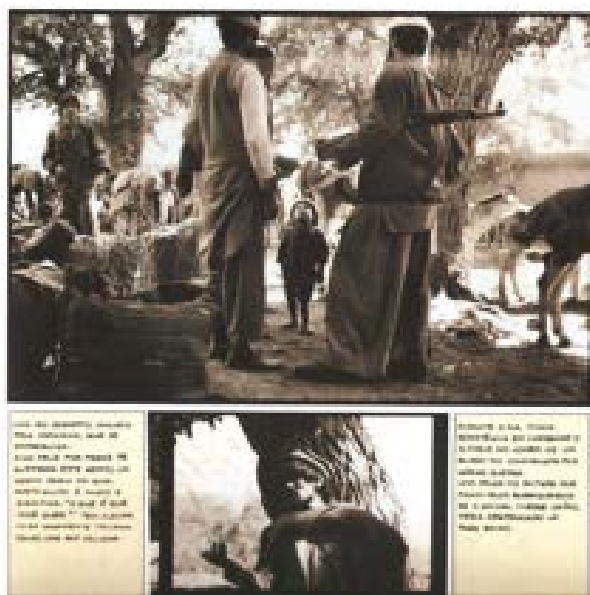
Por sua vez, a presença das fotos grandes geralmente está ligada àquilo que o fotógrafo Cartier Bresson chamou de “momento decisivo” e que se trata da grande preocupação estética do fotojornalismo: a

106 captura do instante em que os elementos constitutivos da linguagem fotográfica se ‘alinham’ diante do fotógrafo para o registro perfeito de um instante irredutivelmente perdido.

Ou, segundo Freitas (2009, p. 9):

A fotografia, portanto, é um meio que possibilita o conhecimento pelo sensível, assim como outras formas de arte, unindo razão e poesia devido à apreensão do instante. A imagem é entendida como forma de conhecimento, como um dos elementos que faz parte da nossa vivência e experiência.

FIGURA 5 – O Fotógrafo, página 65.



Esta tensão fica evidente em dois momentos da narrativa, em que o ‘instinto’ do profissional é colocado em xeque pela busca do instante. Na página 64, o narrador discorre: “De manhã, ainda deitado, e confuso, espio entre meus cílios a agitação costumeira. Alguns mudj’ altos discutem três passos adiante. Teria que bater

uma foto, mas me sinto sem inspiração. Tiro preguiçosamente do alforje a primeira câmera que aparece. Enquadro com dificuldade. Pronto, vamos ver no que dar”.

FIGURA 6 – O Fotógrafo, página 79.



Na página seguinte, o leitor confere o resultado (figura 5). Uma bela foto, devidamente ampliada, em que vários elementos representativos da vida do afegão comum estão presentes como os animais, as armas, os utensílios artesanais, e, entre os camponeses, uma criança que observa, curiosa e admirada, a discussão entre os ‘gigantes’ à sua frente.

Mais adiante, os dois recursos são aliados, desta vez para criar a tensão entre o sentimento de duração e a fragmentação do instante. Na página 79, o narrador percebe que está próximo de uma grande foto, a partir de um momento corriqueiro. Ele, então, busca de toda forma capturar a ‘magia’ da situação, capturar o tempo enquanto

duração. Daí, no álbum, esse momento é resgatado de sua memória pelo uso da foto pequena (figura 6).

Ele narra: “Aqui, um rio bem largo, pouco fundo, mas impetuoso. A caravana inicia a travessia. Mais um burro em dificuldades. Uns mudj’ tiram a carga e tentam içá-lo sobre uma pedra. Tiro muitas fotografias. À medida que fotografo, sinto que estou perto de uma boa foto. É como se eu estivesse pescando, e a isca sendo mordida. Prendo a respiração cada vez que clico. Se fiz meu trabalho direito, ela tem que estar aí, entre as cinco ou seis últimas.”

FIGURA 7 – O Fotógrafo, página 80.



Se percebermos atentamente a figura 6, realmente a foto escolhida está marcada em vermelho entre as últimas da sequência, um procedimento comum de edição para indicar ao laboratório qual deveria ser ampliada antes de os recursos digitais chegarem. Mais uma vez, o corte gráfico da virada de página surpreende o leitor com a beleza do ‘momento decisivo’ capturado (figura 7).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em *O Fotógrafo* temos a foto dividida entre o fotojornalismo, a memória e a etnografia. Ainda que sutis, cada uma dessas atribuições modifica sua percepção por parte do público e suscita novos ‘arranjos’ cognitivos para uma adequada fruição.

Neste sentido, a linguagem específica dos quadrinhos, geralmente identificada a narrativas ficcionais, ajusta essa compreensão e organiza o entendimento de cada uma dessas funções da fotografia no relato proposto pelos autores, ao conformar as fotos a uma ordem narrativa em que os conceitos de duração e de instante encontram-se constantemente em conflito. Ou seja, quando é memória, a foto é o resgate de uma duração que permaneceu no íntimo de seus personagens e cuja evocação se escora na imagem fotográfica para se revelar.

Porém, quando é puramente estética e investigação jornalística, a foto é instante, é fragmento e desconecta da duração para pertencer ao terreno do efêmero e do belo. Os quadrinhos são, assim, a ponte necessária para realinhá-la a uma história.

REFERÊNCIAS

BACHELARD, Gaston. **El Instante**. Mexico D. F. (MEX): Fondo de Cultura Económica, 2002.

BERGSON, Henri. **Cartas, Conferências e Outros Escritos**. São Paulo: Abril Cultural, 1984 (col. Os Pensadores).

FREITAS, Gabriela Pereira de. *Por uma estética fotográfica do instante*. **Anais**. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.

PEREGRINO, Nadja. **A Revolução da Fotorreportagem**. São Paulo: Editora Ágil, 1991.

RAMOS, Paulo. **A linguagem dos Quadrinhos**. São Paulo: Contexto, 2009.

A FOTOGRAFIA COMO FONTE HISTÓRICA:

a cidade de Picos/PI nas lentes do fotógrafo Cristino Varão

Livia Moreira Barroso¹

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo fazer uma discussão a respeito da temática à fotografia como fonte histórica. Para o desenvolvimento do mesmo, faz-se necessário a realização de uma abordagem teórica para que se possa pensar os registros fotográficos como um documento, que trás características e informações sobre uma determinado período ou época. Para a efetivação do trabalho usa-se como fonte algumas imagens produzidas pelo fotógrafo Cristino Varão, que registrou e documentou a cidade de Picos-Piauí retratando a suas paisagens, o aspecto urbanístico e a vida em sociedade por mais de três décadas.

Palavras-chave: Fotografia. História. Cristino Varão.

INTRODUÇÃO

Durante vários anos inúmeras questões vêm sendo levantadas entre diversos pesquisadores, mas especificamente entre os historiadores, que se interrogaram sobre o uso da fotografia para o entendimento da construção da história. Entre as perguntas

1 Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual do Piauí – UESPI.

mais frequentes estão: qual a relação entre fotografia e história? A fotografia pode ser uma fonte histórica?

De acordo com Ana Maria Mauad (1996, p. 1), outra questão também é necessária, “será a história puramente a duração e a fotografia seu registro?” De acordo com a autora (1996), existem basicamente dois caminhos para a compreensão dessa pergunta, ou seja, o primeiro diz respeito à história da fotografia, onde o pesquisador faz o relato da evolução da fotografia na história, “além de inventariar os processos de evolução da técnica fotográfica, busca dimensionar sua inserção social naquilo que se convencionou chamar de circuito social da fotografia.” (MAUAD, 1996, p. 1)

Já o segundo caminho diz respeito à utilização da fotografia para a compreensão dos processos históricos, ou seja, o uso da mesma como documento ou fonte histórica. Porém, de acordo com Mauad (1996) desde o seu surgimento a fotografia foi marcada por inúmeras polêmicas quanto aos seus usos e funções. Para a autora (1996, p. 2):

Ainda no século XIX, sua difusão provocou uma grande comoção no meio artístico, marcadamente naturalista, que via o papel da arte eclipsado pela fotografia, cuja plena capacidade de reproduzir o real, através de uma qualidade técnica irrepreensível, deixava em segundo plano qualquer tipo de pintura.

Tal preconceito relatado por a autora (1996) foi sendo repassado ao longo dos anos, uma vez que, se construiu no imaginário popular, primeiramente que a fotografia era o retrato fiel da realidade, e posteriormente com o avanço das técnicas fotográficas e com a possibilidade de tratamento da imagem, que a fotografia poderia ser uma montagem, e por essa razão não deveria ser utilizada como fonte, uma vez que, a história é o relato fiel do passado, sendo permitido para a historiografia tradicional o uso apenas de documentos oficiais como fontes confiáveis. Porém, para José Honório Rodrigues (apud

112 KOSSOY 1980), assim como os documentos (registros escritos) a fotografia tem um papel de destaque no que se refere à escrita da história.

A fotografia em si, o filme em si não representam, tanto quanto qualquer documento velho ou novo, uma prova de verdade. Toda a crítica externa e interna que a metodologia impõe ao manuscrito impõe, igualmente, ao filme. Todos podem, igualmente, ser ‘montados’, todos podem conter verdades e inverdades. Existe, naturalmente, para cada espécie de fonte, uma possibilidade especial de falsificação, e conhecê-las é a tarefa de críticos de fontes (RODRIGUES apud KOSSOY, 1980).

Mas, com os novos estudos no campo historiográfico, mas especificamente os da micro-história¹, que para ser narrada não precisa ter a noção do macro, ou seja, da história total (política, social e econômica), a fotografia vem sendo um elemento cada vez mais utilizado. Para Mauad (1996, p. 6) com a utilização dessas novas fontes, como a literatura e fotografia, por exemplo, os historiadores passaram por um processo de adaptação no que diz respeito à análise documental.

Neste contexto uma história social da família, da criança, do casamento, da morte etc. passou a ser contada, demandando, para tanto, muito mais informações que os inventários, testamentos, curatela de menores, enfim, tudo o que uma documentação cartorial poderia oferecer. A tradição oral, os diários íntimos, a iconografia e a literatura apresentaram-se como fontes históricas da excelência das anteriores, mas que demandavam do historiador uma habilidade de interpretação com a qual não estava aparelhado. Tornava-se im-

1 Corrente historiográfica surgida na Itália “*Microstorie*”, tem como principal objetivo fazer uma delimitação temática extremamente específica por parte do pesquisador.

prescindível que as antigas fronteiras e os limites tradicionais fossem superados. Exigiu-se do historiador que ele fosse também antropólogo, sociólogo, semiólogo e um excelente detetive, para aprender a relativizar, desvendar redes sociais, compreender linguagens, decodificar sistemas de signos e decifrar vestígios, sem perder, jamais, a visão do conjunto.

Portanto, para a autora (1996) a fotografia é uma fonte histórica, mas que requer do historiador um tipo de crítica específica, ou seja, que tenha a capacidade de identificar os elementos que estão presentes na imagem. Sendo assim, Mauad (1996, p. 9) afirma que, “o testemunho é válido, não importando se o registro fotográfico foi feito para documentar um fato ou representar um estilo de vida”.

