

ECA/USP 2008

EDER CHIODETTO

**FOTOJORNALISMO** realidades construídas e ficções documentais

**FOTOJORNALISMO**  
realidades construídas e ficções documentais

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES



EDER CHIODETTO

Dissertação de Mestrado

2008

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

# **FOTAJORNALISMO**

realidades construídas e ficções documentais

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

**EDER CHIODETTO**

Dissertação de Mestrado

2008



Foto da capa:

**Paramédico presta socorro à vítima de atentado terrorista ao metrô londrino.**

07 jul 2005, Jane Mingay/AP

# **FOTAJORNALISMO**

realidades construídas e ficções documentais

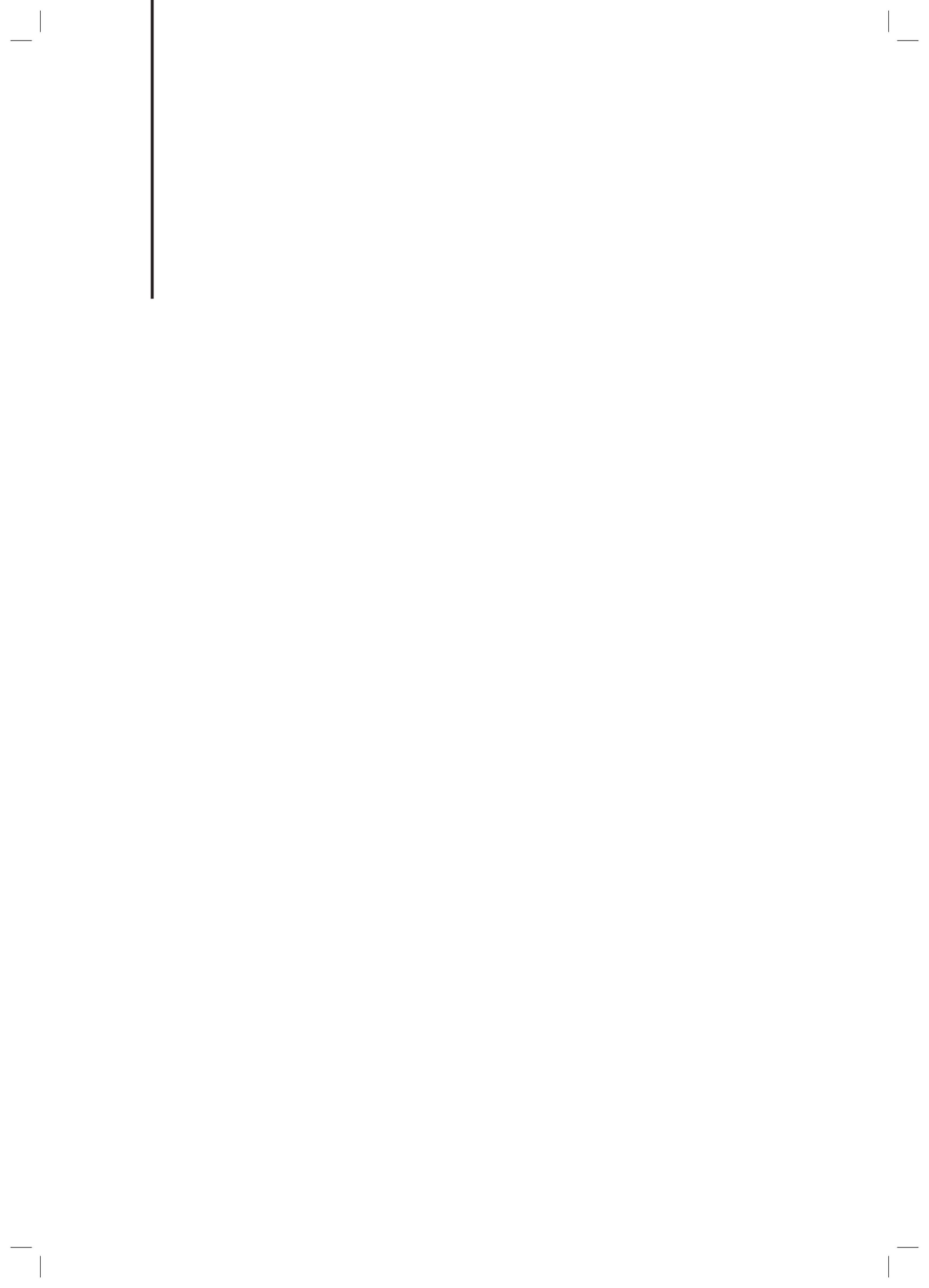
---

## **EDER CHIODETTO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Área de Concentração Teoria e Pesquisa em Comunicação, Linha de Pesquisa Estética e História da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Mestre em Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Boris Kossoy

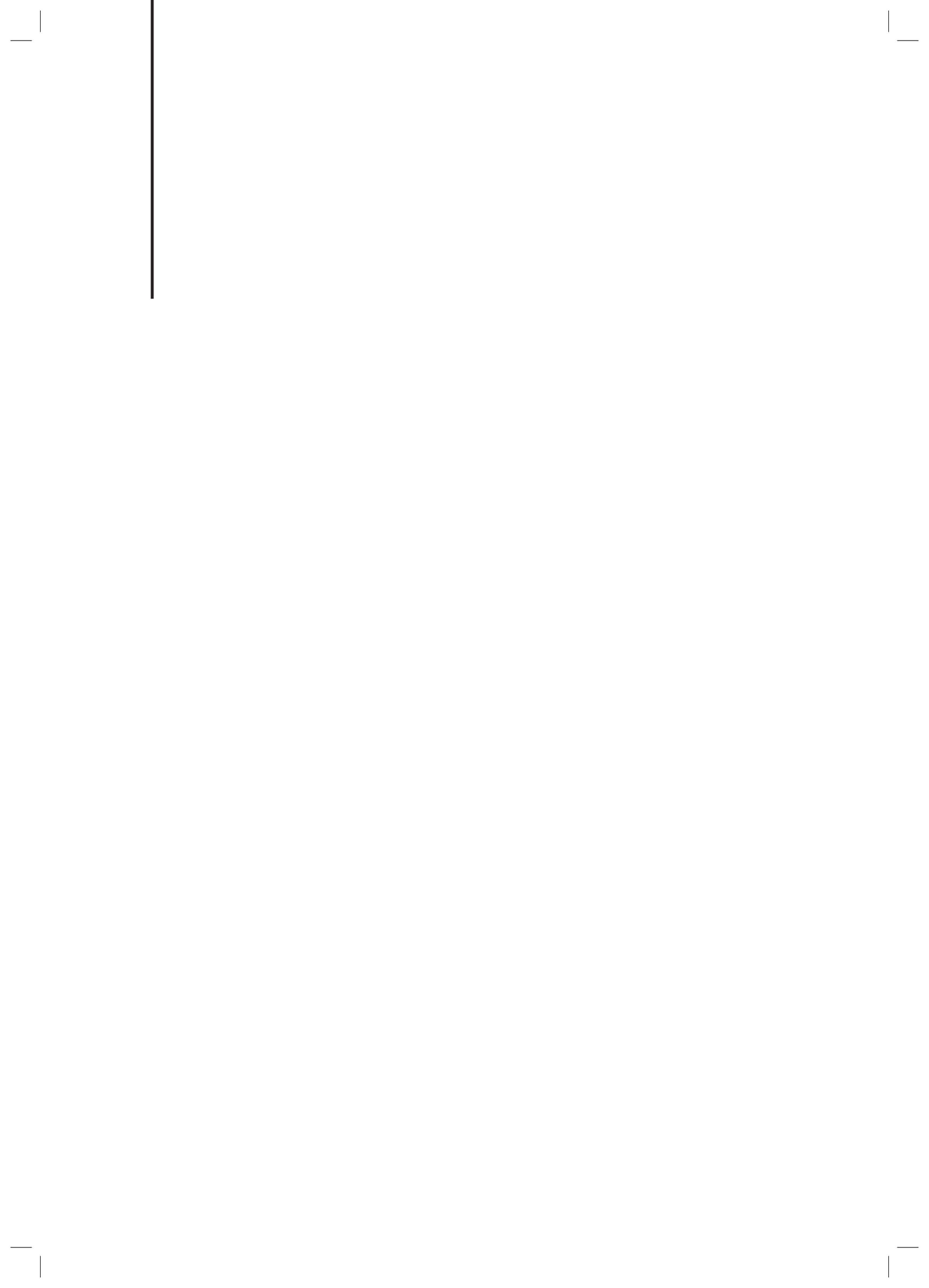
São Paulo

2008

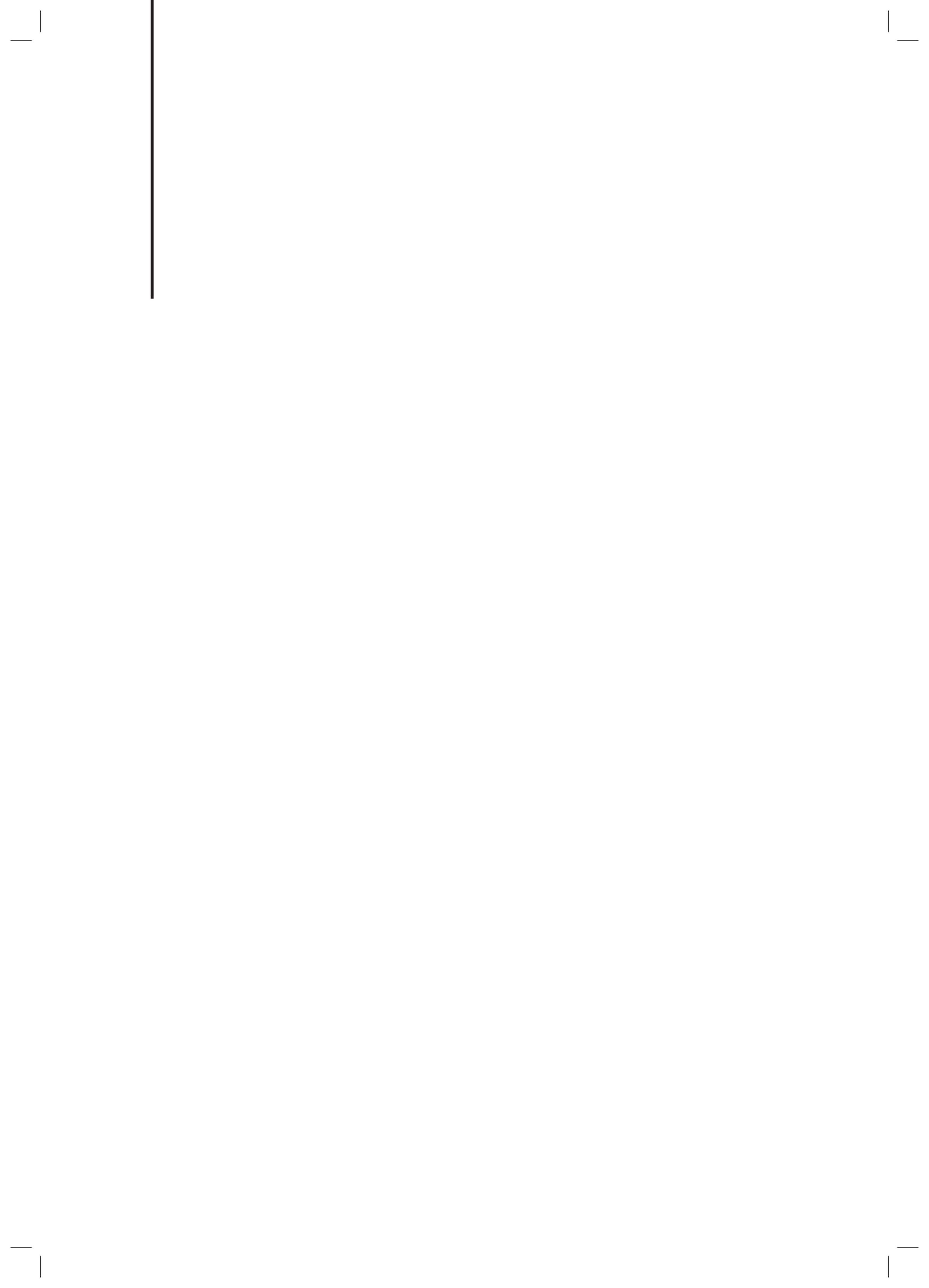


*“A ilusão da solidez do real se baseia no fragmento. E então, para reproduzir a realidade teremos que recorrer a ele. A fotografia fez em pedaços o universo e se queremos reconstruí-lo, será necessário recorrer a máquinas, às mesmas máquinas, de fato, que o fragmentaram.”*

*JOSEP M. CATALÁ*



*À minha mãe, Judith Molina Chiodetto, que me ensinou, entre muitas coisas, a ver o mundo de forma mais intensa por meio das fotografias da família guardadas numa caixa de sapatos, dentro do guarda-roupa, durante a minha infância.*



**A**gradeço especialmente ao Prof. Dr. Boris Kossoy, meu orientador, por acreditar em meu trabalho e, principalmente, por expandir meu repertório acerca da fotografia com sua generosidade em compartilhar seu conhecimento infinito;

A Adelmo Maurício Botto de Barros Filho, pela presença constante, pelo carinho e pelo companheirismo sem o qual o caminho para a conclusão deste trabalho teria sido muito mais árduo;

A Iole Ilíada Lopes e Maria Alzira Brum Lemos, sempre dispostas a me iluminar com o brilhantismo intelectual que são vossas marcas, além da amizade e companheirismo irrestritos;

A Profa. Dra. Helouise Costa e ao Prof. Dr. Rubens Fernandes Junior pelo carinho e pelas conversas sempre instigantes e generosa disponibilidade;

As Profas. Dras. Rosana de Lima Soares, Dulcília Buitoni, Andréa Barbosa e Rose Satiko pelos cursos que ampliaram sobremaneira meu conhecimento acerca do mundo da representação;

Ao Profs. Drs. Celso Bodstein e Ronaldo Entler  
pela efetiva troca de informações;

Ao fotógrafo mexicano Pedro Meyer pelas entre-  
vistas sempre surpreendentes e esclarecedoras;

A Marina Nihei, do Banco de Dados da *Folha de  
S.Paulo*, pela precisão e irrestrita disponibilidade ao aten-  
der meus pedidos sempre tão urgentes;

Aos repórteres-fotográficos, editores, repórte-  
res e todo corpo editorial do jornal *Folha de S.Paulo*, com  
os quais convivi numa relação de trabalho intensa por 13  
anos da minha vida;

A todos os meus alunos e ex-alunos que com suas  
dúvidas e visão livre de dogmas me auxiliaram na amplia-  
ção do campo de pesquisa desta dissertação;

A Carlos Alexandre Dadoorian e Claudio Fonseca  
pelas traduções;

A Carla Sarmiento pelo projeto gráfico.