Albuquerque e Klein (1987) ressaltam que a utilização da fotografia como fonte para as pesquisas históricas são recentes, e que com isso merecem maiores estudos. Para as autoras (1987, p.2) há alguns anos atrás, “a fotografia servia mais para ilustração (prova), ou seja, como forma de referendar uma afirmação textual. Sua função estava restrita ao papel de cristalizar a imagem de uma ‘verdade’, já confirmada e subsidiada pelos textos escritos”.

Então, depois de compreendermos que a fotografia é uma fonte com grande relevância para os estudos históricos, resolvemos utilizar como técnica de análise ou método que leva em conta o conteúdo da fotografia, onde segue o quadro abaixo elaborado por Ana Maria Mauad (1996, p. 12).

FICHA DE ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO

AGÊNCIA PRODUTORA/FOTÓGRAFO

ANO:

LOCAL RETRATADO:

TEMA RETRATADO:

PESSOAS RETRATADAS:

OBJETOS RETRATADOS:

ATRIBUTO DAS PESSOAS:

ATRIBUTO DA PAISAGEM:

TEMPO RETRATADO (DIA/NOITE):

Nº DA FOTO:

Para a Mauad (1996) cada espaço do quadro acima deve ser preenchido de acordo com os elementos presentes na fotografia, que serão entendidos como unidades culturais, ou seja, a definição para tal é explicado no contexto semiótico de Umberto Eco (1974, p.16), que afirma:

Uma unidade é simplesmente toda e qualquer coisa culturalmente definida e individuada como entidade. Pode ser pessoa, lugar, coisa sentimento, estado de coisas, pressentimento, fantasia, alucinação, esperança ou ideia [...] uma unidade cultural pode ser definida semioticamente como unidade semântica inserida num sistema.[...] Reconhecer a presença dessas unidades culturais (que são, portanto, os significados que o código faz corresponder ao sistema de significantes) significa compreender a linguagem como fenômeno social.

A cidade de Picos/PI retratada nas fotografias de Cristino Varão (1950-1960)

Cristino Saraiva Varão nascido em 1916 em Picos/PI é considerado como o primeiro fotógrafo da cidade ou como o repórter da vida dos picoenses, durante as décadas de 1950 e 1960. Por meio de suas lentes registrou momentos marcantes da realidade local, onde fazia o seu trabalho de fotojornalismo ao registrar por longos anos os fatos que vão do simples cotidiano aos mais marcantes, contribuindo assim, com um acervo inédito para a história da cidade. Através das fotografias de Varão, pode-se ter uma noção de como era a “Picos Antiga”, desde a sua arquitetura aos acontecimentos sociais.

Um elemento fundamental nas fotografias de Varão é a ausência de pessoas, o que dá a impressão que o fotógrafo fazia registros de uma cidade fantasma, o que não é verídico, uma vez que, a cidade de Picos no período retrado pelo profissional da fotografia já era um dos maiores municípios piauienses no que se refere aos índices demográficos.

De acordo com Albano Silva² (2012), a ausência humana nas fotos de Cristino Varão deve-se ao fato de que os equipamentos utilizados por o fotógrafo não ofereciam recursos que pudessem captar a presença de pessoas, animais ou objetos em movimento.

Segundo Silva (2012),

As câmeras utilizadas por Cristino Varão eram aquelas que conhecemos como Câmera Caixote ou o famoso fotógrafo ‘lambe-lambe’, que não oferecia grandes possibilidades para boas fotografias. Além disso, ele sempre fazia as fotos no horário de meio-dia, pois a cidade estava vazia e por causa da luz.

2 Albano Silva é atualmente diretor do Museu Ozildo Albano, que tem grande parte do acervo fotográfico de Cristino Varão. Entrevista concedida a esta pesquisadora, via email, no dia 23 de setembro de 2012.

Com a finalidade de utilizar a fotografia como fonte histórica, faz-se necessário contextualizar a época em que as fotografias de Cristino Varão foram registradas. De acordo com Renato Duarte (1991, p. 19),

A Picos do final da década de 40 e do início dos anos 50 era um pequeno núcleo urbano harmoniosamente integrado ao meio rural. Havia uma conveniência estreita, íntima mesmo, entre o aglomerado urbano e o meio ambiente em torno. Até meados da década de 50, mesmo nos meses secos, Picos era cercada de verde, graças a existência de um cinturão de umidade que a envolvia quase que totalmente.

Segundo o autor (1991, p. 30) no contexto arquitetônico da cidade destacava-se principalmente a Praça Félix Pacheco, que “tinha, então, a tríplice função de área de lazer, de centro comercial e de área residencial”. Então, entendendo que a fotografia pode contribuir para a escrita da história de um determinado lugar, a obra do fotógrafo Cristino Varão contribui para o entendimento do cenário picoense do período estudado.

Para a compreensão histórica da obra fotográfica de Cristino Varão utiliza-se neste trabalho a “Ficha de Elementos da Forma do Conteúdo” proposta por Mauad (1996), que propõe fazer uma análise descritiva de alguns elementos presentes na imagem.

Na figura 1 há a captação de uma imagem geral da praça, onde para a época do registro, que segundo informações do Museu Ozildo Albano data de meados da década de 1960, era o único espaço de socialização, além de ser o ambiente que se concentrava o centro comercial da cidade, como é possível observar são os prédios no segundo plano da imagem. Porém, de acordo com Duarte (1991) a principal função desse ambiente para a cidade de Picos era de lazer, onde cada espaço da Félix Pacheco tinha um determinado público frequentador. Segundo o autor (1991, p. 39):

Não somente a parte central do jardim, mas também os passeios externos [...], que tinham pouca iluminação, eram territórios dos casais de namorados. [...] os dois outros passeios externos e os jardins internos contíguos eram ocupados por casais de namorados de classes sociais ditas inferiores. As condições do ambiente – pouca iluminação e pequena movimentação de transeuntes [...] Para os meninos a praça, em toda a sua extensão, quer de dia, quer de noite, funcionava como um amplo parque infantil. O coreto, o poço, os tanques, os pés de figuinho-anão e o paredão formavam um local perfeito para as brincadeiras [...]

FIGURA 1 – Fotografia da Praça Félix Pacheco ao fundo as torres da Igreja de Nossa Senhora dos Remédios.



Adequando as informações para a “Ficha de elementos da formação do conteúdo”:

FICHA DE ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO	
AGÊNCIA PRODUTORA/ FOTÓGRAFO:	CRISTINO VARÃO
ANO:	MEADOS DA DÉCADA DE 1960
LOCAL RETRATADO:	CIDADE DE PICOS-PIAUI
TEMA RETRATADO:	PAISAGEM URBANA DA CIDADE DE PICOS
OBJETOS RETRATADOS:	CASAS, PRÉDIOS, PRAÇA, CARRO.
ATRIBUTO DAS PESSOAS:	INEXISTENTE
ATRIBUTO DA PAISAGEM:	PAISAGEM URBANA AMBIENTADA EM UMA PRAÇA QUE TRÁS ÁRVORES QUE REPRESENTAM A FLORA REGIONAL (PRESENÇA DA CARNAÚBA)
TEMPO RETRATADO (DIA/NOITE):	DIA
EQUIPAMENTO DO FOTÓGRAFO:	CÂMARA-CAIXOTE
Nº DA FOTO:	01

FIGURA 2 – Café Guaribana



Além da praça, outra opção de lazer na cidade de Picos, retratada por Varão, era o Café Guaribana, que durante o dia e os finais de tarde era frequentado por membros das famílias picoenses, principalmente os jovens que se reúnem para tomar um lanche antes da sessão das seis no Cine Ideal, único cinema da cidade na época.

Os homens costumavam frequentar os bares da cidade, locais de encontros e de divertimento para o público masculino, uma vez que, as mulheres não frequentavam esses locais, pois não ficava bem senhoras de família em locais de “libertinagens”, como era conhecido esses ambientes.

Ficha da figura 2:

FICHA DE ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO	
AGÊNCIA PRODUTORA/ FOTÓGRAFO:	CRISTINO VARÃO

ANO:	MEADOS DA DÉCADA DE 1960
LOCAL RETRATADO:	CIDADE DE PICOS-PIAÚÍ
TEMA RETRATADO:	CAFÉ GUARIBANA (BAR E RESTAURANTE)
OBJETOS RETRATADOS:	CASAS
ATRIBUTO DAS PESSOAS:	UMA ÚNICA PESSOA QUE NÃO SE PODE IDENTIFICAR OS SEUS ATRIBUTOS DETALHADAMENTE DEVIDO À BAIXA QUALIDADE DA IMAGEM
ATRIBUTO DA PAISAGEM:	FACHADA DE UM PRÉDIO COM O NOME DO ESTABELECIMENTO ESCRITO NA PAREDE
TEMPO RETRATADO (DIA/NOITE):	DIA
EQUIPAMENTO DO FOTÓGRAFO:	CÂMARA-CAIXOTE
Nº DA FOTO:	02

Na figura 3, o fotógrafo Cristino Varão trás um ângulo onde capta uma das laterais da Félix Pacheco, além de uma parte do centro comercial, onde estar bem nítida as “Casas Daher”, que era uma loja de tecidos, não mais existente na cidade atualmente.

Através dessa fotografia, além do aspecto arquitetônico da cidade é perceptível a questão econômica, ou seja, a referida loja de tecido era uma das maiores de Picos, uma vez que, comercializava tecidos, advindos de um dos principais produtos da agricultura da região, o algodão.

Outro aspecto importante dessa imagem diz respeito à formação rochosa da região e também ao crescimento urbano ocorrido na cidade durante a época estudada. Como podemos observar por meio das construções no morro, hoje conhecido como Aerolândia, à cidade passava por um processo de crescimento sendo que as regiões planas não comportavam mais as suas construções. Tal crescimento foi tão significativo que a década de 1950 ficou conhecida como “os verdes anos”, fazendo referência

ao bom momento da economia e do processo de urbanização e desenvolvimento da cidade.

Porém, mesmo passando por um período de esplendor econômico, a cidade de Picos tinha na época construções modestas e sem grande luxo, como é perceptível nas fotografias de Cristino Varão. De acordo com Duarte (1991, p. 32-33), isso se deveu a formação inicial da cidade, já que, “por ser relativamente nova, fundada em meados do século XIX, Picos não foi contemporânea do esplendor arquitetônico do período colonial e da época imperial, como fora a cidade de Oeiras”.

FIGURA 3 – Fotografia de uma das laterais da praça Félix Pacheco e do morro da Aerolândia.



A imagem abaixo de Varão do final da década de 1960 aponta a simplicidade das residências de Picos, sendo as mesmas compostas por uma porta e uma, duas ou quatro janelas na parte frontal. Ainda segundo Duarte (1991, p. 33), além desse modelo de residência, que a mais comum na cidade, havia também os bangalôs “como eram chamadas as casas que tinha jardim e terraço”.

FICHA DE ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO	
AGÊNCIA PRODUTORA/ FOTÓGRAFO:	CRISTINO VARÃO
ANO:	MEADOS DA DÉCADA DE 1960
LOCAL RETRATADO:	CIDADE DE PICOS-PIAUI
TEMA RETRATADO:	AMBIENTE URBANO
OBJETOS RETRATADOS:	PRÉDIOS, AUTOMÓVEL, ESTABELECIMENTO COMERCIAL, PRAÇA, CANTEIROS, BANCOS, ÁRVORES.
ATRIBUTO DAS PESSOAS:	NÃO HÁ A PRESENÇA HUMANA NA IMAGEM
ATRIBUTO DA PAISAGEM:	PAISAGEM URBANA DO CENTRO (COMERCIAL E RESIDENCIAL) DA CIDADE DE PICOS, ONDE CAPTA A AUSÊNCIA DE TERRENOS PLANOS, JÁ QUE AS CONSTRUÇÕES JÁ COMEÇAM A SUBIR OS MORROS.
TEMPO RETRATADO (DIA/NOITE):	DIA
EQUIPAMENTO DO FOTÓGRAFO:	CÂMARA-CAIXOTE
Nº DA FOTO:	03

FIGURA 4 – Igrejinha do Sagrado Coração de Jesus



Na figura 5, Cristino Varão fotografou a Igrejinha do Sagrado Coração de Jesus, primeira capela construída na cidade de Picos, ainda no período de colonização da região. Na imagem o fotógrafo retrata uma das festividades religiosas da cidade³, temática comum nas fotografias de Varão, já que a religião Católica era predominante na região na época. Outro detalhe dessa fotografia em específico, diz respeito ao vestuário característico do final década de 60 no século XX, tendo destaque para as calças pantalonas, que marcaram uma geração.

Ficha da figura 4:

FICHA DE ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO	
AGÊNCIA PRODUTORA/ FOTÓGRAFO:	CRISTINO VARÃO
ANO:	MEADOS DA DÉCADA DE 1960
LOCAL RETRATADO:	IGREJINHA DO SAGRADO CORAÇÃO DE JESUS
TEMA RETRATADO:	FESTIVIDADE RELIGIOSA

3 Os membros do Museu Ozildo Albano, local onde a fotografia está disponível, não souberam informar de que festa religiosa é retratada na imagem.

OBJETOS RETRATADOS:	IGREJA, CRUZEIRO.
ATRIBUTO DAS PESSOAS:	CRIANÇAS E ADULTOS TRAJANDO ROUPAS CARACTERÍSTICAS DA ÉPOCA.
ATRIBUTO DA PAISAGEM:	FACHADA DA IGREJA
TEMPO RETRATADO (DIA/NOITE):	DIA
EQUIPAMENTO DO FOTÓGRAFO:	CÂMARA-CAIXOTE
Nº DA FOTO:	04

FIGURA 5 – Centro da cidade de Picos – PI



Ficha da figura 5:

FICHA DE ELEMENTOS DA FORMA DO CONTEÚDO	
AGÊNCIA PRODUTORA/ FOTÓGRAFO:	CRISTINO VARÃO
ANO:	MEADOS DA DÉCADA DE 1960
LOCAL RETRATADO:	CIDADE DE PICOS-PIAUI
TEMA RETRATADO:	A VIDA URBANA DA CIDADE PIAUIENSE
OBJETOS RETRATADOS:	RUAS, AUTOMÓVEIS, PESSOAS, POSTE DE ILUMINAÇÃO PÚBLICA.
ATRIBUTO DAS PESSOAS:	DEVIDO A BAIXA QUALIDADE DA IMAGEM NÃO É POSSÍVEL VERIFICAR OS ATRIBUTOS DAS PESSOAS.
ATRIBUTO DA PAISAGEM:	FACHADA DE PRÉDIOS, EM SUA MAIORIA RESIDÊNCIAS DOMICILIARES. ALÉM DA SER POSSÍVEL PERCEBER QUE A RUA REPRESENTADA NÃO ERA PAVIMENTADA, TAMBÉM A PRESENÇA DE UM POSTE DE ILUMINAÇÃO. OUTRA DESTAQUE É PARA O AUTOMÓVEL EM PRIMEIRO PLANO, SENDO O MESMO DE GRANDE PORTE, CARACTERÍSTICA MARCANTE PARA O PERÍODO, UMA VEZ QUE, DEVIDO AS MÁ CONDIÇÕES DAS ESTRADAS ERAM OS ÚNICOS POSSÍVEIS DE TRAFEGAREM NO MUNICÍPIO.
TEMPO RETRATADO (DIA/NOITE):	DIA
EQUIPAMENTO DO FOTÓGRAFO:	CÂMARA-CAIXOTE
Nº DA FOTO:	05

Como aponta Ana Maria Maud, é impossível ficarmos passivos a uma fotografia, sempre que estamos diante de uma temos a necessidade de nos remeter ao passado e a história que está envolta naquela imagem, seja ela, a emoção do momento, se a mesma é uma cena montada, e muitas vezes chegamos a cogitar até o enquadramento e a posição do fotógrafo. Não tem como negar, uma fotografia seduz que a vê.

Então, foi pensando nesses posicionamentos, que por uma curiosidade resolvemos fazer um breve estudo sobre uma parte da obra fotográfica de Cristino Varão, pois, como é possível perceber, o mesmo teve uma contribuição significativa para a construção da história e memória da cidade de Picos/PI.

Porém, no campo historiográfico a fotografia sempre foi questionada sobre o seu uso como fonte para a escrita da história. Mas, como foi discutido nesse presente trabalho, que assim como os documentos oficiais, as imagens fotográficas podem e devem ser utilizadas em análises que tenham como foco a construção da história de uma cidade ou povo.

Por fim, pretendemos com este trabalho contribuir para que pesquisas futuras possam utilizar a fotografia como fonte, uma vez que, a mesma tem um valor histórico significativo, mas que requer métodos adequados para que possa contribuir para a pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUER, Marli Brito; KLEIN, Lisabel Espellet. **Pensando a fotografia como fonte histórica**. Rio de Janeiro, 1987. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X1987000300008&script=sci_arttext. Acesso em: 20 de julho de 2012.

DUARTE, Renato. **Picos: os verdes anos cinquenta**. Picos: Liber, 1996.

ECO, Umberto. **As formas do conteúdo**, São Paulo: Perspectiva, 1974.

KOSSOY, Boris. **A fotografia como fonte histórica; introdução à pesquisa e interpretação das imagens do passado**. São Paulo, Museu da Ind. Com. E Tecnologia de São Paulo — SICCT, 1980.

MAUAD, Ana Maria. **Através da imagem: fotografia e história e interfaces**. Rio de Janeiro, 1996. Disponível em: http://www.historia.uff.br/tempo/artigos_dossie/artg2-4.pdf. Acesso em: 20 de julho de 2012.

AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NO DISCURSO VISUAL DO JORNAL IMPRESSO JÁ - PARAÍBA

Andrezza Gomes Pereira⁴

RESUMO

O presente artigo investiga quais são as estratégias enunciativas utilizadas pelo jornal impresso *Já-Paraíba* e o sentido que tais estratégias dão ao discurso sensacionalista do referido periódico nas imagens das matérias principais sobre violência. Para isso, foram selecionadas as edições equivalentes às primeiras segundas-feiras de cada mês do ano 2011, considerando especificidades, forma e estilo do tabloide em questão. Neste trabalho foram discutidos, sobretudo, conceitos como Sensacionalismo e Fotojornalismo, utilizando-se como método de pesquisa a Análise de Discurso. Com esses referenciais teórico-metodológicos foi construída a base deste trabalho, permitindo desenvolver análises que serviram como suporte para o objetivo pretendido.

PALAVRAS-CHAVE: *Já*. Jornal Impresso. Sensacionalismo. Estratégias Enunciativas.

INTRODUÇÃO

O sensacionalismo é uma característica que se insere cada vez mais na mídia contemporânea e atua como uma configuração da produção de sentidos e sedução do público. Os jornais de cunho

4 Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB. E-mail: andrezzapgomes@gmail.com

policial popularesco, como o *Já*, por apresentarem edições repletas de apelos dramáticos, acontecimentos burlescos e saturados de violência, são produtos peculiares do estilo sensacionalista.

Pelas diversas manifestações no âmbito midiático, o sensacionalismo é fundamental para entendermos as mudanças de sentido dadas aos fatos jornalísticos. Dessa forma, é um instrumento rico para a análise da construção da narrativa, oferecendo elementos para a compreensão da representação do real.

Paralelamente, o fotojornalismo desempenha um papel de importância basilar na conquista de públicos leitores, dando apoio ao texto escrito para alavancar a credibilidade do jornal. A imagem abala, desperta sensações, clama, expõe um recorte da realidade, é o aparelho-chave do sensacionalismo em um veículo impresso.

Esta pesquisa tem como objeto empírico o jornal impresso *Já*, tabloide diário que circula na Paraíba desde 2009. Como metodologia, utiliza-se a análise do discurso nas imagens das matérias publicadas com mais destaque na capa, que abordam a temática da violência cotidiana, a fim de perceber as estratégias enunciativas que dão sentido ao discurso do referido periódico. A partir das estratégias apontadas, as imagens se apresentam como exemplo para reforçar o contexto sensacionalista do enunciado.

De acordo com Eni Orlandi (2001), discurso é uma unidade que gera efeito de sentido e desdobra-se em um conjunto de enunciados, sendo este, a partir das considerações de Dominique Maingueneau (2004), uma unidade maior do que um texto simples. Compreende-se, portanto, que fotografia é discurso, por gerar efeito de sentido e produzir enunciados, tornando a Análise do Discurso (e seus devidos desdobramentos) um método adequado para responder às questões dispostas e alcançar os objetivos indicados.

Por se tratar de um meio de comunicação popular e, sobretudo, por entender o impacto que o jornalismo sensacionalista causa na sociedade, considera-se que o *Já* exemplifica uma conexão com o dia-a-dia da maioria da população e assume, conseqüentemente, um contorno pertinente como objeto possível de ser trabalhado.

O *Já* é um jornal impresso que circula na Paraíba desde 2009, um tabloide diário do Sistema Correio de Comunicação. Comercializado pelo valor de R\$ 0,25 (vinte e cinco centavos)¹, o periódico aponta, principalmente, para um público de menor poder aquisitivo, pertencente às classes C e D. Do mesmo modo, a linguagem escrita também expressa para quem o programa é endereçado, visto que não se compromete com preciosismos gramaticais e não apresenta a norma culta linguística excludente. O veículo procura legitimidade na representação dos setores populares através do uso coloquial da linguagem, curta e objetiva, do emprego de gírias e contrações, preço baixo e imagens espetaculares, como características que permitem laços de identificação do jornal com os interesses e expectativas sociais.

Com conteúdo voltado ao esporte, ao sexo, à política e, principalmente, à violência, o *Já* atrai a atenção dos leitores pelas imagens sensacionalistas, geralmente evitadas pelos jornais tradicionais. No âmbito das matérias sobre violência, são corpos esfaqueados, perfurados por tiros, cobertos por sangue, destruídos devido a acidentes, fotografias com índice elevado de apelo emocional, embora monocromáticas. Tais imagens estabelecem uma estratégia de criação da identidade do jornal, antecipando a temática do periódico e o que este pretende mostrar ao leitor.

Os veículos de comunicação produzem estratégias enunciativas que dão suporte ao conteúdo a ser veiculado, de forma minuciosamente pensada, a fim de que se estabeleça um público-alvo e a este sejam refletidas as sensações necessárias para que o produto se mantenha em circulação.

Sendo assim, qual o sentido que as estratégias enunciativas utilizadas na construção de imagens das matérias publicadas com

1 Em 2014, o periódico passou a ser comercializado por R\$ 0,50 (cinquenta centavos).

mais destaque nas capas do jornal *Já*, no âmbito da violência cotidiana, dão ao discurso sensacionalista do referido tabloide?