Ao CNPq pelo auxílio fornecido.

**CHIODETTO, Eder. *Fotojornalismo: Realidades Construídas e Ficções Documentais*. São Paulo, 2008. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.**

**RESUMO:** Nossa trajetória no fotojornalismo, marcada por treze anos de trabalho como repórter-fotográfico e editor de fotografia na Empresa Folha da Manhã S.A. nos permitiu conhecer minuciosamente, na prática, o processo de construção de uma imagem fotojornalística. Apesar da produção internacional relativamente abundante e de trabalhos brasileiros de renomados profissionais da área, a produção teórica sobre os aspectos da fotografia no contemporâneo é ainda incipiente no Brasil, principalmente no que diz respeito às inovações tecnológicas e seu impacto no fotojornalismo. Entre as questões mais instigantes da pesquisa e da teoria da imagem estão as tensões entre “realidade e ficção” e “ética e ideologia”. Segundo os parâmetros aceitos nas redações, uma boa fotografia é aquela que consegue aliar a precisão da informação com uma contundente beleza plástica. No fotojornalismo, mais que em qualquer outra modalidade de uso da fotografia, o registro fotográfico tem a necessidade de ser entendido, em sua gênese, como um documento, como um atestado comprobatório não apenas de que o fato aconteceu, mas que o mesmo ocorreu tal qual podemos observar na fotografia publicada no veículo. Como pensar então em “informação precisa” ou em “verdade” se sabemos de antemão que quando o fotógrafo documenta um acontecimento no espaço-tempo ele está invariavelmente, no ato fotográfico, descolando aquele recorte do real de seu contexto, interpretando o fato de acordo com sua cultura e sua ideologia? No fotojornalismo, essas tensões se revelam sobretudo na busca do equilíbrio possível entre informação e plasticidade, entre a sua natureza noticiosa que o obriga a se manter fortemente conectado a um referen-

te e sua necessidade de conquistar a atenção do olhar do leitor contemporâneo, numa árdua batalha travada nas páginas de jornais e revistas com as imagens idealizadas e tecnicamente perfeitas da publicidade. Neste sentido, esta dissertação, que surge a partir da experiência de quem conheceu os mecanismos que regem o surgimento e a efetuação de uma pauta fotográfica na grande imprensa, pretende contribuir para ampliar o espaço desta reflexão na produção brasileira. Além disso, visamos analisar, ao cruzar a nossa experiência com a bibliografia contemporânea acerca da representação dos fatos na mídia impressa, as possíveis transformações ocorridas no conceito de documento fotográfico no período que vai da implantação da cor na impressão dos jornais diários brasileiros até o momento atual, passando pelo ingresso das câmeras digitais nas redações dos jornais. E, por fim, objetivamos também mostrar, por meio de imagens de violência recolhidas na mídia impressa, como esse processo pode corroborar para que os fotojornalistas e suas empresas façam, inconscientemente ou não, o uso da fotografia como uma ferramenta de criação, propagação e perpetuação de estigmas e preconceitos na sociedade. Sistematizar teórica e criticamente nossa experiência profissional obtida ao longo do trabalho como jornalista, repórter-fotográfico e editor de fotografia e, dessa forma, contribuir para a discussão acerca da profissão por nós escolhida, é um dos principais motivos que nos levaram a propor como objeto desta pesquisa uma análise do fotojornalismo a partir da sua produção desde diferentes perspectivas.

**Palavras-chave:** Fotojornalismo; fotografia; jornalismo; manipulação fotográfica.

**CHIODETTO, Eder. *Fotojornalismo: Realidades Construídas e Ficções Documentais*. São Paulo, 2008. Dissertação (Mestrado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo.**

**ABSTRACT:** Our trajectory in photojournalism, marked by thirteen years of work as a reporter and photographic editor of the company Empresa Folha da Manhã S.A. allowed us to know, in practice, the process of creation an photojournalistic image. Despite the international production relatively abundant and the work of renowned Brazilian professionals in the area, the production on the theoretical aspects of photography in contemporary is still incipient in Brazil, especially with regard to technological innovations and their impact on photojournalism. Among the most instigating issues of research and theory of the image are the tensions between "reality and fiction" and "ethics and ideology." According to the editors accepted parameters, a good photograph is one that can combine the accuracy of the information with a convincingly plastic beauty. In photojournalism, more than any other mode of use of the photograph, the photographic record needs to be understood in its genesis, as a document such as a real certificate not only that the fact happened, but that it happened just the we see in the photograph published in the vehicle. Since then, how can we think on "accurate information" or "true" if we know in advance that when the photographer documents an event in space-time it is invariably, in the photographic act, unstuck that cut of reality of its context, interpreting the fact based on his culture and his ideology? In photojournalism, these tensions are revealed especially in the search of the possible balance between information and plasticity, and its nature that requires that the news remains strongly connected to a referential and their need to win the at-

tention of the reader's contemporary look, in a tough battle fought on the pages of newspapers and magazines with the idealized and technically perfect images of advertising. Therefore, this dissertation, which arises from the experience of those who knew the mechanisms that govern the appearance and the execution of a photographic pauta, seeks to expand the space for discussion in the brazilian production. Also, aim to analyze, by crossing our experience with the contemporary literature about the representation of the facts in press, the possible changes in the concept of photographic as a document, from the period of deployment of colors in printing the brazilians's newspaper untill today, and the advent of digital cameras in editors of newspapers. Finally, we also intend to show, throughout images of violence gathered in press, how this process can corroborate to the photojournalists and their enterprises to do, unconsciously or not, the use of photography as a tool for the creation, propagation and perpetuation of stigmas and prejudices in society. To systematize theoretical and critically our experience obtained during our career as a journalist, editor-reporter of photography and thus contribute to the discussion about the profession we have chosen, is one of the main reasons that led us to propose as the subject of this research an analysis of photojournalism from its production from different perspectives.

**Key-words:** photojournalism; photography; journalism; photo manipulation.

## SUMÁRIO

### RESUMO / ABSTRACT

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>01</b>
<b>CAPÍTULO 1: PRIMEIRAS RUPTURAS.....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO 2: VERDADE DIALÉTICA, MENTIRA INSTRUMENTAL.....</b>	<b>44</b>
2.1. <b>Fotojornalismo e Fotografia Publicitária: Fronteiras Diluídas...</b>	<b>58</b>
2.2. <b>Manipulação Pré-Fotográfica da Imagem Jornalística.....</b>	<b>88</b>
2.3. <b>Manipulação Pós-Fotográfica da Imagem Jornalística.....</b>	<b>100</b>
<b>CAPÍTULO 3: O OLHAR HEGEMÔNICO - IDENTIDADE E PRECONCEITO.....</b>	<b>118</b>
3.1. <b>Um Olhar em Contra-Ataque.....</b>	<b>155</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>164</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>170</b>

## INTRODUÇÃO

**A**vasta gama de combinações possíveis dentro do conjunto de representações que formam a semântica da fotografia é um universo rico e sedutor pelo qual temos enveredado nos últimos 20 anos, tanto na vida profissional como na pessoal, seja como repórter, editor, autor, curador, professor ou crítico da produção fotográfica.

Nossa trajetória no fotojornalismo, marcada por 13 anos de trabalho como repórter-fotográfico (1991-1995) e editor de fotografia (1995-2004) do jornal *Folha de S. Paulo*, da Empresa Folha da Manhã S.A. que também edita o jornal *Agora São Paulo*<sup>1</sup>, nos permitiu conhecer minuciosamente, na prática, o processo de construção de uma imagem fotojornalística.

Ao final desse período sentimos a necessidade de

repensar essa prática adquirida, aprofundando-nos nas questões conceituais que regem as opções ideológicas e culturais, bem como as noções estéticas, que embasam a construção de uma imagem fotojornalística. Pensamos, dessa forma, em refletir em perspectiva sobre a atitude dos repórteres-fotográficos na busca de imagens e pautas originais e de impacto, em cruzamento com os interesses da empresa jornalística em salientar este ou aquele assunto em detrimento de outros, construindo sua *agenda setting*<sup>2</sup>, que determinará o que é e o que não é notícia relevante, criando assim um filtro que denota enfaticamente as opções ideológicas do veículo.

Refletir teórica e criticamente sobre nossa experiência profissional obtida ao longo da profissão de jornalista, repórter-fotográfico e editor de fotografia e, dessa forma, contribuir para a discussão acerca da profissão por nós escolhida, foi um dos principais motivos que nos levaram a propor como objeto desta pesquisa uma análise do fotojornalismo a partir da sua produção desde diferentes perspectivas.

O objeto, no entanto, se justifica para além da nossa relação com ele; trata-se de um prisma pelo qual se pode pensar a produção e o lugar da imagem e dos paradigmas da notícia na contemporaneidade, rever a prática cotidiana das redações e dialogar com a produção teórica acerca do tema.

Entre as questões mais instigantes da pesquisa e da teoria da imagem estão as tensões entre “realidade e ficção” e “ética e ideologia”. No caso específico do fotojornalismo, essas tensões se revelam sobretudo na busca do equilíbrio possível entre informação e plasticidade, entre a sua natureza noticiosa que o obriga a se manter fortemente conectado a um referente e sua necessidade de conquistar a atenção do olhar do leitor contemporâneo, numa árdua batalha travada nas páginas de jornais e revistas com as imagens idealizadas e tecnicamente perfeitas da publicidade.

O fotojornalismo é um campo complexo e que oferece diversos subsídios para se enveredar por essas dicotomias na sua flagrante ambigüidade entre almejar ser um documento histórico e uma representação que se sabe instável enquanto signo que atesta a ocorrência dos fatos.

Segundo os parâmetros aceitos nas redações, uma boa fotografia é aquela que consegue aliar precisão da informação e plasticidade. No fotojornalismo, mais que em qualquer outra modalidade de uso da fotografia, o registro fotográfico tem a necessidade de ser entendido, em sua gênese, como um documento, como um atestado comprobatório não apenas de que o fato aconteceu, mas de que o mesmo ocorreu tal qual podemos observar na fotografia publicada no veículo.

Como pensar então em “informação precisa” ou em “verdade”, se sabemos

de antemão que quando o fotógrafo documenta um acontecimento no espaço-tempo ele está invariavelmente, no ato fotográfico, descolando aquele recorte do real de seu contexto, interpretando o fato de acordo com sua cultura e sua ideologia?

Para além desse jogo de construção e interpretação da realidade, há o processo editorial, que fará com que a imagem captada pelo repórter-fotográfico conviva na página do veículo com outras imagens editoriais e publicitárias, títulos, legendas e reportagens que poderão alterar substancialmente a percepção do registro inicialmente pensado pelo seu autor, assim como imagens arquivadas no banco de dados do veículo que voltam a ser publicadas em outro momento dentro de outro contexto, perdendo sua ligação com o fato que a gerou.

Segundo o pesquisador brasileiro e teórico da fotografia Boris Kossoy, essa equação pode resultar em “uma nova trama, uma nova realidade, uma outra verdade. Mais uma ficção documental”.<sup>3</sup>

Apesar da força desses debates, da produção internacional relativamente abundante e de trabalhos como o acima citado, a produção teórica sobre os aspectos da fotografia na contemporaneidade é ainda incipiente no Brasil, principalmente no que diz respeito ao fotojornalismo, uma área de grande importância na sociedade e na cultura brasileiras. Ao considerar-se, por exemplo, aspectos como as inovações tecnológicas e seus impactos no fotojornalismo, a

literatura especializada é quase inexistente.

Neste sentido, esta dissertação, que surge a partir da experiência de quem conheceu na prática os mecanismos que regem o surgimento e a execução de uma pauta fotográfica na grande imprensa, pretende contribuir para ampliar o espaço desta reflexão na produção brasileira.

Há poucos livros publicados no Brasil que tratam especificamente da prática do fotojornalismo. Entre eles há a *História da Fotorreportagem no Brasil: A Fotografia na Imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*<sup>4</sup>, no qual o historiador Joaquim Marçal Ferreira de Andrade descreve as primeiras ocorrências da fotografia na imprensa ilustrada do Rio de Janeiro no século XIX, desde o período da sua descoberta até a virada do século, quando chega ao Brasil o processo que possibilita a reprodução foto-mecânica a meio-tom dos originais fotográficos, impulsionando a fotorreportagem no início do século XX.

Duas obras do português Jorge Pedro Sousa, professor associado e investigador da Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal) e membro investigador do Centro de Estudos Media & Jornalismo/CIMJ (Lisboa, Portugal), são até o momento as obras publicadas em língua portuguesa que tocam de forma mais enfática na práxis do fotojornalismo. Em *Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental*<sup>5</sup>, o autor amplia e reestrutura um capítulo de sua tese de doutorado para fazer um apanhado da evolução do fotojornalismo no Ocidente,

pontuando cronologicamente os principais fotógrafos, movimentos, agências e publicações que de alguma forma contribuíram para que o fotojornalismo se impusesse como uma linguagem autônoma. A obra, publicada em 2000, finaliza com a chegada das câmeras digitais.

Na segunda obra, *Fotojornalismo: Introdução à História, às Técnicas e à Linguagem da Fotografia na Imprensa*<sup>6</sup>, SOUSA faz uma espécie de manual para iniciantes na prática do fotojornalismo e estudantes de jornalismo em geral, no qual se dedica a descrever técnicas para melhor representar determinados assuntos, com sugestões de uso de lentes e composição, de postura do profissional, além de uma definição de alguns gêneros dentro do campo do fotojornalismo e um breve capítulo sobre ética.

Uma obra que se aproxima um pouco mais da proposição desta dissertação é *Por una Función Crítica de la Fotografía de Prensa*<sup>7</sup>, do fotógrafo, editor e professor espanhol Pepe Baeza, que trabalhou em diversos periódicos em Barcelona, na Espanha. Após fazer uma leitura de cunho crítico do uso da fotografia no espaço editorial dos veículos impressos, o autor conclui que “a crise do fotojornalismo na imprensa aparece como uma manifestação da crise geral pela qual passa a cultura documental, onde prevalecem as imagens que transmitem valores de conformidade e resignação, disfarçadas de exuberância e profusão”.