Sensacionalismo

Ao analisar a origem da imprensa na França e nos Estados Unidos, observa-se que o sensacionalismo parece estar presente na mídia desde o seu surgimento. Contudo, “algumas enciclopédias atribuem aos editores Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst (final do século XIX) a responsabilidade pela implantação do jornalismo sensacionalista” (ANGRIMANI, 1995, p. 19). No século XIX, brochuras conhecidas por “*occasionnels*” publicavam temas criminais e divulgavam desastres, além de serem vendidos aos gritos no meio da rua, expondo as manchetes de cunho sensacionalista. Nos Estados Unidos, o *Public Occurrences*, primeiro jornal americano, foi divulgado pela primeira vez em 1690 e também era sensacionalista.

Neste século, jornais impressos de cunho popularesco e considerados sensacionalistas ganham cada vez mais espaço na veiculação de informações no Brasil. São periódicos vendidos a preços baixos, apresentando imagens burlescas, cores fortes, linguagem fora da norma culta exigente, tais como *Maskate*, *Manaus Hoje* e *Dez Minutos*, de Manaus; *Folha de Pernambuco*, já acatado como o “espreme que sai sangue” do Estado; *Aqui*, de Minas Gerais; *Extra*, do Rio de Janeiro; *Diário Gaúcho*, do Rio Grande do Sul; e o *Já*, da Paraíba, chave da pesquisa aqui disposta.

A espetacularização e o sensacionalismo, como formas de seduzir o espectador, atuam na produção de sentidos e têm como característica primordial a proximidade com o público.

Segundo Guy Debord (1997), no processo conceutivo do espetáculo ocorre uma materialização do conteúdo televisivo. A informação é trazida como mercadoria, e ocupa o espaço da vida social, explorando os principais ingredientes do cotidiano dos receptores. Tais elementos são oferecidos, sobretudo, através

132 de imagens, capazes de apresentar os anseios da mídia perante o público, fazendo com que este prefira o “ter” em detrimento ao “ser”.

(...) À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho se torna necessário. O espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guarda desse sonho (DEBORD, 1997, p. 19).

É a fala e a imagem, a notícia e a dramatização dos fatos, que constituem o espetáculo no meio jornalístico.

O sensacionalismo explora o extraordinário, ao utilizar-se de linguagens espetaculares e imagens chocantes para atrair a atenção do público. Pode-se dizer que os programas de cunho sensacionalista se inserem no contexto da sociedade do espetáculo, cuja forma como é exibido o conteúdo faz com que o público tenha fascínio pelo que está sendo veiculado. Segundo Debord (1997, p. 6), “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas, mediada por imagens”. Além disso, “o espetáculo é uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentária e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o que lhes falta em sua existência real”. (PATIAS, 2005, p. 63)

Barbosa (2001/2002, apud PATIAS, 2005) diz que imagens sobre violência atraem a atenção do público. Ou seja, quanto mais violência, mais audiência e, conseqüentemente, retorno em publicidade. Dessa forma, é imprescindível considerar, em um jornal de cunho popularesco, a violência como objeto passível de estudo perante o cotidiano. Por outro lado, o sensacionalismo não se restringe à violência. “As estratégias de popularização dos produtos jornalísticos não se reduzem mais à opção exclusiva por temáticas de sangue e sexo” (AMARAL, 2005, p. 4). Outras táticas que também podem ser consideradas sensacionalistas são

usadas para elevar o índice de audiência, como o entretenimento, a prestação de serviços, as pessoas famosas tendo sua privacidade confundida com a vida pública e ganhando superexposição na mídia, além do uso de elementos gráficos e valorização da emoção. Rosa Nívea Pedroso (2001, p. 52) define o sensacionalismo como

(...) um modo de produção discursiva da informação de atualidade, processado por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação e construção do real social.

O problema do sensacionalismo vai além da visão rebaixada que se tem sobre ele. Para Márcia Franz Amaral (2005, p. 5) o tema “pode ser considerado um conceito errante, tanto por suas insuficiências, quanto por suas generalizações.” Segundo a autora, há várias definições relevantes, mas os autores pecam em generalizar que o sensacionalismo dá conta de todas as estratégias destinadas a gerar sensações. Além disso, costuma-se taxar o conteúdo dos veículos sensacionais de degradação cultural, mas, antes disso, deve-se entender que a conexão entre tais produtos e o público não acontece de maneira superficial, e sim, através de “estratégias históricas de aproximação com o ‘mundo da vida’ em contraposição aos jornais de referência que dão conta da ‘vida do mundo’” (idem, p. 4).

Fotojornalismo

“Para onde quer que nos viremos, existe a imagem” (JOLY, 1994, p. 18). De fato, ela é um traço do cotidiano e atua como um cruzamento entre o homem e o mundo.

Para Pierre Achard (1999, p. 52), a imagem tem a função de “inscrever materialmente o acontecimento, colocando-se em jogo uma passagem visível (acontecimento) ao nomeado (memória)”.

134 Entende-se, aqui, memória como sucessões de acontecimentos passados (imagens evocadas) gravados na alma, que se reatualizam no tempo presente e podem formar modos diversos de textualização.

Confirmando essa ideia, Arlindo Machado (1984, p.11) afirma que a fotografia, “desde os primórdios de sua prática, tem sido conhecida como o “espelho do mundo”, só que um espelho dotado de memória”.

A fotografia tem uma linguagem própria que consiste em uma expansão da capacidade de olhar que parte do autor. É uma arte de representação da realidade que trabalha momentos singulares e incide em concretizar instantes. Ela possibilita a compreensão dos acontecimentos com mais precisão do que o texto escrito, sendo capaz de fixar o imprevisto e desenvolver perspectivas de interpretação do fato.

Com a inserção da fotografia na imprensa, abriu-se uma janela para o mundo, deixando para trás a impossibilidade do homem em visualizar os fatos que ocorriam fora do seu meio habitual. Acontecimentos além de fronteiras tornaram-se tão presentes como se fosse capaz de vivenciá-los. O que era individual tornou-se coletivo.

Fotografias usadas em matérias jornalísticas funcionam como parte integrante do texto, são mais do que simples ilustrações e apresentam um teor informativo quase incontestável. De fato, nada mais perto do verdadeiro acontecimento do que o registro imagético. Ele é a prova que fere os indícios.

Ressalta-se, contudo, que fotografias não funcionam como mera reprodução da realidade, e sim, recortes do real, representações que passam por processos de seleção e edição, relacionados ao texto escrito a que se refere. Para Boris Kossoy (2002), elas não podem ser aceitas de imediato como espelhos fiéis dos acontecimentos, visto que são capazes de revelar ambiguidade. O autor diz, ainda, que a substância informativa das imagens só pode ser decifrada a partir dos desdobramentos sociais, políticos, econômicos e, principalmente, históricos dispostos por elas, ou seja, a partir do contexto em que se inserem.

De acordo com Milton Guran (1991), levando em consideração a fotografia no contexto do fotojornalismo, a notícia é o conteúdo da foto e o que importa é a eficiência da imagem em transmitir nitidamente determinado fato jornalístico. Para o autor, a fotografia conduz o leitor à absorção da informação de maneira mais rápida, pelo seu caráter sensitivo:

É importante considerar que a linguagem fotográfica é eminentemente sensorial e sensitiva, embora exista uma certa racionalidade no seu processo de construção, leitura e absorção. Talvez por isso mesmo, a fotografia, mais do que o discurso escrito, seja rápida ao induzir o leitor a uma associação de ideias ou de sentimentos recorrentes à informação apresentada (GURAN, 1991, p. 5).

Para os desígnios desta pesquisa, pensar em imagem é discorrer sobre estratégias enunciativas de manutenção e aquisição de público-leitor. Mais ainda, adotando a linha editorial do objeto de estudo aqui descrito, no âmbito da violência cotidiana, é pensar em sensacionalismo, considerando os efeitos sensitivos causados pelas fotografias, visto que elas são capazes de mobilizar o emocional, acompanhado da racionalidade representativa de determinado fato.

Como bem disse Kossoy (2002, p. 20), “as diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para veiculação das ideias e da consequente formação e manipulação da opinião pública”.

As estratégias enunciativas

Para a análise, foram separadas as edições referentes às primeiras segundas-feiras de cada mês de 2011 do jornal impresso *Já - Paraíba*, delimitando o *corpus* da pesquisa às imagens das

136 matérias publicadas com mais destaque nas capas dos exemplares selecionados, no âmbito da violência cotidiana. O estudo partirá da análise das estratégias enunciativas, utilizando as imagens para exemplificar o contexto sensacionalista do tabloide em questão.

É nas primeiras segundas-feiras de cada mês, que o *Já* apresenta um balanço da violência do mês anterior e do final de semana, colocando o fator sensacionalista policial como o destaque do jornal no caderno Cidades². Dessa forma, a escolha das edições deu-se considerando esses dias como os principais do ano para serem referenciados no campo da violência.

Os dias³ selecionados para o estudo foram (figura 1): 03 de janeiro, 07 de fevereiro, 07 de março⁴, 04 de abril, 02 de maio, 06 de junho, 04 de julho, 01 de agosto, 05 de setembro, 03 de outubro, 07 de novembro e 05 de dezembro de 2011.

2 O caderno Cidades é o que traz as notícias sobre violência no jornal *Já*. Nele, as principais pautas envolvem situações conflitantes, como assassinato, suicídio, estupro ou agressão física, com destaque para as chamadas, os títulos em fontes versais, grandes e chamativas e, principalmente, as fotografias apelativas.

3 Primeiras segundas-feiras de cada mês de 2011.

4 O dia 07 de março de 2011 foi feriado relativo ao Carnaval. O Sistema Correio da Paraíba não publica o Jornal *Já* em feriados. Por esse motivo, sobraram para análise apenas 11 edições das 12 pretendidas, haja vista que o estudo propendeu selecionar as primeiras segundas-feiras de cada mês de 2011.

FIGURA 1: Capas dos exemplares selecionados para análise



Destas 11 edições selecionadas para o trabalho (ver figura 1), apenas seis exibiram imagens nas matérias internas publicadas com mais destaque na capa, em relação à violência: as de janeiro, maio, agosto, outubro, novembro e dezembro. (ver figura 2) São elas, desse modo, que servirão como exemplo no estudo das estratégias enunciativas.

FIGURA 2: Matérias internas publicadas com destaque na capa das edições selecionadas, que contêm fotografias sobre violência.



As seis referidas matérias (figura 2) aparecerão como exemplos de análise nos subitens a seguir, considerando como táticas sensacionalistas o estilo do veículo, a disposição das imagens, as questões de enquadramento, as cores, as manchetes, as legendas, dentre outros artifícios que se encaixam como elementos indispensáveis para a finalidade pretendida.

Primeira Estratégia Enunciativa: As Capas e as Cores

As capas do *Já* estabelecem uma estratégia de criação da identidade do jornal, exibindo recortes de perseguição, atuação

contra o crime, violência em geral, além de esporte e mulheres seminuas. Tais estratégias antecipam a temática do tabloide e o que este pretende mostrar ao leitor.

As manchetes de capa sobre violência são sempre apresentadas de forma apelativa, com letras versais, figuras de linguagem e teor popular.