Outra obra realizada após a experiência adquirida em redações jornalísti-

cas é *Manual de Fotoperiodismo: Retos y Soluciones*<sup>8</sup>, do jornalista mexicano e editor de fotografia da revista *Proceso*, Ulises Castellanos, na qual o autor, de forma menos crítica que Baeza, discute a teoria e a prática do fotojornalismo e entrevista alguns proeminentes profissionais da área no México.

Entre várias dissertações de mestrado e teses de doutorado realizadas em universidades brasileiras, tendo o fotojornalismo como foco principal, destaca-se a tese de doutorado de Celso Bodstein, defendida na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), em 2007, sob o título *A Ficcionalidade do Fotojornalismo*. Em suas reflexões sobre o fotojornalismo contemporâneo, o autor constata, por meio de entrevistas com profissionais do fotojornalismo, em cruzamento com teorias de autores que em sua maioria trabalham com a semiótica, uma “crise na representação de factuaisidades” para afirmar que “ainda aceitamos um paradigma anacrônico de apego a realismos, com o qual os jornais institucionalizam promessas de desvelar o mundo a cada edição”<sup>9</sup>.

A partir desta constatação, BODSTEIN defende a produção e a publicação do que ele denomina de “imagens-literárias”, exemplificadas com fotografias recolhidas em jornais nas quais é visível o papel do repórter-fotográfico como um cronista que cria imagens de grande subjetividade, já liberto da idéia de que o fotojornalismo deva ser o retrato mimético da realidade, posto que isso é uma impossibilidade.

Outra obra relevante acerca do fotojornalismo brasileiro foi realizada pela pesquisadora Helouise Costa em sua tese de doutorado na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, com o título *Um Olho que Pensa: Estética Moderna e Fotojornalismo*, defendida em 1999.

Helouise Costa localiza no vínculo entre a estética modernista e o fotojornalismo, observado nas revistas ilustradas publicadas entre as décadas de 1930 e 1940, uma ruptura da proposta de reprodução fiel do mundo visível que culmina com a fotografia como linguagem que engendra um processo de construção de realidades. Esse é o mote que permeou a sua análise da obra do fotógrafo francês radicado no Brasil, Jean Manzon, publicada na revista ilustrada *O Cruzeiro*, entre 1943 e 1951.

Na dissertação de mestrado de Tânia Maria de Oliveira Teixeira Pinto, sob o título *A Estética do Fotojornalismo Contemporâneo: Uma Incursão Introdutória*, defendida na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, a autora conclui que “a estética atual do fotojornalismo brasileiro é a ‘imagem síntese’ devido à influência da televisão”, e que isso somado a aceleração do processo de produção das imagens pós digitalização contribui para que “muitos fotojornalistas acabem praticando uma estética padronizada da imagem”.<sup>10</sup>

A literatura de cunho analítico aqui mencionada, que se propôs a estudar os mecanismos de construção da imagem fotográfica nas últimas décadas, aponta de

forma enfática para a assertiva de que a fotografia não se constitui num espelho da realidade, expressão já bastante desgastada para os dias de hoje. No máximo, do recorte que operou no tempo-espaço, o registro fotográfico preserva apenas alguns indícios que podem servir de balizas para rastreamos o que se passou.

Sujeitos à ação do tempo e a uma recepção geralmente imprevisível, esses indícios tendem a se descolar do sentido que o fotógrafo intencionou dotá-los para se reconfigurarem em outras significações.

A partir dessa plataforma, pensar a fotografia que almeja ser uma fonte de pesquisa ou um documento histórico é prática das mais tortuosas, posto que pela própria gênese que constitui o processo de construção da imagem fotográfica, ao registrar uma cena, um instante, o fotógrafo ao mesmo tempo ativa a criação de mundos paralelos, de outras realidades que serão geradas pela interpretação dos receptores.

Sobre esse processo de construção e interpretação das imagens, Boris Kossoy vem desenvolvendo, ao longo de sua trajetória profissional, uma teoria na qual identifica a fotografia como um processo de criação do que ele denomina de *segunda realidade*, a realidade interna ao registro fotográfico, que pode independer da realidade circundante do momento em que o registro fotográfico foi capturado.

O autor, ao assinalar essa fissura existente entre a produção e a recepção da fotografia, fornece subsídios que reforçam a idéia de que a aura de veracidade que o senso comum atribui ao fotojornalismo é bastante vulnerável.

Autores como Joan Fontcuberta e Vilém Flusser possuem obras seminais que versam sobre a estrutura da imagem fotográfica, sua constituição e suas variáveis técnicas e ideológicas que tangenciam a obra de KOSSOY, formando assim uma trinca de autores com os quais procuramos estabelecer uma sólida estrutura para debater o processo de construção de realidades por meio da fotografia.

Na obra *Diante da Dor dos Outros*<sup>11</sup>, a ensaísta e crítica de arte Susan Sontag fala de fotografias publicadas na mídia sem estarem devidamente contextualizadas, ou seja, desconectadas de sua *primeira realidade*, a realidade do momento de produção da imagem, como assinala KOSSOY. A causa desta dicotomia própria da gênese fotográfica reverbera, desta forma, nos efeitos suscitados por SONTAG.

Essa relação de causa e efeito, entre a teoria de KOSSOY e a crítica de SONTAG sobre a circulação das imagens de violência na mídia, tornou-se uma chave importante que permeou a discussão proposta por esta dissertação.

O pensamento de SONTAG permitiu compreender alguns dos motivos que levam os produtores de imagens jornalísticas a aumentar cada vez mais a carga de impacto dessas imagens e, conseqüentemente, a utilizar as técnicas, os recursos

e as formas persuasivas da publicidade.

A sugestão de pensar numa aproximação do fotojornalismo com a publicidade, a partir do pensamento destes autores, nos remeteu inevitavelmente ao teórico Guy Debord em *A Sociedade do Espetáculo*<sup>12</sup>, obra seminal da teoria crítica, em que o autor fala da imposição do aparente e do visível no mundo contemporâneo.

A tendência cada vez mais atual das imagens do fotojornalismo se descolarem de um relato factual para se converterem em peças de forte impacto visual, tendo a técnica da fotografia publicitária como mote, é um movimento que tende a realizar uma versão espetacularizada da vida cotidiana. O "monopólio da aparência", como diz DEBORD.

Seguindo por essa linha de raciocínio, alguns autores da área da sociologia e antropologia visual deram um subsídio importante para se pensar a mídia como uma ferramenta para a criação e manutenção de preconceitos na sociedade.

Em 1965, o sociólogo alemão Norbert Elias e o professor John L. Scotson<sup>13</sup> analisaram as relações sociais entre *grupos estabelecidos e outsiders*<sup>14</sup> numa pequena comunidade do interior da Inglaterra nos anos 1950 e 1960. Concluem que a criação de estigmas colabora para a hierarquização das relações, estabelece diferenças e, conseqüentemente, reforça os tabus imputados aos *outsiders*, que não dispõem de nenhuma possibilidade de revidar o *grupo estabelecido* com os

mesmos termos depreciativos que recebem.

Este modelo serviu para elucidar as relações de poder e tensão entre grupos na sociedade, e a necessidade que a mídia tem de classificar as pessoas de acordo com sua classe social ou cultural, gerando uma simplificação que tende à disseminação de preconceitos.

Neste sentido, esta dissertação, sob o título *Fotojornalismo: Realidades Construídas e Ficções Documentais* visa analisar, ao cruzar a experiência empírica do autor com a bibliografia contemporânea acerca da representação dos fatos na mídia impressa, as possíveis transformações ocorridas no conceito de documento fotográfico no período que vai da implantação da cor na impressão dos jornais diários brasileiros (em meados de 1992) até o momento atual, passando pelo ingresso das câmeras digitais nas redações, em meados de 1996.

Sugerimos que a crise da representação do real por meio das imagens técnicas, apontada por diversos autores com os quais trabalhamos nesta dissertação, tende a recrudescer no novo cenário que se estabelece a partir da impressão colorida quando as imagens editoriais e publicitárias passam a ter suas diferenças visivelmente atenuadas ao conviverem lado a lado nas páginas dos jornais de forma que não ocorria quando a impressão era apenas em preto-e-branco.

Comprometido historicamente com as categorias de informação, opinião e

interpretação, o fotojornalismo ao adotar o padrão do “jornalismo de mercado”<sup>15</sup>, preconizado por Ruth Clark, passaria a ter uma crescente estetização que o levaria a buscar os mesmos padrões de acabamento da imagem publicitária, decorrendo daí a apresentação dos fatos dentro da lógica da venda de um produto e da conseqüente conversão da imagem e da notícia em espetáculo, como sinalizam as autoras Liz Wells e Olgária Mattos.

Objetivamos demonstrar também diversos elementos técnicos e ideológicos que perpassam a construção do registro fotográfico por meio de manipulações que podem ocorrer tanto anterior quanto posteriormente ao ato de fotografar, na tentativa de trazer alguns subsídios para o debate acalorado que se trava nos dias de hoje, acerca da manipulação do conteúdo das fotografias por meio dos programas de tratamento de imagem que, segundo a visão majoritária, colocaria em xeque a capacidade testemunhal do fotojornalismo.

Essa desconfiança em relação à idoneidade da informação do fotojornalismo contemporâneo é decorrência direta da incorporação das novas tecnologias. O fotojornalismo, ao trocar as câmeras fotográficas analógicas pelas digitais, deixou de ter o filme fotográfico como a contraprova da fidedignidade da imagem. Ao mesmo tempo os amadores começam a utilizar as câmeras digitais portáteis e a trabalhar as fotografias em seus computadores caseiros em programas de tratamento de imagens capaz de alterar seus elementos constitutivos sem

deixar rastros desta operação.

Ao perceber como se tornou tecnicamente fácil intervir no registro fotográfico, esse público passa a questionar cada vez mais a credibilidade das imagens publicadas pelos veículos noticiosos. Afinal, esse novo usuário amador da fotografia digital passou a ser um produtor independente de imagens podendo ter o controle total, pela primeira vez na história, de todo o processo fotográfico, incluindo captura, tratamento, impressão e difusão em grande escala a partir de seu micro-computador caseiro. Neste novo cenário o receptor passou a ser também um emissor.

Por fim, procuramos demonstrar que mesmo com todo esse desnudamento a que o fotojornalismo está exposto a partir desta conjuntura assinalada até aqui, há uma questão de fundo que permanece encoberta e raramente vem à tona, podendo inclusive sinalizar que toda a discussão acerca da intervenção física sobre a imagem fotográfica, dominante no debate contemporâneo, seja apenas a ponta do *Iceberg*. Partindo de uma pesquisa sobre imagens de violência e tragédias ocorridas nos últimos anos e amplamente divulgadas na mídia, tentamos demonstrar como os fotojornalistas e suas empresas podem transformar, inconscientemente ou não, o uso da fotografia numa ferramenta de criação, propagação e perpetuação de estigmas e preconceitos, a partir da construção de um discurso hegemônico que corrobora com a manutenção das posições de poder na sociedade.

O período abordado nesta pesquisa equivale ao tempo em que integramos a equipe de jornalistas da *Folha de S.Paulo* (1991 a 2004), com demarcação mais precisa a partir de dois momentos que determinaram profundas mudanças operacionais dentro da editoria de fotografia: quando o Periódico passou a imprimir diariamente fotos coloridas na primeira página e nas capas dos cadernos internos, em 1992, e em 1996, ano em que a *Folha de S.Paulo* tornou-se o jornal impresso pioneiro na implantação de câmeras digitais na América Latina estendendo-se até o momento atual, quando essas mudanças já se mostram solidificadas e seus efeitos mais claros para serem analisados.

Com o recorte cronológico demarcado, a dissertação se desenvolveu por meio de uma pesquisa bibliográfica pautada por autores que analisam os componentes da construção e recepção do código fotográfico e de obras oriundas da área de antropologia e sociologia que sistematizam os processos sociais de criação de estigmas. Em paralelo, foi realizada uma pesquisa iconográfica no Banco de Dados do jornal *Folha de S.Paulo*, onde recolhemos imagens que salientam as discussões aqui propostas.

Não é tarefa das mais simples o trabalho de quem se propõe a refletir em profundidade sobre o seu passado profissional. Não raro nos deparamos neste percurso com teorias de diversos estudiosos sobre a representação no mundo contemporâneo que, de certa forma, condenam práticas e conceitos com as quais

desenvolvemos nossa carreira.

É fato que durante o período em que atuamos como repórter-fotográfico e editor – ao buscar diariamente imagens de maior impacto para ilustrar as matérias jornalísticas, incentivar os fotógrafos da equipe a produzir imagens cada vez mais “pulsantes”, buscando surpreender o leitor diariamente com uma nova abordagem, uma fotografia surpreendente – colaboramos também para esse processo da transformação da notícia em espetáculo.

Vista à distância, esse tipo de atitude, que tem como meta a busca desenfreada do impacto, pode gerar distorções éticas, políticas e culturais. O que nos leva a pensar como a práxis cotidiana da mídia – por diversos motivos – é desarticulada de uma reflexão sobre a qualidade da informação transmitida.

Um dos grandes desafios num percurso com essas características é manter a distância adequada entre a subjetividade – da qual nenhum trabalho no campo das ciências, sobretudo as humanas, está livre – e a objetividade necessária a uma pesquisa acadêmica.

Nesse contexto, nos esforçamos para encontrar o ponto de equilíbrio da crítica, a fim de contemplar o fotojornalismo praticado na contemporaneidade como uma linguagem alinhada ao seu tempo e como uma decorrência histórica dos desenvolvimentos não-lineares do pensamento e da tecnologia. Para além da crítica que se realiza na maioria das vezes com base em teorias pautadas por

especificidades de outras épocas, é preciso entender os novos processos desde múltiplos e diferentes pontos de vista, na intenção de colaborar na correção de alguns rumos e na proposição de novos problemas.

Ao mesmo tempo em que o fotojornalismo dá crédito ao verbal, ele pode fazer com que o fato noticioso ganhe amplitude, expandindo seus significados por meio de conjecturas silenciosas que se expressam através da luminosidade, da combinação de texturas, cores e formas, do ângulo revelador, etc.

Na contramão da objetividade do texto jornalístico, imposta pelos manuais de redação, a fotografia pode ser uma janela que se abre generosamente para a compreensão dos desígnios do homem para além da factualidade dos temas selecionados pela redação.

É importante salientar, ainda, que embora a maior parte dos exemplos que citamos ao longo da dissertação seja oriunda da observação que fizemos durante o tempo em que trabalhamos no jornal *Folha de S.Paulo*, este trabalho não é especificamente sobre este veículo - embora ele venha a servir em diversos momentos como um estudo de caso - e tampouco sobre a atuação dos seus profissionais em específico. A opção por este veículo para exemplificar várias das questões aqui levantadas se deve, além da observação que pudemos fazer durante o período a frente da editoria de fotografia, também pelo fato deste ser o periódico de maior circulação nacional, estar constantemente se modernizando

graficamente e editorialmente, o que o coloca em posição de destaque para se discutir os rumos do jornalismo impresso na contemporaneidade.

O ideal é pensar que tomamos a *Folha de S. Paulo* como um microcosmo de uma conjuntura que nos parece ser um fenômeno em escala global.

Por todas essas questões acima suscitadas, uma abordagem ensaística nos pareceu a ferramenta mais eficaz para fazer o cruzamento entre experiência de campo e atitude crítica, sob a luz das teorias dos diversos autores estudados. Um percurso intelectual que deve, necessariamente, partir de uma experimentação, como postula ADORNO, ao citar Max Bense:

O ensaio é a forma da categoria crítica de nosso espírito. Pois quem critica precisa necessariamente experimentar, precisa criar condições sob as quais um objeto se torne visível de novo, e diversamente do que num autor. Sobretudo, agora precisa ser posta à prova, experimentada, a debilidade do objeto; e exatamente este é o sentido da pequena variação a que o crítico submete o objeto.<sup>16</sup>

Esta opção metodológica se justifica também pelo fato de estarmos objetivando aqui ampliar o debate sobre o fotojornalismo contemporâneo por meio de inferências que se propõem a lançar questões, tatear o objeto de estudo e questioná-lo a partir do seu processo de produção. Neste sentido, nos inserimos na mesma perspectiva de BENSE, citado mais uma vez por ADORNO:

Assim se diferencia, portanto, um ensaio de um tratado. Escreve ensaisticamente aquele que compõe experimentando; quem, portanto,

vira e revira o seu objeto, quem o questiona, apalpa, prova, reflete; quem o ataca de diversos lados e reúne em seu olhar espiritual aquilo que ele vê e põe em palavras: tudo o que o objeto permite ver sob as condições criadas durante o escrever.<sup>17</sup>

Desse modo, no primeiro capítulo desta dissertação nos propusemos a uma breve revisão da história da fotografia, desde sua invenção oficial em 1839 até o início do século XX, no intuito de mapear alguns momentos da história, notadamente alguns movimentos da arte e a obras de alguns artistas, que apontaram para a fratura entre representação e realidade, com o intuito de construir um pequeno painel com os sobressaltos e rupturas que colocaram o pensamento acerca do registro fotográfico em diferentes patamares desde sua invenção.

Delineada essa ambigüidade do registro fotográfico, que se espreita entre representação e realidade, o segundo capítulo inicia com uma discussão acerca do conceito de documento na fotografia, e como a tendência natural desta em criar ficções pode ferir tal estatuto, visto como de fundamental importância para o fotojornalismo. Por meio da obra de diversos autores buscamos problematizar o signo fotográfico como expressão da verdade, como prova testemunhal de uma ocorrência.

A partir dessa plataforma, quando fica clara essa dicotomia da fotografia que se equilibra entre o real e a ficção, apontamos alguns efeitos daquilo que seria

uma decorrência contemporânea do fotojornalismo praticado em veículos que seguem o modelo do “jornalismo de mercado”. Nos jornais que adotaram essa linha editorial, fica patente a convivência estreita, por vezes justaposta, entre os espaços editoriais e publicitários nas páginas dos jornais. Com base nesta assertiva desenvolvemos uma linha de pensamento que buscou demonstrar uma proximidade entre a linguagem fotojornalística e a publicitária nas fotografias que ilustram os periódicos, notadamente a partir da implantação das rotativas que permitiram imprimir as fotografias em quatro cores.

Buscamos ainda analisar neste capítulo a forma através da qual o fotojornalismo se torna um signo extremamente permeável a mutações de toda sorte, seja por meio dos diversos recursos técnicos gerados pela tecnologia, seja pela postura dos fotojornalistas no momento da reportagem ou da edição. Nesse sentido, aborda-se a manipulação feita por programas de tratamento de imagem, na tentativa de desmistificar essa atitude que nos últimos anos passou a ser a “vilã” do fotojornalismo, embora na verdade seja uma prática existente desde a invenção da fotografia.

Ao tentar desmistificar esses processos técnicos que induzem o registro fotográfico a um relato necessariamente pessoal e subjetivo, o segundo capítulo abre frente para que, no terceiro e último capítulo, apontemos para uma questão que nos parece relevante e ainda pouco discutida: o fotojornalismo utilizado como ferramenta que contribui para a criação, propagação e manutenção de uma série

de preconceitos. Fazemos essa incursão, a partir de subsídios emprestados da área da sociologia e da antropologia, para discutir a representação da alteridade no fotojornalismo contemporâneo.

Desta forma, o terceiro capítulo empreende uma análise de imagens publicadas nos últimos anos na imprensa, que têm a violência e as conseqüências de catástrofes como tema, apontando para a possibilidade do fotojornalismo ser um instrumento da manutenção dos jogos de poder e hierarquia na sociedade.

Sem querer generalizar ou tomar como universal uma leitura que decorreu de uma experiência particular, tentamos agir no sentido contrário, de conectar o pessoal no universal para daí estabelecer o debate, como sugere ADORNO:

A referência à experiência – e o ensaio lhe empresta tanta substância quanto a teoria tradicional às meras categorias – é uma referência de toda a história; a experiência apenas individual, com a qual tem início a consciência como aquilo que lhe é mais próximo, esta ela mesma já mediada pela experiência mais abrangente da humanidade histórica; e a concepção de que ao invés disso, a experiência da humanidade histórica seja mediada, mas o individual seria em cada caso o imediato, isso é mero auto-engodo da sociedade e da ideologia individualistas.<sup>18</sup>

Este trabalho guarda em si um testemunho, algumas confissões de quem viveu intensamente a vida de um produtor de notícias na grande mídia e agora fez uma pausa para refletir sobre esse passado. Neste sentido, trata-se de uma contribuição a esse debate que, esperamos, possa auxiliar outras pessoas a refletir sobre essa prática que escolhemos como profissão e que continua diariamente a nos fazer enxergar o mundo por um prisma lúdico e impreciso como o são todas as linguagens.

## Notas da Introdução

<sup>1</sup> O jornal diário impresso *Agora São Paulo* substitui, a partir de 22 de março de 1999, o jornal *Folha da Tarde*, publicado entre 1949 e 1999, onde o autor atuou como repórter-fotográfico entre outubro de 1991 e outubro de 1995, após permanecer cerca de quatro meses como fotógrafo *free-lancer* no caderno *Folha ABC*, do jornal *Folha de S. Paulo*. Em outubro de 1995 o autor foi transferido para o jornal *Folha de S. Paulo*, do mesmo grupo, no cargo de editor assistente de fotografia, com a função prioritária de pautar os repórteres-fotográficos de acordo com as prioridades do dia do jornal. Em meados de 1998 foi promovido a editor-adjunto de fotografia, função na qual era responsável pela edição das fotografias produzidas pela equipe e pelas agências associadas, bem como pelo fluxo das imagens no fechamento do jornal. Em fevereiro de 2002 tornou-se o editor de fotografia do periódico, quando passou a comandar uma equipe de cerca de 20 repórteres-fotográficos em São Paulo, quatro em Brasília, dois no Rio de Janeiro e uma rede de *free-lancers* no Brasil e no exterior. Além de gerir administrativamente a editoria, tinha por função realizar o planejamento estratégico das principais coberturas jornalísticas, participar diariamente de reuniões editoriais com os outros editores e secretários de redação para definir a *agenda setting*, além de ser responsável pela edição diária das imagens publicadas no jornal e participar de um colegiado que incluía a direção do periódico, para decidir as imagens que comporiam a primeira página do dia seguinte, entre outras funções. Após a saída da empresa, em 2004, o autor continua, até o presente momento, a colaborar com críticas e reportagens sobre fotografia para o caderno *Ilustrada*, no qual já publicou 245 matérias (até 13.11.2007), como pode ser aferido no Arquivo *online* da *Folha* ([www1.folha.uol.com.br/folha/arquivos/](http://www1.folha.uol.com.br/folha/arquivos/)).

<sup>2</sup> A Teoria do Agendamento ou *Agenda-setting theory*, no original, em inglês, é uma teoria de Comunicação formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970. De acordo com este pensamento, a mídia determina a pauta (em inglês, *agenda*) para a opinião pública ao destacar determinados temas e preterir, ofuscar ou ignorar outros tantos. Cf. *Setting the Agenda: The Mass Media in Public Opinion*. Cambridge, UK: Polity Press, 2004.

<sup>3</sup> Boris Kossoy. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 3ª Ed. Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2002, p. 55.

<sup>4</sup> Joaquim Marçal Ferreira de Andrade. *História da fotorreportagem no Brasil. A Fotografia na Imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

<sup>5</sup> Jorge Pedro Sousa. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Florianópolis: Grifos, 2000.

- 6 Jorge Pedro Sousa. *Fotojornalismo. Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- 7 Pepe Baeza. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. 2ª ed., Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2003, p. 186 (traduzido pelo autor).
- 8 Ulises Castellanos. *Manual de fotoperiodismo. Retos y soluciones*. Ciudad de Mexico: Proceso, 2003.
- 9 Celso Bodstein. *A Ficcionalidade do Fotojornalismo*. Campinas, 2007. 251 fls. Tese (doutorado) – Unicamp.
- 10 Tânia Maria de Oliveira Teixeira Pinto. *A estética do fotojornalismo contemporâneo: Uma incursão introdutória*. São Paulo, 2003. Dissertação (mestrado) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
- 11 Susan Sontag. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.
- 12 Guy Debord. *A Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.
- 13 Norbert Elias e John L. Scotson. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- 14 Os conceitos de *grupos estabelecidos e outsiders* são de suma importância para o desenvolvimento do terceiro capítulo desta dissertação, onde serão devidamente explicados.
- 15 O conceito de *jornalismo de mercado* será desenvolvido no contexto do segundo capítulo.
- 16 Bense (1947), apud Theodor W. Adorno. *O Ensaio como Forma*. In Cohn, Gabriel. *Theodor W. Adorno*, 1986, p. 180.
- 17 Id. Ibid, p.182.
- 18 Theodor W. Adorno. *O ensaio como forma* in Cohn, Gabriel. *Theodor W. Adorno*. São Paulo: Editora Ática, 1986, p.174.



# CAPÍTULO 1

## PRIMEIRAS RUPTURAS

**A**o ser inventada no século XIX, a fotografia surgiu e se estabeleceu como uma forma aparentemente eficaz de reproduzir o mundo visível com extrema fidelidade. O homem passou a dispor de um mecanismo para reter e preservar instantes do espaço-tempo e fazer o passado emergir no futuro de forma fidedigna, sem a subjetividade da pintura e do desenho, até então responsáveis pela representação da história.

Tal assertiva encontrou respaldo na automaticidade do aparelho fotográfico que, se operado conforme o manual do fabricante, teria a capacidade de reproduzir objetivamente a aparência do mundo. Ao ser oficialmente inventada por Louis Jacques Mandé Daguerre\* em 1839, num momento de afirmação das teorias positivistas<sup>1</sup>, quando ciência, razão e objetividade deveriam se sobrepor às imprecisões da experiência sensorial e da subjetividade,

a fotografia encontrou um terreno fértil para se desenvolver.



Imagem 01: Louis Jacques Mandé Daguerre

Naquele período em que o mundo vivia impulsionado pelo ideário da Revolução Industrial e pelas teorias positivistas que dela decorreram, o realismo era o mote das artes em geral. Neste contexto, o talento do artista “era determinado não pela sua capacidade de interpretação, mas sim pela fiel reprodução e verossimilhança de sua obra”<sup>2</sup>.

O fato de um aparato industrial ter a capacidade de reproduzir a natureza, colocando em xeque a representação artesanal do gesto manual da pintura, acirrou os ânimos dos artistas na época, destacando-se

o poeta francês Charles Baudelaire, que escreveu manifestos contundentes sobre esse invento articulado por um certo “Deus vingador”:

Nestes dias deploráveis produziu-se uma nova indústria, que não pouco contribui para confirmar a necessidade na sua fé e para arruinar o que podia ainda sobrar de divino no espírito francês... Creio que a arte é e não pode ser outra coisa que a exata reprodução da natureza... Assim, a indústria que nos proporcionasse um resultado idêntico à natureza seria a arte absoluta. Um Deus vingador aquiesceu aos votos dessa multidão. Daguerre foi o seu Messias. E então, ela disse para si mesma: uma vez que a fotografia nos dá todas as garantias desejáveis de exatidão (e eles acreditam nisso, os insensatos!) a arte é a fotografia.<sup>3</sup>

A idéia de automação da captura do espaço-tempo gerava, então, a crença de que a incorporação de um aparelho entre o mundo visível e o homem seria suficiente para que a imagem resultante desta equação não carregasse consigo a trama ideológica, estética e cultural do fotógrafo que, sabemos hoje, perpassa necessariamente o ato fotográfico, como ressalta Joan Fontcuberta:

A fotografia foi entendida durante muito tempo como a maneira em que a natureza se representava a si mesma. A fascinação que produziu seu descobrimento apontava para essa ilusão do automatismo natural. Um slogan publicitário de material para daguerreótipos dizia: "Deixe que a Natureza plasme o que Natureza fez". Tal declaração ontológica sobre a essência da imagem fotográfica pressupõe a ausência de intervenção e, portanto, a ausência de interpretação. Se trata de copiar a natureza com a máxima precisão e fidelidade sem depender das habilidades de quem a realiza. A consequência aparente era a obtenção direta, sem paliativos, da verdade.<sup>4</sup>

Acreditar que a fotografia era de fato a transcrição literal, o espelhamento do mundo real, fazia bastante sentido no século XIX. A novidade do evento causou grande espanto após esta ser dada como oficialmente inventada em 1839. As imagens geradas pelos primeiros equipamentos fotográficos eram comparadas à pintura, técnica até então responsável pela confecção dos retratos e pela documentação dos fatos mais importantes que ocorriam no mundo. Nessa comparação, o poder de verossimilhança da fotografia com o objeto retratado dava margem a essa crença da cópia fiel.