Um fato interessante e que merece destaque em uma análise sobre as imagens de violência no *Já*, são as cores. As capas apresentam um conjunto de tons expressivos como forma de fixar a atenção do leitor e representar a realidade de maneira mais atenuante. São cores frias, do azul ao preto, quando a intenção é mostrar um crime frígido, como o bebê carbonizado enquanto a mãe participava da festa de Réveillon, na edição de 03 de janeiro (ver figura 2). São cores quentes, combinadas em amarelo e vermelho, quando é o sangue ou o crime por arma de fogo que estão em evidência, como as capas de 04 de abril e 04 de julho (ver figura 1 e figura 3).

Exemplo:

FIGURA 3: Manchete sobre violência na edição de 04 de abril de 2011. A matéria interna não apresentou fotografias.



Enquanto isso, as matérias internas do caderno Cidades (onde estão as notícias sobre violência) são todas monocromáticas, destoando do abuso de cores que os produtos sensacionalistas costumam apresentar, sendo uma maneira de amenizar a espetacularização das fotografias que mostram corpos esfaqueados, carbonizados ou cobertos por sangue.

Cabe lembrar que as cores do jornal funcionam como mediadores de significado. Elas são absorvidas de maneira instantânea pelos leitores e direcionam consciente ou inconscientemente o público ao significado do conteúdo que se pretende exibir internamente, tal como afirma Luciano Guimarães (2003, p. 21):

A cor é, certamente, um dos mediadores sígnicos de recepção mais instantânea na comunicação jornalística (...) [e] a recepção eficiente da informação cromática em veículos jornalísticos depende das informações externas à própria cor, como a contextualização da informação, o estudo do ambiente cultural, as diretrizes e os paradigmas que direcionam consciente ou inconscientemente a utilização das cores nas informações veiculadas.

Segunda Estratégia Enunciativa: Culto à Violência

Por se tratar de um jornal sensacionalista, as reportagens exibidas no caderno de Cidades do *Já* são majoritariamente ligadas ao mundo do crime, envolvendo algum tipo de violência, em especial a física.

Nota-se, ainda, que as edições das segundas-feiras trazem um balanço dos crimes ocorridos no final de semana, como forma de alertar, denunciar e informar o leitor sobre a violência que assola o cotidiano dos paraibanos, a exemplo (figura 4) do dia 02 de maio, que apresentou a matéria “Só deu a gang da dinamite no fim de semana”, ou do dia 05 de dezembro, que mostrou: “Seis homens pegam o busão para o céu: Fim de semana sangrento na grande João Pessoa e no interior”:

FIGURA 4: Exemplos de matérias feitas como um balanço da violência no final de semana.



Embora a presente pesquisa tenha como *corpus* apenas as matérias sobre violência publicadas com maior destaque nas capas, houve a necessidade de descrever quantitativamente todos os tipos de notícia do caderno de Cidades, visto que uma das estratégias enunciativas encontradas foi a preponderância da violência dentre os temas tratados ao longo do jornal *Já*. Cada edição elegida apresentou entre 10 e 15 matérias no caderno supracitado, totalizando 135, divididas em assuntos diversos (violência em geral, política, loterias, empregos pela prefeitura, fenômenos naturais, dentre outros).

Observa-se que, dessas 135 matérias que compuseram o caderno Cidades nas 11 edições selecionadas para a análise (tabela 1), houve um predomínio de notícias envolvendo casos de violência (81 matérias), sendo 35 sobre assassinato, 20 sobre assalto, 17 sobre acidentes, três sobre drogas, três sobre agressão física e três sobre estupro. Contudo, existiu espaço também para acontecimentos que afetam a população paraibana como um todo, como as chuvas e enchentes no estado e notícias sobre política (54 matérias).

142 FIGURA 5: Matérias que não retratam a violência no caderno Cidades do jornal *Já*



TABELA 1: Quantificação dos tipos de matérias publicadas no caderno Cidades nas 11 edições do jornal *Já* separadas para análise

ASSUNTOS TRATADOS	QUANTIDADE DE MATÉRIAS
ASSASSINATO	35
ASSALTO	20
ACIDENTES	17
DROGAS	3
AGRESSÃO FÍSICA	3
ESTUPRO	3
OUTROS	54
TOTAL	135

De acordo com Debord (1997), em *A Sociedade do Espetáculo*, diante de um veículo de comunicação o sujeito vive as emoções alheias através das imagens; ele desfruta de experiências imaginárias, vendo as emoções em vez de vivê-las. Por outro lado, as imagens da violência expostas de forma repetitiva e sensacional contribuem para torná-la uma ocorrência normal diante do cotidiano do leitor. Segundo Angrimani (1995, p. 27), o jornal “acentua que o horrível, o ilícito, o destino e a morte, irrompendo na vida cotidiana, são consumidos, não como um rito criminal, mas na mesa, no metrô, com café e leite”. Ou seja, o desenvolvimento de matérias e fotografias que visam emocionar exageradamente o público, contribui para a banalização da violência, fazendo com que o público-leitor a veja de forma natural.

O tabloide tenta nos induzir a acreditar que mostrar a violência pode reduzir a criminalidade, ou pelo menos incentivar os poderes governamentais a tomar medidas concretas. Além disso, “quando criticados, produtores desse gênero justificam-se, afirmando que a violência e a morte fazem parte do cotidiano, [e que] o jornal não incentiva a violência, mas mostra o cotidiano, ajuda as pessoas a ficarem mais precavidas e atentas”. (PATIAS, 2005, p. 153) No entanto, através do discurso repetitivo de que o mundo do crime se faz diariamente presente em nosso meio, o periódico realiza, contraditoriamente, um “culto à grandeza da violência na sociedade e ao mesmo tempo ao poder justiceiro do jornalismo”.

Terceira Estratégia Enunciativa: As Manchetes e a Linguagem Popular

As imagens de um jornal impresso precisam ser entendidas de forma conjunta com artifícios como manchetes, títulos, subtítulos, legendas e o texto em si, uma vez que, se tratadas isoladamente, perdem o sentido na construção do discurso do veículo de comunicação. Decifrar uma fotografia em um veículo de comunicação impresso é, sobretudo, levar em consideração o contexto no qual ela se insere. Dessa forma, as

manchetes merecem uma atenção particular por serem estabelecidas como um dos principais elementos da construção do discurso. Elas têm uma importância acentuada no impacto da notícia, com o poder de provocar comoção e despertar a carga pulsional do leitor, geralmente realçada por recursos gráficos em exagero e fontes versais.

Segundo Patias (2005), as manchetes e os títulos são responsáveis pelo interesse (consumo) no jornal e pelo primeiro contato com o leitor. “A expectativa em torno das promessas de revelação da manchete é maior do que aquilo que o desenvolvimento da matéria oferece” (p. 150). Em outras palavras, inicialmente trazem surpresa, mas “depois podem até se transformar em frustração”.

O jornal *Já* apresenta rotineiramente manchetes impactantes, para que o leitor adquira um desejo imediato de consumo do produto, abusando do sensacionalismo, do coloquialismo, da linguagem reles e emocional para comover o público:

FIGURA 6: Manchetes sensacionalistas



A utilização dessas manchetes aguçá a curiosidade, porque elas exploram o inusitado, a emoção, o que é de interesse do público, consistindo no que a massa quer saber (acontecimentos negativos, insólitos, cruéis, causam mais impacto perante o público), associando personagens e histórias de forma espetacular.

Para Oliveira (2007, p. 67), “a linguagem expressa para quem o jornal é endereçado.” Em seu discurso, o *Já* procura legitimidade na

representação dos setores populares da periferia através do uso coloquial da linguagem, do emprego de gírias, como característica que permite laços de identificação do jornal com os interesses e expectativas sociais. Comumente, o periódico utiliza-se de um discurso provocativo, direto, incitante, mostrando insatisfação com a realidade social. A linguagem popular do produto sensacionalista utilizada pelo programa serve para fortalecer a ligação entre a história descrita e o leitor.

Quarta Estratégia Enunciativa: Exploração da Emoção

Este recurso serve para auxiliar o jornal no reforço da informação destinada à audiência. O tratamento dado ao detalhe de uma fotografia, por exemplo, possibilita uma abertura ao apelo emocional, à exploração em tom sensacionalista das matérias que emocionam ou escandalizam, mostrando, na construção da história, a representação da experiência humana.

O jornal *Já* lida com conteúdos corriqueiros na vida de pessoas comuns. As fotografias são dispostas de forma a envolver o leitor, fazendo-o compartilhar sentimentos, angústias, alegrias, emoções em geral, carregando-o para dentro da ação, como se não fosse apenas um observador dos fatos exibidos, mas um participante da cena impressa no veículo. A razão é substituída pela emoção, através da visualização de imagens atraentes, que sensibilizam.

Exemplos:

FIGURA 7: Imagens das matérias com apelo dramático



O bebê carbonizado envolto por um saco plástico (edição de 03 de janeiro)



O velório da mulher morta por um professor de Direito (edição de 03 de outubro)



Corpo da garota de programa assassinada a facadas (edição de 07 de novembro)

Mas é importante ressaltar que as fotografias por si só não são violentas. A imagem do bebê carbonizado ou do velório da mulher assassinada por um professor de Direito não causariam tanto impacto se não estivessem acompanhadas por um texto que dirigisse o leitor à interpretação do momento (como visto no subitem 4.3). O texto, portanto, conduz a fotografia e funciona como ascensor da carga emocional pretendida pelo periódico.

Quinta Estratégia Enunciativa: Planos de Enquadramento

Uma das táticas utilizadas na construção do discurso visual do *Já* é a criação das imagens através dos planos de enquadramento, que representam as distâncias interpessoais que o jornal pretende estabelecer com o seu público-leitor.

Percebemos em três das seis matérias (figura 2), referentes às edições de 01 de agosto, 03 de outubro e 07 de novembro, que há quatro fotografias (figura 8) que apresentam os personagens das histórias relatadas em primeiro plano (na altura da clavícula – pode ser aprofundado como plano detalhe, também chamado de close, mostrando apenas uma parte do corpo), onde o rosto é mostrado como espetáculo, extraíndo da imagem sentimentos, emoções, que ligam intimamente o leitor à figura noticiada.

Exemplo:

FIGURA 8: Fotografias que aparecem nas edições de 01 de agosto, 03 de outubro e 07 de novembro



Já na edição de 03 de janeiro, há uma fotografia (figura 9) apresentada em plano médio (na altura da cintura), mostrando a acusada na prisão. O personagem é mostrado em uma distância pessoal, que implica em uma distância maior do que a íntima e admite, por exemplo, a visualização não apenas da expressão facial, como também corporal:

FIGURA 9: Plano Médio



As matérias apresentam, também, o plano americano (na altura dos joelhos) e o plano geral (o sujeito divide a imagem com o espaço – ver figura 10), mas é o primeiro plano que predomina quando a pretensão é revelar vítimas e acusados nas fotografias sobre violência no *Já*, que funcionam como uma foto impressa em documento, transmitindo mais credibilidade ao leitor.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O jornal *Já-Paraíba* aborda as principais ocorrências do mundo do crime. Situações violentas ou acontecimentos grotescos são os assuntos mais tratados no caderno Cidades do tabloide. Um elemento que funciona como uma das principais estratégias de endereçamento do jornal é o tratamento dado às matérias, que mostram os fatos por um viés sensacionalista, através de fotografias fortes, embora monocromáticas, com elevado teor emocional. O *Já* não hesita em mostrar corpos esfaqueados, perfurados por tiros, destrocados devido a acidentes, combinados a recursos gráficos em exagero e à linguagem coloquial.