Em 1844, cinco anos após a invenção oficial da fotografia, o inglês William Henry Fox Talbot (1800-1877) publica o primeiro livro ilustrado chamado *The Pencil*



Imagem 02: *The Ladder*, foto do livro *The Pencil of Nature*

*of Nature*, produzido pela gráfica *Reading* entre 1844 e 1846, no qual escreveu que as chapas que compunham seu trabalho haviam sido “obtidas pela mera ação da luz sobre o papel sensibilizado, sem a ajuda da mão de qualquer desenhista”<sup>5</sup>.

No lugar do daguerreótipo, TALBOT introduziu o calótipo<sup>6</sup>, que ao contrário do invento de DAGUERRE produzia uma matriz em negativo, o que deflagraria a possibilidade de cópias

fotográficas a partir do original. Para a história da fotografia, *The Pencil of Nature* enfatizou a idéia de que a linguagem recém-criada seria a mimese perfeita da natureza tal qual um espelho que fixaria a imagem *ad eternum*. À imagem e semelhança da realidade, uma verdade incontestável.

Não tardou, porém, para que essa certeza fosse questionada. Na mesma época fotógrafos como Hyppolyte Bayard (1801-1887), Oscar Gustave Rejlander (1813-1875) e Henry Peach Robinson (1830-1901) trabalhavam no sentido de desmistificar essa crença, demonstrando a ilusão realista que a fotografia podia encobrir.<sup>7</sup>

BAYARD realizou, em 1840, um auto-retrato de seu suposto suicídio, chamado *Portrait of the Photographer as a Drowned Man* construindo uma cena com pose, cenário e luminosidade pré-estudados, como numa típica encenação teatral.

REJLANDER passou a utilizar a fotografia também não como mera imitação da natureza, mas como a possibilidade de materializar sua imaginação e criatividade. Para tanto, ele se valia da construção pormenorizada de cenas que fraturavam a idéia de realidade a partir da clara colocação de situações ficcionais em suas obras que resultavam da colagem de diversos negativos, como em *The two ways of life*, de 1857.

Nesta imagem, REJLANDER justapõe representações do sagrado e do profano, da virtude e da luxúria, simbolizando o mundo do dever e do prazer, a partir de cerca de trinta instantâneos obtidos em estúdio, que dão a impressão de ser uma única imagem. Chamado pelo autor de *photographic composition*, esta fotomontagem criou um novo paradigma para a linguagem que até então era



Imagem 03. *Portrait of the Photographer as a Drowned Man*, de Hyppolyte Bayard, realizado em 1840

pensada como um testemunho fiel do real.

Da mesma forma, o inglês Henry Robinson se utilizaria da fotomontagem



Imagem 04. *The two ways of life*, de autoria de Oscar Gustave Rejlander

a partir de diversas matrizes fotográficas para construir cenas que não deixavam rastros de sua manipulação e compunham uma atmosfera mais contundente e enfática do que seria possível por meio da captação de uma imagem direta. Em 1858, ele apresentou a fotografia denominada *Fading Away*, na qual se vê familiares em torno de uma garota em vias de morrer supostamente vitimada pela tuberculose.

Em uma fotografia realizada anteriormente, em 1857, ROBINSON



Imagem 05: *Fading Away*, de Henry Robinson

utilizou sua modelo favorita, *Miss Cundall*, para retratar uma mulher aparentemente adoecida, sentada com a cabeça reclinada sobre uma almofada, envolta em uma atmosfera de solidão e melancolia enfatizada pelo contraste da escuridão do fundo da cena com a palidez do seu rosto. O título da obra, *She never told her love*, foi emprestado do dramaturgo William Shakespeare, dado esse que reforça ainda mais o uso da fotografia como acesso à narrativa ficcional.



Imagem 06. *She never told her love*

Bastante criticados na época, estes fotógrafos, além de outros que se aventuraram a utilizar a fotografia fora do seu cânone institucionalizado até então, abriram uma importante brecha para que a fotografia fosse entendida não apenas pela capacidade de reproduzir o mundo de forma semelhante, mas também como uma linguagem de representação que podia enveredar pela ficção por meio da imaginação dos seus criadores.

Experiências desta envergadura foram sendo realizadas, ainda que isoladamente e sob pesadas críticas dos puristas da técnica e do ideário positivista, durante toda a segunda metade do século XIX. A chegada do novo século e o surgimento das vanguardas estéticas recrudesceram o experimentalismo e expuseram de forma mais enfática o dilema da fotografia em ser classificada como linguagem capaz de ser a evidência do real e, portanto, de ter a força de um documento comprobatório, em contraposição a sua facilidade em ascender ao universo da autonomia da imagem como um jogo de forma, cor e luz, aspirando a entrada no campo das artes visuais com toda a carga de ficcionalidade e subjetividade inerentes a esta prática.

Ao mesmo tempo em que ocorriam na segunda metade do século XIX estas experimentações esporádicas que deslocavam o registro fotográfico da idéia de evidência do real, se propagavam em grande escala as *cartes de visite*<sup>8</sup>, que após servirem como suporte para os retratos de estúdio, se tornaram a forma pela qual

os fotógrafos imprimiam suas imagens de paisagens, costumes e de diversas culturas para comercializar em grandes tiragens.

Em 1865 a Alemanha, por meio do Ministério dos Correios, propôs o emprego oficial de cartões-postais. Somada ao desenvolvimento das novas técnicas de impressão, como a rotogravura<sup>9</sup>, que propiciavam a impressão em escala industrial, a circulação das imagens fotográficas aumentou e o acesso a elas começou a se popularizar<sup>10</sup>. "Mas a idade de ouro do postal começou verdadeiramente a partir de 1900", salienta Gisèle Freund<sup>11</sup>.



Imagem 07. **Cartes de visite**

Essa época também é o momento de expansão dos fotógrafos viajantes<sup>12</sup>, que na busca de lucros e aventuras pelo mundo, acabaram por revelar paisagens, culturas e povos distantes num contexto em que a mídia era incipiente como



Imagem 08. **Portrait of a Ballerina, 1860. Carte de visite com seqüência de movimentos da bailarina, de autoria de Disderi**

forma de transmissão de conhecimento por meio de imagens técnicas e que a humanidade ainda não possuía formas muito práticas e econômicas de fazer grandes deslocamentos para outros países e continentes. As distâncias, de certa forma, se encurtaram. Por meio da fotografia, o homem tinha agora a curiosa sensação de poder conhecer o mundo sem sair do lugar.

Desta forma a fotografia funcionou como uma poderosa ferramenta de comunicação, ao dar visualidade a um mundo desconhecido da maioria. Neste caso, sua função de documentar um lugar e dar autenticidade a ele por meio da imagem, equivalia ao paradoxo temporal de fazer emergir no presente um referente capturado no passado. É a esta presença inevitável do referente na fotografia que o fotojornalismo e a fotografia documental ficaram atrelados.

A humanidade começa enfim a perceber o abismo entre a representação pela fotografia e aquela realizada pela pintura. Ao carregar o referente consigo, a fotografia atesta o *isto-foi*, que seria o seu noema, segundo Roland Barthes<sup>13</sup>:

Chamo referente fotográfico não a coisa facultativamente real para que remete uma imagem ou um signo, mas a coisa necessariamente real que foi colocada diante da objetiva sem a qual não haveria fotografia. Na fotografia não posso negar nunca que a coisa esteve lá. Há uma dupla exposição conjunta da realidade e do passado. E, uma vez que esse constrangimento existe para ela devemos tomá-la por redução, pela própria essência, o noema da fotografia.

Concomitante à expansão desta fotografia de importante caráter social,

## FOTOJORNALISMO: realidades construídas e ficções documentais

e de viés mais utilitário, a virada do século XIX para o XX assistiu um desenvolvimento das pesquisas que pretendiam atribuir ao fotógrafo uma maior liberdade de expressão, negando a fotografia como mera representação mecânica, e revelando-lhe atributos que lhe conferiam, então, status de arte.

Nesta busca, paradoxalmente, muitos artistas que se utilizavam da fotografia irão empreender, nas suas representações, uma aproximação com os cânones da pintura acadêmica. Assim, eles utilizavam técnicas não usuais para intervir sobre o negativo ou a cópia, como o desfoque, a incorporação do movimento, e muitas vezes emulsionavam papéis não produzidos pela indústria, como forma de obter obras únicas em contraponto à reprodutibilidade da fotografia que tiraria dela a possibilidade de ser reconhecida como arte.

Alastra-se assim uma produção fotográfica pautada, sobretudo, pelos preceitos do Impressionismo<sup>14</sup> e também por outras linhas da pintura do século XIX. Esta corrente foi denominada de Pictorialismo e seu auge ocorreu entre 1890 e 1914, quando iniciou a I Guerra Mundial.

Movimento que até hoje suscita discussões sobre o



Imagem 09. *Portrait the Mirror*, 1911, de autoria do pictorialista Heinrich Kühn.



Imagem 10. *Pont Alexander*, fotografia da corrente pictorialista, de autoria de Robert Demachy, 1901

quanto ele teria impulsionado ou atrasado a evolução da fotografia como uma linguagem autônoma, o fato é que o Pictorialismo foi decisivo para que, a partir de suas manifestações, que feriam o código da fotografia como um documento de comprovação do real, se pensasse as imagens técnicas como a decorrência de uma trama ideológica, ampliando assim as possibilidades de abordagens do visível, como atestam os pesquisadores brasileiros Helouise Costa e Renato Rodrigues da Silva:

O pictorialismo [...] influenciou decisivamente a realidade da fotografia como um todo, pois sua atuação determinou o fim da estética documental do século XIX e teve como consequência imediata o desvelamento do caráter ideológico de estruturação da imagem. O circuito de difusão da imagem fotográfica passou a ser, então, explicitamente ideológico.<sup>15</sup>

Em outro texto, Helouise Costa, ao analisar a inserção de trabalhos de cunho pictorialista na revista brasileira *O Cruzeiro*, nos primeiros anos após a criação do periódico, em 1928, reforça o papel desta corrente na contribuição para a problematização da linguagem fotográfica como evidência do real, bastante paradigmática por se tratar de um veículo eminentemente jornalístico:

A estética documental do século XIX pressupunha uma realidade homogênea, considerando o contracampo da fotografia como uma continuidade lógica da cena registrada. A atuação pictorialista rompeu com a documentação, ao problematizar o contracampo. Interferindo explicitamente na realidade, o fotógrafo fazia com que ela se ordenasse em função da sua presença, quebrando a continuidade entre o campo e o contracampo. O resultado é o desvelamento da fotografia como corte arbitrário do mundo.<sup>16</sup>

As primeiras décadas do século XX foram palco de uma seqüência de rupturas estéticas e técnicas nas artes e na fotografia em particular. Após a industrialização do processo fotográfico no final do século XIX, marcada pelo slogan publicitário da Kodak *You press the button, we do the rest*, em 1888, o gesto de fotografar e colecionar



Imagem 11. Slogan da Kodak, 1888

imagens se disseminou. Isso colaborou também para que, no meio das artes, o fato de uma máquina intermediar a representação deixasse de ser visto como fator impeditivo para a criação artística.

Com o surgimento do Dadaísmo e o sentimento de saturação cultural, de crise política e moral, que as causas e os efeitos da I Guerra Mundial acarretaram, a fotografia já possuía uma perspectiva histórica, apesar de sua precocidade, que a habilitou a ser utilizada por artistas como Raoul Hausmann e John Heartfield em fotomontagens que versavam sobre o caos, o crescimento desordenado das cidades, a velocidade empreendida pela modernização

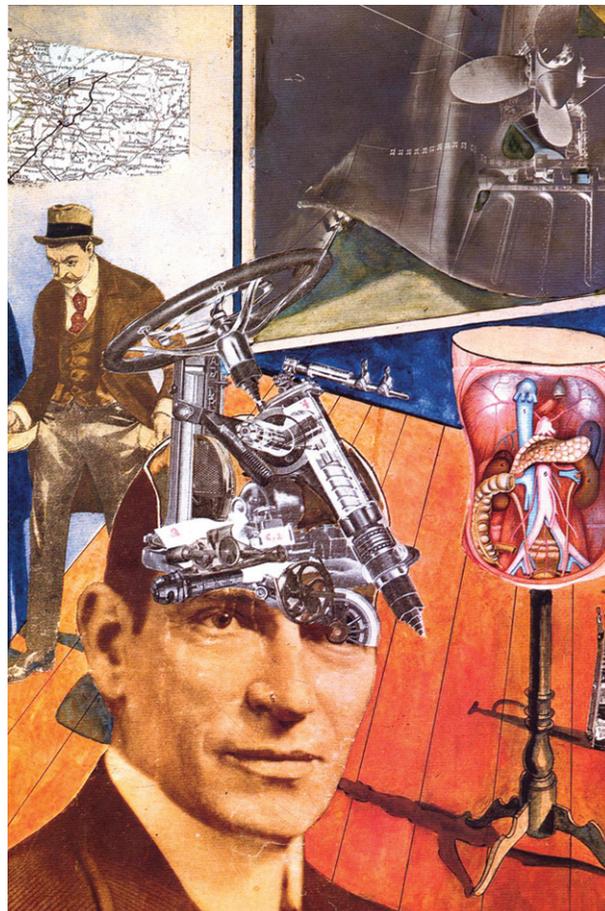


Imagem 12. *Tatlin at Home*, 1920. Fotomontagem de autoria de Raoul Hausmann

CAPÍTULO 1 PRIMEIRAS RUPTURAS



Imagem 13. *Hitler Swallows Gold and Spouts Junk*, 1932. Fotomontagem crítica ao governo de Adolph Hitler, realizada por John Heartfield

do mundo e a desilusão com a guerra.

Surrealismo e o Futurismo, assim como o Dadaísmo, reconheceram a importância da fotografia e do cinema. Os surrealistas Max Ernst e Paul Éluard usaram também fotomontagens, assim como o russo Alexander Rodchenko e o húngaro László Moholy-Nagy, este último no contexto da Escola Bauhaus, na Alemanha, onde lecionou.<sup>17</sup>

Ao criar um mosaico de diversos fragmentos do espaço-tempo, muitas vezes com imagens apropriadas em diversas fontes e mescladas com textos e outros recursos gráficos, a fotomontagem possibilitava ao artista ter a liberdade de expressão a partir do uso da fotografia como reconstrução da narrativa, conferindo-lhe novas significações, já bem distante da intenção do fotógrafo durante o ato fotográfico que originou as imagens.

O processo de construção da imagem no ato fotográfico, assim como na edição e na paginação das fotografias no âmbito do fotojornalismo na imprensa diária, ao mesclar nas páginas imagens editoriais e publicitárias, títulos e legendas, pode incorrer neste mesmo paradoxo de desvio da mensagem codificada nas imagens jornalísticas, como veremos mais detidamente no segundo capítulo desta dissertação.

A fotografia, portanto, no início do século XX, se desvencilhava aos poucos da sua obrigação documental e objetiva como tinha sido seu emprego mais comum durante todo o século XIX, para ampliar seu repertório, a partir dos preceitos das

vanguardas estéticas, com uma nova e subjetiva percepção do visível que mais tarde permearia a produção de vários artistas modernistas.

Antes disso, a partir da década de 1880<sup>18</sup> alguns jornais na Europa e nos Estados Unidos, começam a imprimir fotografias a meio-tom, marcando o início da disseminação da fotorreportagem na mídia impressa. Aparentemente ficaram assim delineadas, portanto, duas grandes categorias não excludentes dentro da fotografia: a primeira, de cunho ficcional, subjetivo e artístico e, a segunda, com perfil realista, objetivo e utilitário.

Até aqui apresentamos uma breve revisão de determinados pontos da história da fotografia nas primeiras décadas de sua existência para salientar que desde sua invenção até a sua afirmação como linguagem autônoma no início do século passado, a fotografia sempre apresentou a dicotomia entre realismo e ficção, posto que esta ambigüidade é própria da sua gênese. A seguir, veremos como alguns teóricos desconstruíram a idéia da fotografia como evidência ou prova do real, fato que inevitavelmente acabou problematizando o fotojornalismo enquanto testemunha ocular e inequívoca dos acontecimentos do mundo visível.

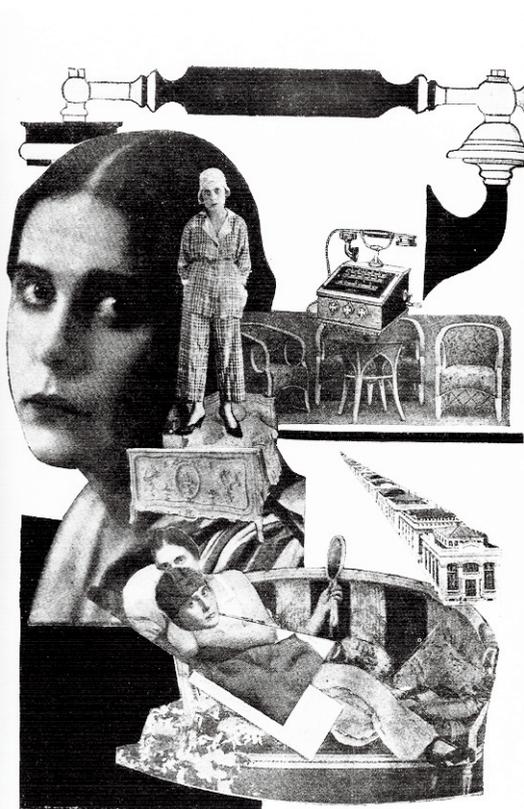


Imagem 14. Fotomontagem realizada por Alexander Rodchenko, 1923

## Notas do Capítulo 1

\* Louis Jacques Mandé Daguerre (18 de novembro de 1787, Cormeilles-en-Parisi, Val-d'Oise, França — 10 de julho de 1851, Bry-sur-Marbe, França) foi um comerciante e pesquisador francês, tendo sido o primeiro a conseguir uma imagem fixa pela ação direta da luz, que ele denominou de daguerreótipo. Em 1835 o pesquisador apanhou uma placa revestida de prata sensibilizada com iodeto de prata, e que apesar de exposta não apresentara sequer vestígios de imagem, guardou-a displicentemente em um armário e ao abri-lo no dia seguinte, encontrou uma imagem revelada. Em 1837, ele já havia padronizado o processo que ainda tinha como grandes problemas, longo tempo de exposição (15 a 30 minutos), a imagem era invertida e o contraste muito baixo. Em 1839, Daguerre vendeu sua invenção ao governo Francês.

1 O positivismo foi uma corrente filosófica idealizada por Auguste Comte, no século XIX. Apareceu como reação ao idealismo, opondo ao primado da razão, o primado da experiência sensível (e dos dados positivos). Propõe a idéia de uma ciência sem teologia ou metafísica, baseada apenas no mundo físico e material.

2 Enio Leite. *O Advento da Fotografia*. [www.focusfoto.com.br/fotografia-escola/](http://www.focusfoto.com.br/fotografia-escola/). Acessado em 16 de novembro de 2007.

3 Gisèle Freund. *Fotografia e Sociedade*. 2ª. Ed., Lisboa: Vega, 1995. P. 85, apud Cf. Baudelaire: Le Salon, 1859, *Le public moderne et La photographie*.

4 Joan Fontcuberta. *El Beso de Judas – Fotografía y Verdad*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2000, p. 26 (tradução do autor).

5 William Henry Fox Talbot. *The Pencil of Nature*. De Capo Press, 1969.

6 Termo derivado do grego *kalos*, que significa belo, e *typos*, que significa imagem, designava o processo negativo-positivo, também conhecido como talbótipo em menção ao seu inventor.

7 Cf. Beaumont Newhall. *The History of Photography*. New York: MOMA, 5<sup>th</sup> edition, 1997.

8 As *cartes de visite* foram desenvolvidas em 1854 pelo francês André Adolphe Eugène Disdéri (1819-1889) e se difundiram em larga escala até o início do século XX, contribuindo para a industrialização e intensificação da circulação de imagens no mundo. Consistiam geralmente em uma cópia fotográfica albuminada no formato de 9,5 x 6 cm, montada sobre um cartão rígido de 10 x 6,5 cm.

9 Rotogravura é um processo de impressão direta, cujo nome deriva da forma cilíndrica e do princípio rotativo das impressoras utilizadas. Os originais passam por um processo de reticulagem. Pode ser aplicada em diversos tipos de suporte e possui alta velocidade de impressão.

10 Cf. M. L. Sougez. *História da Fotografia*. Lisboa: Dinalivro, 2001.

11 Gisèle Freund. *Fotografia e Sociedade*. 2ª. Ed., Lisboa: Veja, 1995, p. 101.

12 Os fotógrafos viajantes foram personagens recorrentes em toda a segunda metade do século XIX, tecendo uma geografia de registros guiados por desejos específicos. Como saltimbancos, seguiam pela costa, adentravam o território, deslocando-se por terrenos acidentados, indo a lugares distantes, utilizando-se de todo meio de transporte necessário que permitisse carregar o pesado e incômodo equipamento de trabalho. O espírito de aventura que inebriava o imaginário de alguns profissionais nos itinerários estabelecidos ocultava o desejo real da maioria pela construção de uma geografia econômica que os conduzisse à auto-sustentabilidade por meio do ofício. Cf. Marjorie de Carvalho Fontenelle de Medeiros. *Santos: Militão e a Fotografia no Século XIX*, <http://www.novomilenio.inf.br/santos/ho351.htm>, acessado em 02 de dezembro de 2007. Sobre esse assunto ver também Boris Kossoy. *Origens e Expansão da fotografia no Brasil – Século XIX*. São Paulo: Funarte, 1980.

13 Roland Barthes. *A Câmara Clara: nota sobre a fotografia*. 2ª. Ed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 18.

14 O Impressionismo foi um movimento artístico surgido na França, no século XIX, que criou uma nova visão conceitual da natureza utilizando pinceladas soltas com ênfase na luz e no movimento. A presença dos contrastes, da natureza, transparências luminosas, claridade das cores, sugestão de felicidade e de vida harmoniosa, marcaram as obras deste movimento.

15 Helouise Costa e Renato Rodrigues da Silva. *A Fotografia Moderna no Brasil*. 2ª. Ed., São Paulo: Cosac Naify, 2004, p. 27.

16 Helouise Costa. *Pictorialismo e Imprensa: O caso da revista O Cruzeiro (1928-1932)* in FABRIS, Annateresa (org.). *Fotografia: Usos e Funções no Século XIX*, p. 291.

17 Op. Cit. 7.

18 “Na França, *Le Monde Illustré* teria estampado a primeira reprodução fotomecânica em meio-tom (reticulada), impressa pelo processo de zincogravura, em 10 de março de 1877. Para a maioria dos historiadores que já trataram do tema, no entanto, foi o periódico norte-americano *New York Daily Graphic* o primeiro a estampar uma fotografia reproduzida pelo processo de *meio-tom*, em 4 de março de 1880.” Cf. Joaquim Marçal Ferreira de Andrade. *História da Fotorreportagem no Brasil. A Fotografia na Imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900*. Rio de Janeiro: Elsevier. 2004, p. 205.



## CAPÍTULO 2

### MENTIRA INSTRUMENTAL, VERDADE DIALÉTICA

**O**bjeto de estudo desta dissertação, o fotojornalismo é historicamente considerado um documento, uma visão que tende a se cristalizar com a passagem do tempo e se afirmar como verdade inquestionável. Esse status advém, em grande parte, da crença em tudo o que pode ter sua existência comprovada pela visão. “Ver para crer”, como na máxima do apóstolo São Tomé.

Ao almejar ser um relato histórico, por conseqüência, o fotojornalismo é propagado pelas redações dos jornais, e geralmente aceito pelo senso comum, como uma fonte de informação imparcial, uma leitura neutra da realidade.

A palavra documento vem do latim *documentum*, que deriva de *docere*, que significa “ensinar, demonstrar”. Um documento implica na existência de um meio físico,

sobretudo gráfico, que comprove a ocorrência de um fato, a exatidão ou a verdade de uma afirmação. No meio jurídico, documentos são freqüentemente sinônimos de atos, cartas ou escritos que carregam um valor probatório. É por meio de documentos que a história é legitimada. “Não há história sem documentos”<sup>1</sup>, afirma SAMARAN.

Beaumont Newhall diz que a qualidade de autenticidade implícita na fotografia pode lhe conferir o valor de evidência ou prova, o que lhe imputa o valor de um documento. “Ao longo da história tentaram substituir a palavra ‘documental’ por ‘histórica’, ‘factual’, ‘realista’. No entanto, como a palavra documental contém todas estas qualidades, ela passou a vigorar como a melhor forma de se designar uma abordagem do mundo que abarque, inclusive, a subjetividade do ponto de vista”.<sup>2</sup>

A assimetria existente entre a representação fotográfica do real e a realidade em si, tal como foi sinalizada até aqui, faz com que a idéia da fotografia como um documento que ateste a *existência de um fato, a exatidão ou a verdade de uma afirmação*, no entanto, carregue consigo um paradoxo. Tal prerrogativa atenta justamente contra a pretensão do fotojornalismo em ser a assunção da verdade, como escreve Boris Kossoy:

A fotografia é uma forma de registro, não um aparelho detector de verdades ou mentiras. A matéria-prima da imagem fotográfica é a aparência – selecionada, iluminada, maquilada, produzida, inventada, reinventada – objeto da representação. A fotografia se refere, portanto, à realidade externa dos fatos, das fantasias e das coisas do mundo, e nos mostra uma

determinada versão iconográfica do objeto representado, uma outra realidade: a realidade fotográfica.<sup>3</sup>

O que vemos nessa realidade fotográfica, afinal? A aparência de um instante fugidio, uma captura de raios luminosos, um *flash* que emulsionou o suporte fotográfico em uma fração mínima de segundo, uma interrupção temporal do contínuo da vida, seqüestrada do passado e do futuro imediatos, subtraída de todo o contexto, do som, do cheiro e delimitada pelo espaço redutor do visor. E, no entanto, esta representação gestada por meio de tantos artifícios ópticos, assentada em base extremamente frágil, que mais oculta que revela o instante, é uma das formas mais contundente que o homem encontrou para documentar sua história. “Sem antes nem depois; é esse um dos aspectos mais fascinantes em termos do instante contínuo recortado da vida que se confunde com o nascimento do descontínuo do documento”, diz KOSSOY.<sup>4</sup>

Neste contexto, a possibilidade de rastreamos o passado por meio da pregnância do real contida na cópia fotográfica, na tentativa de decodificar a mensagem contida no *isto-foi*, apregoado por BARTHES, é sempre uma leitura que implica numa inversão do fluxo temporal. Este processo de restituição do passado não pode desprezar o fato de que o registro fotográfico agora faz parte do presente e será decodificado a partir de pressupostos sócio-culturais diferentes de quando ele foi criado.

A realidade do momento da captura do instante que ficou congelado na fotografia – *primeira realidade* – era uma. O momento em que tentamos decodificar seu conteúdo, é como atesta KOSSOY “uma outra realidade: a realidade do documento fotográfico”, na qual o referente ganha autonomia como imagem e serve de plataforma para interpretações diversas e distanciadas da que lhe originou, como menciona KOSSOY ao citar Jean Keim:

Se é possível recuperar a vida passada – primeira realidade – e se temos, através da fotografia, uma nova prova de sua existência, há na imagem uma *nova realidade*, passada, limitada, transposta.<sup>5</sup>

Em seguida Kossoy conclui:

Inicia-se, portanto, uma outra realidade, a do documento: a *segunda realidade*, autônoma por excelência. Inicia-se um outro processo: o da vida do documento.<sup>6</sup>

Em outras palavras é o mesmo que enfatiza Arlindo Machado:

A fotografia [...] não pode ser o registro puro e simples de uma imanência do objeto: como produto humano, ela cria, também com esses dados luminosos, uma realidade que não existe fora dela, nem antes dela, mas precisamente *nela*.<sup>7</sup>

A opção de analisar a produção do fotojornalismo contemporâneo - dentro do escopo proposto neste trabalho – por meio da teoria da *segunda*

*realidade* conforme estruturada pelo pesquisador Boris Kossoy, em cruzamento com outros teóricos, deu-se sobretudo por pensarmos que, no caso específico do fotojornalismo, mais que em outras modalidades da fotografia, o ruído provocado na mensagem entre emissor e receptor, e o conseqüente deslocamento de significado do conteúdo latente da imagem, que pode ser causado por diversos fatores, é ponto dos mais nevrálgicos na pretensa intenção do repórter-fotográfico e do veículo em afirmar a fotografia como um documento probatório dos fatos que marcam a história diária da humanidade.