Ao analisar o *Já*, procurou-se articular o conceito de fotojornalismo com a noção de sensacionalismo, a partir do posicionamento do jornal mediante suas particularidades ou seu estilo. Buscou-se, ainda, perceber quais as estratégias enunciativas que estruturam o referido periódico, bem como o sentido que elas produzem à medida que o tabloide estabelece uma relação com o seu público.

Este estudo permite reflexões acerca de elementos utilizados na classificação do jornalismo popular sensacionalista. Além disso, auxilia o desenvolvimento de análises sobre a representação das imagens e as estratégias enunciativas que norteiam o fotojornalismo.

REFERÊNCIAS

ACHARD, Pierre. **Papel da Memória**. Campinas: Pontes, 1999.

AMARAL, Márcia Franz. Sensacionalismo: Um conceito errante. **Revista Intexto**. V. 2, n. 13. Porto Alegre: UFRGS, 2005.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FEIJÓ, Claudio. **Linguagem Fotográfica**. São Paulo. Disponível em: <<http://www.uel.br/pos/fotografia/wp-content/uploads/downs-uteis-linguagem-fotografica.pdf>>. Acesso em: 03 jul 2012.

GUIMARÃES, Luciano. **As Cores na Mídia**: a organização da cor-informação no jornalismo. São Paulo: Annablume, 2003.

GURAN, Milton. **Linguagem Fotográfica e Informação**. Dissertação de Mestrado. Brasília: UNB, 1991.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Liboa: Edições 70, 1994.

KOSSOY, Boris. **Realidades e Ficções na Trama Fotográfica**. 3. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

MACHADO, Arlindo. **A Ilusão Especular**: Introdução à Fotografia. São Paulo: Brasiliense, 1984.

150 MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2004.

OLIVEIRA, Dannilo Duarte. **Jornalismo Policial na Televisão: Gênero e Modo de Endereçamento dos Programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta**. Dissertação de Mestrado. Salvador: UFBA, 2007.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discursos: Princípios e Procedimentos**. Campinas: Pontes, 1999.

PATIAS, Jaime Carlos. **O espetáculo da violência no telejornal sensacionalista: Uma análise do “Brasil Urgente”**. Dissertação de mestrado. São Paulo: FCL, 2005.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

FOTOGRAFIA E SOCIEDADE: um olhar sobre o sentido das imagens

*Siméia Rêgo de Oliveira*⁵

RESUMO

O presente artigo aborda a fotografia como veículo de comunicação de massa e sua relação com a sociedade. Uma vez que pode ser considerada como representação da realidade e não a própria realidade, alguns exemplos de fotografias se consolidaram como grandes registros para a humanidade. Nessa perspectiva, lança-se um olhar sobre o aspecto reflexivo da fotografia, bem como analisa a intenção comunicativa do autor. Para tanto, foram elencados três registros fotográficos classificados como: “Pré-fotografia”, “Fotografia” e “Pós-fotografia.” Propõe-se ainda um painel semântico utilizando os procedimentos da Iconologia de Panofsky. Metodologicamente, contempla-se o Interacionismo Simbólico para a observação do aspecto da representação na sociedade, visando assentar a interpretação das relações sociais e a fotografia, como construção do sentido.

PALAVRAS-CHAVE: Fotografia. Iconologia. Pós-fotografia. Pré-fotografia.

INTRODUÇÃO

Uma das necessidades antropológicas fundamentais humanas (WOLTON, 2004) é a necessidade de se comunicar. É um desejo humano primitivo comunicar-se ou compartilhar, conforme a própria etimologia da palavra.

⁵ Mestranda em Comunicação vinculada ao PPGC/UFPB. E-mail: simeia.rego@gmail.com

A história narra que o homem primitivo se comunicava por meio das imagens gravadas nas paredes das cavernas ou das grutas, tais como os pictóricos encontrados nas cavernas de Altamira, na Espanha⁶. Essas gravuras revelariam para gerações futuras a técnica de gravação de imagens, de sonhos, ou ações do cotidiano acontecidas na transição da cultura oral para a escrita⁷. Portanto, essa técnica poderia ser entendida como uma prática artística – pois, esse homem poderia apenas querer se expressar - ou comunicacional – haja vista essa ligava pessoas, que por sua vez se conectavam os deuses.

O aspecto relevante de que o homem queria se comunicar perpassaria então o imaginário. Dulcília Schroeder Buitoni (2011) vai afirmar que a imagem existe entre o imaginário e a realidade, que trabalha com aspectos da percepção do real desse. Logo o imaginário seria por sua vez feito de representações construídas a partir de memórias, fantasias, concepções individuais e coletivas (p. 13).

Já no século XIX, importante período histórico da humanidade marcado pela Revolução Industrial, houve um aumento significativo do acesso às linguagens visual, oral e escrita pelas técnicas. Indo mais a frente, em pleno séc. XX, estes novos dispositivos eletrônicos: televisores, rádios, computadores, jornais impressos, fotografias, entre outros meios modernos de transmissão de informação, massificariam seu acesso pelo consumo desses meios. E a imagem fotográfica, assim, seria a forma mais recente, se não a última, de expressão de signos visuais que nos acompanham, segundo Martine Joly (2007).

Caberia então entender o quanto a fotografia, essa técnica popular de comunicação tem acompanhado a Modernidade e Pós-Modernidade. Para tanto analisa-se a ascensão de novas formas

6 LA CUEVA de Altamira. In: Museo de Altamira. Disponível em: <<http://migre.me/hMygP>>. Acesso em: 09 fev. 2014.

7 Santaella divide as eras culturais em seis tipos de formações: cultura oral, a cultura escrita, a cultura impressa, cultura de massas, cultura das mídias e a cultura digital. SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. Revista FAMECOS, Porto Alegre, quadrimestral, n. 22, dez. 2003. Disponível em: <<http://migre.me/a5Vfy>>.

de comportamento e posicionamento da sociedade mediante as novas instituições e demandas sociais.

Assim, esta pesquisa lança um olhar sobre a fotografia em seu aspecto comunicativo, considerando a intenção comunicativa do seu autor bem como a interpretação das relações sociais e a imagem fotográfica, como construção do significado.

Para tanto, o artigo atende a três chaves teórico-metodológicas na sua composição:

1) examinar as matrizes teóricas elencando os principais conceitos e autores que embasam esse trabalho;

2) apresentar a metodologia e o procedimento metodológico a ser trabalhado, bem como adentrar na análise das fotografias selecionando três imagens classificando-as como: “Pré-fotografia”, “Fotografia” e “Pós-fotografia” pesquisa;

3) demonstrar as análises a partir do painel semântico de Panofsky, bem como as considerações finais.

Em suma, a pesquisa consiste num esforço de estudar a fotografia classificada para esse artigo em “Pré-fotografia”, “Fotografia” e “Pós-fotografia” buscando tanto o seu aspecto reflexivo quanto a intenção comunicativa do autor do registro.

Matrizes teóricas

A cultura do imaginário associa o estudo dos modos como as imagens são produzidas e transmitidas e como ocorre a sua recepção, segundo Gilbert Durand (1996). Sobretudo uma propositada definição de imagem, em Joly (2007), apresenta-a como “algo que se assemelha a qualquer outra coisa” (p. 42). Logo, os chamados “reservatórios de imagem popular”, tais como a imprensa, a publicidade, as novelas ilustradas, a fotografia, a televisão, o cinema (sob vários formatos) (ARAÚJO e TEIXEIRA, 2009, p. 1) tanto molduram o ato de comunicar, pelas técnicas, como alimentam o arquivo histórico humano.

Giséle Freund (1995) perpassa ainda o aspecto da evolução técnica da fotografia, como função de comunicação na sociedade, no âmbito social e econômico. Arlindo Machado (1984) a partir das escolas desconstrutoras e realistas problematiza a imagem fotográfica. A considera como espelho do mundo dotado de memória (p. 10-11) que está “entre a verdade oculta que revela a máscara ilusionista que desvela a uma fronteira mal conhecida e pouco desbravada entre as formas simbólicas e o mundo” (p. 11-11).

Nesse sentido a fotografia pode ser percebida como um fenômeno de comunicação (BUITONI, 2011) encaixilhado pela técnica como “procedimento técnico-expressivo”; uma consequência direta da Revolução Industrial, que promove o acesso das massas a realização de imagens (BAEZA, 2001), ou seja fotografia e sociedade industrial seriam inseparáveis, segundo Buitoni (2012).

A imagem fotográfica, assim, revelava vários aspectos ligados ao pensamento moderno e democrático: 1) permitiu o acesso à memória dos entes queridos, o que era anteriormente privilégio das elites; 2) a possibilidade de posse da imagem e 3) o acesso a análise do cotidiano (KUBRUSLY, 2006).

Esses três importantes aspectos aproximam o povo da cultura elitista, uma vez que a arte, até a aparição da fotografia era de consumo exclusivo da elite. Um cidadão poderia ver a Gioconda de Da Vinci, por exemplo, num registro fotográfico estando próximo a fogueira acessa em sua casa. A preservação da lembrança e da memória entre as pessoas para com seus entes queridos ou com os que estavam indo a guerra, tornou-se possível.

Um breve histórico

O primeiro registro de uma imagem fotográfica utilizou uma câmara escura e foi revelado em uma chapa de estanho – ou heliografia. Foi em 1827 – alguns autores datam 1826 – que se registrou a primeira fotografia na Europa, mais precisamente, na França. O cenário foi o quintal da casa do físico francês Joseph-

Nicéphore Niépce. Fora tão longo o processo de exposição solar, que, provavelmente, durou cerca de 8 horas.

Em 1839 surgem os primeiros daguerreótipos os quais foram bastante utilizados para fotografar as ruas, os prédios, Boulevardes, imóveis e paisagens. Sem perceberem, a partir dessas imagens fotografadas imortalizadas, esses homens traduziam uma França de ruas desertas e em preto-branco, sem pessoas - pois, não havia pessoas nesses primeiros registros. Pessoas se moviam, andavam, mas o que se movia, não era captado pela luz, logo não aparecia.

Entende-se que talvez tenha sido criado um estilo, uma forma de contar como era a Europa pelas lentes primitivas dos primeiros rudimentos do que entendemos, hoje, por câmara fotográfica. Talvez, num mundo industrializado, como já era a Europa, fotografar imóveis ao invés da população, seria o enfoque. Ainda assim, a popularização da fotografia, precisamente, ocorreu quando da sua associação com a imagem posada de pessoas (KUBRUSLY, 2006). Então as pessoas começaram a buscar o registro de suas próprias imagens.

Em 1880, na Europa, foi publicada pela primeira vez num jornal impresso uma fotografia, através de meios mecânicos impulsionados pelo motor eletrônico. A imagem fotográfica seria, nesse contexto mercadológico, destinada ao registro de imagens compradas, publicadas, planejadas e produzidas como conteúdo próprio da imprensa (BAEZA, 2001).