Constituída até o momento por uma trilogia de livros teóricos, além de outras obras que tratam de temas que tangenciam essa teoria, a pesquisa de KOSSOY aprofunda as múltiplas relações entre o documento fotográfico e o complexo de informações do mundo visível.

Ao refletir sobre os mecanismos mentais que regem a percepção e a construção da representação fotográfica, seja na produção ou na recepção da mensagem codificada no signo, KOSSOY desvela o *processo de construção de realidades* e, por extensão, sua natureza ficcional, que se oculta na sua dupla condição de documento e representação, conforme se pode observar nesta passagem de um de seus textos:

[...] o fotógrafo constrói o signo, a representação. Nessa construção uma nova realidade é criada. Longe de lançarmos dúvidas quanto à existência/ocorrência do assunto representado, ou mesmo de sua respectiva aparência, devemos considerar que, do objeto à sua repre-

sentação, existe sempre uma transposição de dimensões *e de realidades*. O assunto uma vez representado na imagem *é um novo real*: interpretado e idealizado, em outras palavras, *ideologizado*. É óbvio que estamos diante de uma nova realidade, a da imagem fotográfica, que há muito chamei de *segunda realidade*<sup>8</sup>.

A *primeira realidade* é o contexto do assunto no momento exato do registro fotográfico. Refere-se, portanto, ao passado perdido no fluxo temporal do qual resta apenas o seu índice, sua marca luminosa que impregnou a superfície fotossensível contida na câmera fotográfica. Essa *primeira realidade* possui um entorno, a história que a gerou, as motivações que levaram ao ato fotográfico. Esta é a sua *realidade interior*, invisível na fotografia.

A *segunda realidade* está limitada à superfície bidimensional da imagem fotográfica. Desconectada do tempo-espaço que a gerou, trata-se da realidade da representação, da aparência do assunto retratado no passado. É a realidade do documento, uma *realidade exterior* que não se reporta mais à *realidade interior*, perdida no momento do registro.

A partir destes pressupostos, toda fotografia ao ser analisada (recepção) desencadeia, necessariamente, um *processo de construção de interpretação* na tentativa de decodificar o *processo de construção da representação* perpetrado pelo fotógrafo. Tanto na captura, quanto na decifração dos códigos contidos numa fotografia, portanto, concorre uma série de fatores de ordem cultural, estética e ideológica, seja do fotógrafo, seja de quem busca interpretar a imagem, que

findam por gerar um potente *processo de construção de realidades*, muitas vezes arbitrário e distante dos fatores que o constituíram no passado.

Essa súbita substituição da *primeira* pela *segunda realidade* nada mais é do que o processo de transformação do mundo visível e real em signo, ou como resume Fritz Kempe<sup>9</sup>, a fotografia se constitui no “signo da presença imaginária de uma ausência definitiva”.

Se todo registro fotográfico ao documentar uma cena, um instante, um episódio factual, irá pela sua própria gênese criar esta espécie de *novo real* ao transformar significados e a realidade tridimensional em um artefato bidimensional, entre outras alterações próprias do processo, como atribuir ao fotojornalismo a capacidade de atestar a existência das coisas no mundo e, mais ainda, a possibilidade dele ditar um ponto de vista tido comumente como totalizante, como verdade absoluta sobre este ou aquele tema específico?

Ao eleger um determinado ângulo de tomada da cena, um recorte operado por uma lente grande angular ou teleobjetiva, empregar luzes artificiais e demais aparatos possibilitados pelas inúmeras combinações de uma câmera, o fotógrafo faz opções técnicas calcadas na sua ideologia, na sua cultura visual e na sua leitura estritamente pessoal e subjetiva do tema que será representado na fotografia. Isso somado ao processo de edição, que inclui a legenda com a função de atribuir um significado à ação visível na imagem, além das correlações simbólicas que

surgem quando as fotografias são impressas junto a outros recursos gráficos, cria um campo propício para que a resultante desta equação possa, segundo Boris Kossoy, se transformar em *ficções documentais*:

[...] são muitas as possibilidades de manipulação elaboradas pelos meios de comunicação impressa. Desde sempre as imagens foram vulneráveis às alterações de seus significados em função do título que recebem, dos textos que 'ilustram', das legendas que as acompanham, da forma como são paginadas, dos contrapontos que estabelecem quando diagramadas com outras fotos etc. Tudo isso além de outras manipulações como a reutilização de uma fotografia para servir de prova numa situação diferente – e, por vezes, até antagônica – daquela para a qual foi produzida originalmente através, simplesmente, [...] da mera invenção de uma nova legenda ou título.

Obtém-se assim, por meio da composição imagem-texto, um *conteúdo transferido de contexto*: um novo documento é criado a partir do original visando gerar uma diferente compreensão dos fatos, os quais passam a ter uma nova trama, uma nova realidade, uma outra verdade. Mais uma ficção documental<sup>10</sup>.

Na mesma linha de raciocínio, o artista e teórico catalão Joan Fontcuberta pesquisa a origem da palavra ficção para deduzir que toda fotografia é uma invenção:

Contrariamente ao que a história nos incutiu, a fotografia pertence ao âmbito da ficção muito mais que ao das evidências. *Fictio* é o participio de  *fingere* que significa "inventar". A fotografia é pura invenção. Toda fotografia. Sem exceções.<sup>11</sup>

Toda fotografia pode ser uma ficção e toda ficção uma invenção. Isso, no entanto, não deve nos levar à conclusão apressada de que toda fotografia, por ser invenção, seja uma mentira. Segundo Walter Lippmann, “por ficções não quero significar mentiras. [...] Um trabalho de ficção pode ter qualquer grau de fidelidade, e enquanto o grau de fidelidade pode ser levado em conta, a ficção não é enganadora”<sup>12</sup>.

A fotografia, portanto, se estriba todo o tempo na ambigüidade entre não ser a afirmação cabal do real, posto que é uma construção fragmentada e ideologizada a partir dele, e tampouco a sua negação, uma vez que carrega consigo fisicamente o rastro luminoso, evidência de que o referente esteve em algum momento diante da câmera fotográfica. Pierre Francastel aponta esta ambigüidade tanto na produção quanto na recepção da imagem:

Ambigüidade porque jamais o signo coincide com a coisa vista pelo artista, porque o signo jamais coincide com aquilo que o espectador vê e compreende, porque o signo é por definição fixo e único e, também por definição, a interpretação é múltipla e móvel.<sup>13</sup>

Uma forma de os jornais tentarem conter essa ambigüidade própria do registro fotográfico por conta de sua natureza de *segunda realidade* é por meio do uso de legendas que tentam conferir ao registro uma objetividade que normalmente lhe escapa.

O uso da legenda tenta, assim, cercar o significado da imagem para que

ela não transborde para outros níveis possíveis de leitura que a composição das formas, da luz e das cores pode suscitar.

Uma fotografia produzida num determinado tempo-espço pode ter um significado claro para o grupo social no qual foi produzida e veiculada, mas ao ser descontextualizada pela passagem do tempo, ou ao ser vista por leitores que não estavam presentes no momento do registro ou que desconhecem o fato ali representado, esse significado pode sofrer mutações, se tornar flexível e incorrer em imprecisões.

Este desvirtuamento do seu sentido, próprio do registro fotográfico em sua *segunda realidade*, é uma conseqüência praticamente inevitável, mas que a imprensa tentar impedir, ou ao menos atenuar, por meio das legendas, para que a mensagem codificada na imagem não seja acometida de um ruído.

Diversamente da própria constituição da fotografia, portanto, o fotojornalismo se pretende objetivo, contundente, imutável. Para tanto, as legendas tentam conferir essa objetividade às imagens por meio da descrição da ação ocorrida no momento do ato fotográfico, o que muitas vezes leva a uma redundância entre verbo e imagem. A *Folha de S.Paulo*, por exemplo, em seu Manual de Redação, descreve da seguinte forma a função da legenda:

A boa legenda esclarece qualquer dúvida que a foto possa suscitar. Deve salientar todo aspecto relevante e dar informação adicional sobre o contexto em que ela foi tirada. Não deve simplesmente descrever aquilo que qualquer leitor pode ver por si só. A legenda fotográfica deve atender à curiosidade do leitor, que deseja saber o que ou quem aparece na foto, o

que está fazendo, onde está.<sup>14</sup>

Esclarecer as dúvidas que as imagens suscitam se ampara na necessidade de didatismo e da precisão da informação intrínseca aos veículos noticiosos, denotando o fato de a imagem tender a decodificações múltiplas do seu conteúdo pela recepção, o que dificulta, dentro do exercício do jornalismo e também no uso em obras científicas, por exemplo, que ela se constitua num documento prescindindo da informação verbal. O veículo precisa controlar a potência significante da imagem, como pontua Roland Barthes:

[...] toda imagem é polissêmica e pressupõe, subjacente a seus significantes, uma "cadeia flutuante" de significados, podendo o leitor escolher alguns e ignorar outros. [...] Desenvolvem-se, assim, em todas as sociedades, técnicas diversas destinadas a *fixar* a cadeia flutuante dos significados, de modo a combater o terror dos signos incertos: a mensagem lingüística é uma dessas técnicas. [...] o texto é realmente a possibilidade do criador (e, logo, da sociedade) de exercer um controle sobre a imagem: a fixação é um controle, detém uma responsabilidade sobre o uso da mensagem, frente ao poder de projeção das ilustrações; o texto tem um valor *repressivo* em relação à liberdade dos significados da imagem.<sup>15</sup>

Se a natureza polissêmica do registro fotográfico não pode avalizá-lo como uma ferramenta confiável para a comprovação de alguma ocorrência no mundo visível sem o uso do verbal, também é fato que as fotografias amplificam sobremaneira a leitura de um fato noticioso, conferindo-lhe concretude, proximidade com o eleitor e humanizando a reportagem. Se o fotojornalismo necessita do texto para lhe dar objetividade, o texto necessita da fotografia para

que a notícia ganhe uma leitura mais orgânica, sensorial, subjetiva.

Entre a objetividade esperada no fotojornalismo e uma certa tendência à abstração, o signo fotográfico desliza entre se afirmar como um documento e um registro descomprometido com essa função, binômio que reside em sua ambigüidade de ser ao mesmo tempo testemunho e criação, como nos lembra Boris Kossoy:

O testemunho e a criação são os componentes de um binômio indivisível que caracteriza os conteúdos das imagens fotográficas. [...] Toda fotografia representa o testemunho de uma criação. Por outro lado, ela representará sempre a criação de um testemunho.<sup>16</sup>

Entre a necessidade de testemunhar, reportar os fatos, constituir-se nos olhos críticos da sociedade, e a inevitabilidade da criação estética, ideológica e cultural do registro, o repórter-fotográfico deve, em todas as etapas do seu trabalho, atentar para o frágil limite entre criar uma inverdade e criar um relato que irá representar o fato da maneira que ele acredita ser a mais plausível de acordo com seus preceitos e, sobretudo com a sua ética, como lembra FONTCUBERTA:

Toda fotografia é uma ficção que se apresenta como verdadeira. Contra o que nos inculcaram, contra o que costumamos pensar, a fotografia mente sempre, mente por instinto, mente porque sua natureza não lhe permite fazer outra coisa. Mas o importante não é essa mentira inevitável. O importante é como o fotógrafo a usa, a quem intenciona servir. O importante, em suma, é o controle exercido pelo fotógrafo para impor uma direção ética a sua mentira. O bom fotógrafo é o que *mente bem a verdade*.<sup>17</sup>

No próximo capítulo será feito um levantamento de diversas possibilidades técnicas de que o repórter-fotográfico usufrui para abordar o seu objeto de representação, no contexto do fotojornalismo contemporâneo. Antes, porém, falaremos da conjuntura que levou ao “jornalismo de mercado”, fundamental para entender a aproximação do fotojornalismo a uma estética de caráter publicitário, que acirra ainda mais a discussão aqui iniciada acerca da realidade e ficção no registro fotográfico.

Ao discutir as questões técnicas e ideológicas envolvidas nessa trama, tentaremos demonstrar como a *segunda realidade* da fotografia é susceptível à manipulações de significados, e como tais intervenções podem tanto ferir a conduta ética que se espera dos profissionais da imprensa, como também ser uma importante ferramenta para que ele busque a expressão que julga mais precisa para reportar de forma enfática a sua leitura pessoal do fato. O processo que pode ser o da transformação de uma mentira instrumental numa verdade dialética, pensando a partir do que nos alerta FONTCUBERTA.

### 2.1. Fotojornalismo e Fotografia Publicitária: Fronteiras Diluídas

O uso da cor na imprensa remonta ao início do século XX, quando houve acentuado desenvolvimento dos parques gráficos, possibilitando o aparecimento das revistas chamadas de semanários ilustrados. Já a produção de filmes fotográficos coloridos só se tornou possível a partir de meados dos anos 1930, ou seja, quase um século depois da invenção oficial da fotografia.

O Kodachrome (filme para *slides*) foi lançado em 1935, tornando-se o primeiro filme colorido para amadores a fazer sucesso. Em 1942, a Kodak lançou o filme *Kodacolor* para impressão, o primeiro negativo colorido do mundo<sup>18</sup>.

A fotografia em preto-e-branco, já culturalmente assimilada como expressão da fotografia documental, continuou tendo a primazia na elaboração das imagens nesse campo mesmo após o filme colorido ter se aprimorado nos anos subseqüentes, com melhor resolução e maior amplitude da gama de cores.

Deve-se a esse lapso temporal entre a invenção dos filmes fotográficos em preto-e-branco e colorido, o paradoxo de a fotografia documental, que justamente intenciona representar de forma mais realista o referente, continuar sendo prioritariamente elaborada em preto-e-branco, com seus tons de cinza que tendem a abstrair a representação do mundo, em detrimento da fotografia colorida que estabelece uma relação mimética mais contundente com as cenas fotografadas, ao reproduzir com grande grau de fidelidade as cores tais quais elas são percebidas pelo olho humano.