Na Alemanha, surge o fotojornalismo através das fotos seriadas acompanhadas de legendas que narram uma história (FREUND, 1989). E nos Estados Unidos, séc XX, surgiria a mais importante revista até então reproduzida composta por fotografias, a Revista *Life*. Nesse contexto, a foto seria também utilizada como instrumento social e político.

No século XIX, o acaso permitiria o momento da primeira fotografia de um ser humano, não posada. Louis-Jacques-Mandé Daguerre fotografando um Boulevard, em Paris fez o registro. Possivelmente, ao finalizar o processo químico de revelação da imagem Daguerre perceberia que havia uma imagem de um homem.

156 Este ser humano, adulto, do sexo masculino estava parado na rua, com a perna levemente levanta. Engraxava os sapatos. Não há registro de datas para essa foto.

Na passagem do século XX para o XXI, a fotografia passa a ser apropriada e refratada para o âmbito virtual. Assim, segundo Pepe Baeza (2001), surge uma *pós-fotografia*, um testemunho final da imagem fotografada que fabrica uma realidade para ser visual, crível - ou não. Considera-se para tanto o uso de elementos próprios da fotografia ou para-fotografia (BAEZA, 2001). Essa técnica é diferente da foto virtual. A fotografia virtual permite a visualização de imagens captadas dentro de um espaço tridimensional, em todos os ângulos de visão¹. Consiste em imagens fotográficas, digitalizadas e distribuídas num ângulo de 360 graus, dando a impressão de que se está presente naquele lugar. Normalmente são fotografias de lugares e que podem ser visualizadas com auxílio dos recursos tecnológicos em 3D.

A fotografia e o simulacro

Essa pesquisa considera que a vontade expressiva do autor da fotografia leva em consideração três leituras, que expressam a necessidade de entender a imagem fotografada quanto à intenção de quem fotografa:

1 - a leitura do mito como o núcleo significativo do imaginário (ARAÚJO; TEIXEIRA, 2009, p. 9) que consiste num sistema dinâmico de símbolos, de arquétipos, e de *schèmes*² que tende a transformar-se em narrativa;

1 <<http://www.fotovirtual.net/index.htm>>. Acesso em 25 nov 2012.

2 “O *schème* (esquema na tradução portuguesa) é uma generalização dinâmica e afectiva da imagem, constitui a factividade e não a substantividade geral do imaginário [...]. Faz a junção [...] entre gestos inconscientes da sensoriomotricidade, entre as dominantes reflexas e as representações. São estes *schèmes* que formam o esqueleto dinâmico, o esboço funcional da imaginação” (DURAND, 1989 apud ARAÚJO e TEIXEIRA, 2009, p. 9). ARAÚJO, Alberto Filipe; TEIXEIRA, Maria Cecília Sanchez. Gilbert

2 - a partir do mito, analisar as estruturas míticas dominantes (ARAÚJO; TEIXEIRA, 2009, p. 9);

3 - considerando o conceito de simulação, em Jean Baudrillard (1981), que enriquece a temática do porque das imagens verossímeis serem tidas por verdade e o porquê da necessidade de simular. Uma espécie de feudalismo tecnológico que legitima uma geração do real, sem origem nem realidade, onde simulacro é a verdade que oculta, que não existe.

Atendo-se então ao conceito de simulacro, Baudrillard (1981) considera o verdadeiro numa oposição ao dissimular; de fingir não ter o que se tem. Já a simulação dá-se no fingir ter o que não se tem. A representação então “tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação [...]” (p. 13), assim para esse autor “a ilusão já não é possível, porque o real não é possível” (p. 29-30).

Numa palavra poderia entender-se que a leitura da verdade/falsidade na fotografia não é a de que essa represente a verdade da imagem mostrada, mas porque nela foi dito e escrito que seria a verdade (JOLY, 2007). E para esse artigo esses conceitos elencados acima visam entender a intenção de quem fotografa.

METODOLOGIA

Desde o seu surgimento a fotografia inova na percepção de dialogar com o mundo, principalmente, em termos cognitivos, estéticos, emocionais, morais e políticos (BUIIONI, 2012, p. 37). Guran (1992) ao analisar o fazer fotográfico como atividade criadora, tenta responder a dois quesitos: o que fazer e como fazer? Assim, a fotografia busca atingir determinado objetivo pela imaginação que consolida o processo de simbolização.

Durand e a pedagogia do imaginário. Letras de Hoje, Porto Alegre, v. 44, n.4, p. 7-13, out./dez. 2009. Disponível em: < <http://migre.me/aaw5H>>. Acesso em: jul. 2011.

O que são, como, por que e para que fim ou público essas imagens são produzidas? Os produtores dessas são vítimas ou atores de um imaginário coletivo ávido pelo consumo do que lhe for proposto? Há uma reflexão? De fato a função comunicativa é percebida heterogeneamente, e nunca um indivíduo terá a mesma percepção que outrem, bem como do autor da imagem fotografada.

Desse modo, o veio dessa análise aprecia um paradigma básico que contemple os aspectos mais amplos da cultura, da dinâmica das instituições sociais, e das estruturas sociais. O Interacionismo Simbólico, contributo metodológico nesse artigo na observação dos indivíduos e da sociedade, objetiva, a partir do conceito de representação, assentar a interpretação das relações sociais e a fotografia, na construção do significado.

E como procedimento metodológico utiliza-se a Iconologia “método de interpretação proveniente de uma síntese dos valores simbólicos e que como sinaliza Panofisky, podem ser ignorados pelo próprio criador e, inclusive, pode diferir do que esse intentava expressar” (BAEZA, 2001, p. 163).

O procedimento de Panofisky de análise de uma imagem visual para a busca de um significado, segundo Baeza, considera três níveis: 1) a “Pré-Iconografia”, 2) a “Iconografia” e 3) a “Iconologia”:

1) A **Pré-iconografia** investiga a existência de significação primária ou natural, ainda é subdividida em significação fática, que visa buscar as formas puras e expressiva (para identificar os acontecimentos, posturas, o “universo dos motivos artísticos” (PANOFISKY apud BAEZA, 2001);

2) a **Iconografia** seria existência de significação secundária ou convencional, considera a relação entre os motivos artísticos e suas combinações, os temas e conceitos expressados, histórias, alegorias;

3) o **Iconológico**, a existência de significação intrínseca ao conteúdo, leva em consideração “*os princípios subjacentes de mentalidades e crenças que construíram o contexto da criação concreta que se está analisando.*” (p. 162).

Por fim, visa-se elaborar um painel semântico considerando três imagens classificadas como: “Pré-Fotografia”, “Fotografia” e “Pós-Fotografia” respectivamente. Seguem elencados os elementos para análise no painel da figura 1 (Figura 1, em **NEGRITO**).

FIGURA 1 - Iconologia - um resumo

ICONOLOGIA - PAINEL SEMÂNTICO				
3 níveis de investigação	Elementos para análise	FOTOGRAFIA 1	FOTOGRAFIA 2	FOTOGRAFIA 3
1) nível: Pré-iconografia (significado primário ou natural): significação fática; - significação expressiva	Descrição dos motivos: - identificação dos objetos; - identificação dos acontecimentos, posturas, objetos, atmosferas; - a descrição;	Soldados, após guerra, sobre os escombros, empunhando a bandeira de seu país.	Garoto 'africano' - por ser negro sujo de um líquido branco que parece cal.	Um cenário de misseis sendo disparados num deserto situado em qualquer lugar no mundo
2) nível: Iconografia (secundária ou convencional)	Descrição das composições: - a relação entre os motivos e suas descrições; - temas; - conceitos expressados; - a problemática	Há um esforço coletivo, entre os soldados a fim de erguer a bandeira.	O close em um garoto africano, triste, por qualquer outro motivo não, especificamente, o do contexto da foto.	A problemática do efeito da prova,
3) nível: Iconológico (A existência da significação intrínseca ao conteúdo)	Descrição do significado intrínseco a imagem: - a relação da obra específica analisada com as subjetividades de quem está analisando: crenças, mentalidades que construíram o contexto da criação concreta que está se analisando (p. 163); - síntese dos valores simbólicos até ignorados pelo criador;- interpretação	Perpetuar o ideal Yuppie, norteamericano	Há um garoto triste. Mediante os condelhos dessa guerra	Tentativa que parece ser a de conduzir o olhar, naturalmente, atento do expectador.

A “Pré-Fotografia”, a “Fotografia” e a “Pós-Fotografia”, a partir de Panofsky

Joly (2007) afirma que “uma imagem é, com efeito, considerada verdadeira ou falsa não por causa daquilo que representa, mas por causa daquilo que nos é dito ou escrito acerca do que ela representa” (p. 136). Nesse aspecto, em Buitoni (2012) se poderia classificar essas imagens em (quatro) funções: a informativa (que constata uma presença); a comunicativa (que estabelece a relação com o usuário); a reflexiva (a que propõe ideias) e a emocional (que cria emoções) (CATALA apud BUITONI, 2011, p. 13).

Entende-se que essas coexistem em maior ou menor escala, cada uma, ao analisar uma imagem, mas, como prevalece em todas a função comunicativa, claro está que para haver uma leitura próxima ao real, a percepção e a interpretação dessa acontece mediante uma alta dose de carga sociocultural que se consolida como viés receptor da informação.

Pepe Baeza (2001) divide ainda a fotografia em “Fotojornalismo” e “Fotoilustração”. Aquele teria uma função profissional desenvolvida na imprensa, ou seja, um tipo de imagem reconhecida e assentada e a essa, ou seja, ao que não é fotojornalismo seria toda imagem fotográfica, composta por fotografia ou a fotografia combinada com outros elementos.

Nessa perspectiva, para a análise dessa pesquisa, elencam-se três registros fotográficos de imagens: figura 1 é RAISING THE FLAG ON IWO JIME considerada pré-fotografia; a figura 2 considerada a “Pré-fotografia”; a figura 3, “Fotografia” e a figura 4 encaixando-se como “Pós-fotografia”.

Numa breve definição, a “Pré-fotografia”, seria a que acontece antes do clique. Buitoni (2011, p. 13) sugere que “os grandes fotógrafos costumam dizer que a fotografia nasce muito antes do clique”. Essa “Pré-fotografia”, poderia ser o momento que se perdeu e a reconstrução desse fato.

Assim, além do conjunto técnico de captar imagens, a “Pré-fotografia” perpassa pela arte de criar ou divulgar, e por isso, a sensibilidade é necessária.

A fotografia como já enfocado, anteriormente, seria o retângulo que recorta o visível (ver Machado, 1984). Uma linguagem que representa o real; pertence a uma realidade diversa daquela que a gera (KUBRUSLY, 2006).

A “Pós-fotografia”, diferente do conceito de hibridização utilizado em registros das imagens de Toscani³, tal como a campanha da Benetton. A técnica desse fotógrafo vai promover uma interrelação de estéticas, ou combinação de imagens originais mais imagens jornalísticas polêmicas (BAEZA, 2012).

A “Pós-fotografia” pode ser entendida, ainda, a partir da técnica da manipulação da imagem. Essas edições já aconteciam desde as fotocópias com sobreposições ou justaposições de imagens, por exemplo, ou recortes em fotolitos feitos com objetos cortantes e pontiagudos, a fim de alterar a imagem original gerando uma imagem editada.

Entretanto, após a eclosão do virtual (BAEZA, 2012) as imagens digitalizadas vão atender a demanda da possibilidade de manipulação em maior velocidade e com recursos digitais, tal como o *photoshop* e demais programas de edição gráfica. O tempo e o espaço parece não ter fronteiras nas possibilidades oferecidas pela internet, uma vez que esse ambiente cujo espaço dilatou-se, tornou-se ilimitado, e o tempo foi encolhido (TISSERON, 2009 apud BUITONI, 2012, p. 179).

Pode ser o tipo de imagem contemporânea, pois abole gêneros, desloca estilos, camufla o emissor, dissipa conteúdos na linha do espetáculo. Favorece o que Baeza chama de cultura do mosaico, propensa a saturação, ao segredo e ao efêmero (ver MAFFESOLI (1998)).

3 Oliviero Toscani é um renomado fotógrafo italiano, autor das campanhas publicitárias da Benetton, nos anos 90.



FONTE: Fred Fagundes, (2012).

“O que a gente pode passar de bom sobre a guerra?” A figura 2, obra do fotógrafo Joe Rosenthal, registra os fuzileiros estadunidenses levantando sua bandeira no cume do Monte de Iwo Jima, em 23 de fevereiro de 1945.

Contudo, descobriu-se décadas depois que essa fotografia fora espontaneamente forjada. “Trata-se de um segundo momento, onde Rosenthal pediu para que os militares refizessem o movimento com uma bandeira maior e dirigiu toda a cena” (FAGUNDES, 2012, p. 1).

Essa imagem foi classificada nesse artigo como um exemplo de “Pré-Fotografia”. Nos procedimentos de Panofsky a análise da “Pré-Iconografia” dá conta de soldados, sobre escombros, empunhando uma bandeira norte-americana pela haste.

No nível iconográfico, uma vez que essa imagem reconstrói arquétipos morais (TEDESCO, 2003, p. 73), poderia representar uma ideologia da vitória, da conquista, pois, num esforço coletivo

4 ”Hasteando a bandeira sobre Iwo Jima.”

de erguê-la. O autor parece ter a intenção de perpetuar na foto o ideal americano Yuppie, colonizador.

A “Iconologia” aportaria que parece notório que além do fotógrafo, submetido à uma instituição social ter ensaiado e dirigido a fotografia, há verossimilhança nesse registro. A narrativa imagética está “preocupada mais com aquilo que a maioria das pessoas acredita ser o real, e que se manifesta no discurso do anônimo e não pessoal, da opinião pública” (JOLY, 2007, p. 88).

Essa análise da imagem perpassa pela descoberta da mensagem implícita (BARTHES apud JOLY, 2007) cuja utilização é estabelecer relação entre o homem e o mundo (JOLY, 2007). Logo, parece identificada a teatralidade a partir do Interacionismo Simbólico, uma vez que se trata de um registro fotográfico verossímil. Esse discurso é conformado com a expectativa que se tem dele, ou seja, “que ele não está em relação com o real, mas com aquilo que a maioria das pessoas acredita ser o real, e que manifesta no discurso anônimo e não pessoal de opinião pública” (JOLY, 2007, p. 88).

A figura 3 é o exemplo de *fotografia*. A vencedora do prêmio Pulitzer, em 2009, mostra Sonson Pierre, 7 anos, sobrevivente do terremoto ocorrido em setembro de 2008 no Haiti, que matou mais de 800 mil pessoas. O garoto em meio a um lamaçal foi fotografado por Patrick Farrel, do Miami Herald, cuja imagem fotográfica venceu na categoria “Fotografia de notícias” por “conseguir descrever o desespero dos sobreviventes”, segundo informações do *site* do prêmio.

FIGURA 3 – Sonson Pierre, 7, huddle in mud outside his home in Gonaives⁵



FONTE: Patrick Farrel, (2009).

Essa mensagem fotográfica partindo de um actante (JOLY, 2007), no caso o fotógrafo, precisa de seu contexto para tornar claro o seu sentido. A “Pré-iconografia” apontaria talvez um garoto africano – por ser negro - sujo de tinta. No segundo momento, na análise iconográfica, o tema poderia ser o close em um garoto africano, triste, por qualquer outro motivo não, especificamente, o do contexto da foto.

A partir do terceiro processo, o da Iconologia, a foto oferece uma narrativa com mais de uma possibilidade de interpretação apesar de ser notório a imagem de um garoto triste; apesar de a princípio - e desconsiderando o contexto até então não solicitado para a análise - não se saberia ao certo qual o motivo de sua tristeza.

5 Sonson Pierre, 7, encolhido na lama longe de sua casa, em Gonaives. (Tradução livre).

Entretanto, como a retórica da narrativa depende da função que damos à linguagem, no caso dessa imagem, permite-se a sua interpretação considerando a retórica do *Verdadeiro e o Bem*, em Sócrates ou da *arte da palavra fingida* ou *arte de fingir* (JOLY, 2007, p. 89). Esse discurso poderia apontar para a análise da intenção do fotógrafo de convencimento a respeito dos valores que podem estar sendo desprezados, tais como a paz, a infância saudável, a saúde infantil, a felicidade. A função dessa imagem seria a de convencer a partir da palavra que aparenta querer dizer o óbvio, mas que, ainda assim, perpassa a persuasão do expectador.

FIGURA 4 – Testes de mísseis do Irã em 2008.



FONTE: Fred Fagundes, (2012).

Nessa análise a figura 4.1 é a fotografia editada, a figura 4.2 é a original. Numa análise Pré-iconográfica poderia descrever um cenário de mísseis sendo disparados, num deserto situado em qualquer lugar no mundo.

No segundo nível, o Iconográfico, faz-se necessário saber e entender quem está disparando os mísseis e por que? No caso dessa fotografia o governo iraniano, com intuito de expor seu poder bélico aos seus desafetos políticos. A Iconologia, última etapa da análise dessa imagem favorece a interpretação de haver uma manipulação, por meio de edição da imagem feita para impressionar o “inimigo” político e ideológico do Irã.

O Irã no aparente intuito de intimidar outras nações, demonstrando seu poder bélico, divulga a imagem fotográfica do lançamento de mísseis, mas, um deles na verdade falhou. A denúncia dessa imagem falseada foi feita pelo Estado norte-americano, um dos inimigos políticos daquela nação. Essa tentativa parece ser a de conduzir o olhar, naturalmente, atento do expectador pronto a acreditar no que lhe seja mais convincente, de que o Irã está preparado para uma guerra.

Recorre-se ao Interacionismo a Epistemologia do engano de Goffman para explicar bem esse fato. O autor afirma que potências que propagam seu potencial bélico se confrontando no qual “cada um tenta mostrar o que é e se esforça para descobrir a falsa identidade do outro.” (WOLF, 1957 apud TEDESCO, 2003, p. 73).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo identifica um ponto comum a partir da análise das três fotografias classificadas: a de manipulação do discurso.

Parece haver um poderoso consumo massivo de imagens, favorecido pela dinâmica, estrutura e elementos das tecnologias virtuais (VIRULLO; CAJOLE apud BAEZA, 2001) bem como o risco de perder de vista as imagens da realidade (BAUDRILLARD apud BAEZA, 2001).

A fotografia, assim, vem atraindo vários pesquisadores e tem se colocado como importante ferramenta de comunicação, pois consolida-se entre os demais meios como um lugar de representação da realidade.

O senso comum participa ativamente desse posicionamento sobre a foto, uma vez que ao ser confrontado com um registro fotográfico, tradicionais dúvidas sobre a exposição do fato fotografado são automaticamente substituídos pela “certeza do fato” amparado em expressões tais como: “eu acredito porque vi na foto”.

Claro está que em alguns dos casos analisados nesse artigo, a proposta é digna, como no exemplo do menino haitiano, Sonson Pierre. Contudo nessa análise, o olhar lançado é o de que não se deve forjar o cenário, por exemplo, somente para persuadir um indivíduo de que seu argumento é válido.

Compreende-se, assim, a retórica nos suportes da mídia, no caso a fotografia, num discurso imagético percebido a partir de uma verossimilhança herdada da Grécia antiga. O uso e contexto (BAEZA, 2001) para análise da imagem em nível Iconológico, permite uma abrangência no exame da foto, uma vez que a interpretação encontra um veio denotativo que contribui para o contexto da concretização da análise.

Questiona-se então: por que se toleram as imagens verossímeis? A resposta seria por sermos uma sociedade verossímil? Talvez. Há um emaranhado de relações cotidianas, que além de rotineiras, são teatralizadas, e mascaradas, “os indivíduos se escondem, e escondendo-se, defendem-se, calculam-se e descobrem o outro” (TEDESCO, 2003, p. 73).

Poder-se-ia viver então um momento de imagens ilimitadas e de compartilhamento acelerado de dados. Com efeito, a ânsia de se querer fazer algo de bom para o mundo e pedir para os próximos fazerem o mesmo, gera estímulos que devem ser compartilhados, contudo quando esses realmente ocorrerem.

Sobretudo, se pensa que a necessidade de contentar a opinião pública tem sido o divisor de águas e principal consumidor dessa

168 informação. Ledo engano. Pelo contrário, entende-se que a força dessa opinião é relevante mas não se contenta com falseamentos ou verossimilhança da realidade, por mais que esses prometam uma retórica que atinja de maneira eficaz o expectador dessa imagem fotográfica.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A. F.; TEIXEIRA, M. C. S. Gilbert Durand e a pedagogia do imaginário. **Letras de Hoje**, Porto Alegre, v. 44, n.4, p. 7-13, out./dez. 2009. Disponível em: < <http://migre.me/aaw5H>>. Acesso em: jul. 2011.

BAEZA, Pepe. **Por una función crítica de la fotografía de prensa**. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BAULDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1981.

BUTTONI, D. H. S. **Fotografia e jornalismo: a informação pela imagem**. São Paulo: Saraiva, 2011.

FAGUNDES, Fred. **Fotos fakes: a falsificação de imagens e de contextos**. 2012. Postado em: 09 maio 2012 no Blog Papo de Homem – espaço Exploratório. Disponível em: <<http://migre.me/aavVN>>. Acesso em: jul. 2012.

FERREL, Patrick. **The Pulitzer prizes: the 2009 Pulitzer Prize Winners**. Disponível em: <<http://migre.me/hMxc2>> Acesso: 25 nov. 2012

FOTO VIRTUAL NET. Disponível em: <<http://migre.me/hMx02>>. Acesso: 25 nov. 2012.

FREUND, Gisèle. **Fotografia e sociedade**. Lisboa: Editora Vega, 1995.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985

GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. Rio de Janeiro: Rio fundo, 1992.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Ed. 70, 2007.

KUBRUSLY, C. A. **O que é fotografia?** São Paulo: Brasiliense, 2006.

LA CUEVA de Altamira. In: **Museo de Altamira**. Disponível em: <<http://migre.me/hMygP>>. Acesso em: 09 fev. 2014.

MACHADO, Arlindo. **A Ilusão Especular**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, quadrimestral, n. 22, dez. 2003. Disponível em: <<http://migre.me/a5Vfy>>. Acesso em: 29 maio 2012.

TEDESCO, J. C. **Paradigmas do cotidiano: introdução à constituição de um campo de análise social**. 2.ed. Santa Cruz do Sul: EDUNESC: Passo Fundo: UPF, 2003.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.



ISBN 978-85-237-1192-4



9 788523 711924