Nos diários brasileiros a fotografia em preto-e-branco vigorou até meados dos anos 1990, quando ainda não existiam parques gráficos com capacidade de fazer uma tiragem diária em massa com páginas em quatro cores. A demora na reformulação e no investimento dos sistemas de impressão pela mídia diária indica também que a fotografia colorida na reportagem não era, até então, uma necessidade editorial, tampouco uma exigência dos leitores.

Quando as imagens dos anúncios publicitários<sup>19</sup> e das reportagens ainda



Imagem 15. Foto 01 e 02: Anúncios publicitários em junho de 1965, no jornal *Folha de S. Paulo*. Na falta da cor, o uso do desenho e de tipologias diferentes do espaço editorial do jornal, com fonte grande, eram alguns dos recursos utilizados para atrair a atenção do leitor.

eram em preto-e-branco, a publicidade buscava atrair o leitor sobretudo pelo uso de recursos textuais que pela imagem ou por soluções gráficas verbo-visuais ao utilizar tipologias diversas, sempre bem destoantes das utilizadas pelos veículos na parte editorial com corpos grandes e em negrito, por exemplo. Esta era a forma que as agências de publicidade possuíam para chamar a atenção do leitor. A imagem fotográfica, para a publicidade, não era tão valorizada como viria a ser a partir da implantação das quatro cores na impressão.

Segundo os arquivos do Banco de *Dados da Empresa Folha da Manhã S.A.*, a



Imagem 16. Foto 01 e 02: Como a reprodução das fotografias pelo jornal não era de boa qualidade, os anunciantes optavam na maioria das vezes por uma representação feita por meio de desenhos. Desta forma, mesmo convivendo com as imagens jornalísticas numa mesma página, o espaço editorial e o publicitário permaneciam bem demarcados.

primeira transmissão de uma foto colorida pelas agências internacionais para um jornal brasileiro ocorreu em 24 de julho de 1959. A foto apareceu na primeira página da *Folha da Manhã* - que depois se tornaria *Folha de S. Paulo* - acompanhada pelo seguinte texto:

Esta é a primeira radiofoto em cores publicada na imprensa em São Paulo: Miss Estados Unidos, Srta. Terry Lynn Huntington, de 19 anos, concorrente ao certame de Long Beach. A transmissão desta foto, para cujo lançamento no Estado as FOLHAS têm primazia, foi feita de Nova Iorque para a United Press International. Consiste o processo na reprodução de três fotos, correspondentes às três cores básicas: vermelho, azul e amarelo. Recebidos aqui, esses três originais vão ao laboratório fotográfico, são revelados e fixados a um só tempo. A seguir, a parte técnica passa para os cuidados da seção de gravura (feitura dos clichês), onde é levado a efeito um trabalho delicado devido à dificuldade do ajuste das três peças e mais uma quarta, correspondente ao preto. A partir daí, o trabalho segue os trâmites normais para a impressão.<sup>20</sup>

Em 1968, o jornal *Folha de S. Paulo* utilizou pela primeira vez fotos coloridas no caderno de *Turismo*. Tratava-se de responder a uma necessidade comercial. Para as agências de turismo, anunciar o sonho de uma viagem para locais idílicos em preto-e-branco se constituía num problema. Era necessário o auxílio da fotografia colorida para mostrar a cor do céu, do mar, das montanhas e,



Imagem 17. Capa da *Folha da Manhã* com a primeira radiofoto colorida publicada por um jornal brasileiro, em 1959.

claro, do pôr-do-sol, fundamental para ativar o consumo do turismo. Fechado com bastante antecedência e rodado em gráfica contratada, este caderno era responsável por parte significativa da receita publicitária do jornal.

A partir daí, a cor começou a surgir esporadicamente em coberturas especiais na *Folha*, como no incêndio do edifício Joelma, no centro de São Paulo, em 1974, e na primeira visita do Papa João Paulo II ao Brasil, em 1981. Nos anos 1980 as coberturas de carnaval também passaram a ter um caderno com fotografias coloridas.

Esse mesmo fenômeno do desenvolvimento da cor na mídia impressa já havia sido detectado décadas antes nas revistas ilustradas, como afirma Liz Wells:

Por volta de 1960 começam a surgir novos tipos de revistas e suplementos. Muitas delas eram edições totalmente coloridas que continham muitas fotografias onde o objetivo principal era a publicidade voltada a vender coisas, mais que a própria notícia.<sup>21</sup>

Mas foi apenas em 1992 que a *Folha de S. Paulo* renovou seu parque gráfico para possibilitar a impressão a cores nas fotografias,



Imagem 18. Capa da *Folha de S. Paulo* com imagens coloridas do incêndio do edifício Joelma

que começaram a ser usadas nas fotos da primeira página. Aos poucos, acompanhando a evolução técnica e as exigências do mercado, a cor foi migrando para as páginas internas e, assim como as fotografias, as artes e os anúncios passaram a ser feitos em quatro cores. A modernização das rotativas capacitou os jornais a entrar efetivamente na concorrência acirrada pelas verbas publicitárias destinadas prioritariamente à mídia televisiva.

Surgia assim o fenômeno designado de "jornalismo de mercado", termo pelo qual ficou conhecido o jornalismo impresso praticado a partir dos pressupostos elaborados pela consultora de mercado Ruth Clark. Ao perceber o declínio do número de leitores dos periódicos noticiosos na transição dos anos 1970 para 1980 nos Estados Unidos, que coincide com um desinteresse generalizado pela política e o aumento gradativo de audiência das redes de TV, que haviam melhorado substancialmente o padrão das transmissões de programas a cores<sup>22</sup>, CLARK propõe uma série de alterações no corpo editorial dos jornais impressos.

A consultora sugere aos preocupados empresários da mídia impressa mudanças drásticas visando o interesse desse público que havia claramente mudado de perfil. Segundo ela, os leitores estavam mais interessados em consumir um jornalismo de serviços e entretenimento que uma mídia reflexiva. Em sua tese de doutorado, Celso Bodstein situa o jornal norte-americano *USA*

## CAPÍTULO 2 MENTIRA INSTRUMENTAL, VERDADE DIALÉTICA

64

*Today* como o precursor desta nova vertente:



Imagem 19. Reproduções das capas de duas edições do jornal *USA Today*

A reflexão se transformou em espetáculo imagético, levada ao extremo, nos anos 80 do século passado, com o lançamento, nos EUA, do surpreendente jornal diário *USA Today* – propagador das novidades que, em nome de agregar leitores canonizou um jornalismo de menor densidade, pouco reflexivo, de rompimento com a historicidade e com a hermenêutica. No Brasil, o modelo foi assimilado pela *Folha de S. Paulo* através da criação do 'Projeto Folha'.<sup>23</sup>

Uma tendência natural dos veículos que adotaram essa linha, foi a de passar a organizar suas ações, sejam editoriais ou de marketing, a partir de pesquisas de mercado. “Estabelece-se assim a relação redação-marketing-publicidade, gerando jornais coloridos, espetacularizados”<sup>24</sup>.

A parte mais visível desta nova forma de noticiar, a partir desses parâmetros, foi a substancial diminuição dos textos, a criação de *boxes* explicativos e olhos gráficos para que a leitura se tornasse mais dinâmica, além de uma forma direta de narração dos fatos condensando nos dois

primeiros parágrafos – *lide e sublide* – a síntese da informação que passou a ser adotada nas redações dentro do esquema “o quê?, quem?, quando?, onde?, como? e por quê?”.

Aliado a essas mudanças os jornais alteraram sensivelmente sua apresentação visual, utilizando a cor para demarcar colunas e criar uma nova espacialização da página editorial com fios, gráficos e diversos outros recursos, como sinaliza Pepe Baeza:

O desenho absorve, por decisão empresarial, competências correspondentes a edição gráfica porque em sua expressão etimológica desenho vem de "desígnio" e, no coração financeiro, o desígnio dos meios consideram a imprensa como produto e seu conteúdo como mercadoria.<sup>25</sup>

Neste ambiente, a fotografia passou a ser editada em maiores proporções e a ter uma estética impositiva e impactante que ainda não havia experimentado na mídia impressa.

Como já havia ocorrido em outros locais e em outros momentos, os maiores jornais diários brasileiros incorporaram a cor por um conjunto de fatores: adequar-se aos novos tempos e tentar estancar a sangria dos anunciantes para a televisão, readequar-se à nova realidade empresarial e econômica e, claro, para atender à pressão do mercado publicitário. Afinal, uma fotografia em preto-e-branco de um produto anunciado tende a ser bem menos sedutora e de menor visibilidade na página do periódico que uma imagem colorida que o mostre tal qual ele será encontrado na loja ou na prateleira do supermercado.

É importante para as empresas garantir que os consumidores identifiquem os produtos no comércio sem confundi-los com as marcas concorrentes, como diz John Berger ao comentar o surgimento da fotografia colorida:

Ultimamente, um novo avanço técnico veio facilitar a tradução da linguagem da pintura a óleo em clichês publicitários. Foi a invenção, há cerca de quinze anos, da fotografia a cores. Esta fotografia pôde reproduzir a cor, a textura e a tangibilidade dos objetos como só a pintura a óleo soubera fazê-lo. [...] Ambos os media utilizam meios semelhantes, poderosamente táteis, de atuar sobre a impressão que o espectador tem de adquirir a coisa real representada pela imagem. Em ambos os casos, a sua sensação de quase poder tocar o que está na imagem recorda-lhe que pode possuir, ou possui, a coisa real.<sup>26</sup>

Tão logo os primeiros anúncios em cores começaram a ser publicados, com grande ênfase nas fotografias que intencionavam vender produtos ou



Imagem 20. Foto 01 e 02: Neste exemplo vemos anúncios de eletrodomésticos em 1968 e em 2007. Na foto 01 os aparelhos são representados por desenhos mantendo uma clara diferenciação das páginas editoriais. Na foto 02, os eletrodomésticos são representados por meio de fotografia colorida e com uso de cores primárias. A escala e a preponderância da cor inibem a fotografia que acompanha a reportagem sobre cinema na China.

serviços, percebeu-se na redação da *Folha de S. Paulo* que o limite entre os dois espaços, publicitário e editorial, havia se tornado bastante tênue. A editoria de fotografia, onde atuávamos na época, foi a primeira a perceber e a se manifestar internamente sobre o assunto. Além desse fator, aumentou em muito a oferta de anúncios por parte das agências de publicidade, no mesmo período em que, na segunda metade da década de 1990, o aumento do dólar encareceu a importação de papel jornal para os veículos nacionais, provocando o enxugamento do espaço editorial. Assim as fotografias editoriais foram diminuindo em quantidade e tamanho, enquanto proliferavam as imagens impactantes da publicidade, panorama este que continua o mesmo até os dias de hoje.

Neste novo contexto, ficava cada vez mais difícil, sobretudo para o leitor menos habituado à leitura diária de jornais, distinguir, por exemplo, entre a fotografia de um supermercado, feita por um repórter-fotográfico, para ilustrar uma reportagem sobre algum índice econômico e uma fotografia publicitária de uma determinada rede de supermercados editada na mesma página.



Imagem 21. Foto 01 e 02: Nestes dois exemplo as imagens publicitárias realizadas com modelos ocupam de forma agressiva as páginas do jornal obrigando a redação a acomodar as reportagens nos espaços restantes. As imagens jornalísticas perdem espaço e se tornam quase ilegíveis diante do apelo visual da publicidade.

Entre agosto de 1996 e dezembro de 2001 a *Folha de S.Paulo*, com a finalidade de tabular o efeito e a repercussão dos principais temas do noticiário abordados pelo jornal junto aos seus leitores, passou a realizar o *Datadia*<sup>27</sup>, uma pesquisa feita diariamente por telefone com cerca de duzentos leitores escolhidos

aleatoriamente num universo de seis mil assinantes. Entre diversas perguntas, o pesquisador inquiria o leitor para saber qual fotografia da edição ele considerava a melhor e a que mais lhe havia chamado a atenção. Muitas vezes a fotografia mais votada

Imagem 22. Seções sobre temas específicos com periodicidade regular geralmente surgem no jornal quando o setor de marketing do veículo detecta que há uma oferta de anúncios específicos para um determinado setor que pode alavancar a receita do periódico e a redação julga sua implantação de relevante interesse jornalístico. No exemplo aqui demonstrado, a convivência estreita entre a redação e o marketing fica bastante visível. Sob o título *Fome de Bola*, a *Folha de S.Paulo* realizou reportagem sobre os hábitos alimentares dos torcedores de futebol nos estádios brasileiros, para a seção de gastronomia do caderno *Ilustrada*, publicada em 25 de outubro de 2007, com a imagem de uma cozinheira mostrando um prato de comida. Ocupando 1/4 da página, está o anúncio de uma marca de alimentos com a foto de uma criança lambuzada de molho de tomate. Ambas as fotografias parecem pertencer à reportagem.

pelo grupo de assinantes era uma imagem publicitária, em detrimento de todas as fotografias editoriais com os acontecimentos do dia anterior. Chamavam a atenção dos leitores do diário sobretudo fotografias de modelos femininos em algum anúncio de grife de moda.

Para amenizar essa confusão entre “igreja e estado”, como se costuma dizer no jargão da redação, a *Folha* passou a adotar um fio gráfico ao redor do anúncio com a finalidade de separar fisicamente o espaço entre ambos.

A fotografia publicitária é realizada, tecnicamente, dentro de elevados padrões de excelência, seja pelo uso de luz artificialmente construída para denotar uma atmosfera específica, seja pela escolha de belos modelos contratados junto a agências, ou mesmo pelo uso da imagem de celebridades. Geralmente essas imagens surgem a partir de um esboço de um diretor de arte que determina exatamente como será a imagem final, cabendo ao fotógrafo o trabalho de transformar o esboço em fotografia.

Buscam-se, nessas



Imagem 23. Anúncios em grande escala e fazendo uso de cores primárias dificultam a legibilidade das fotos editoriais, menores e com cores menos impactantes.

70

imagens fabricadas em laboratório, formas de atração, de captura da atenção do leitor. A persuasão é o mote. São imagens que partem de um conceito sobre o imaginário coletivo e tentam, desta forma, falar diretamente aos anseios do leitor-consumidor, como escreve o fotógrafo e publicitário italiano Olivieri Toscani:

A publicidade não vende produtos nem idéias, mas um modelo falsificado e hipnótico da felicidade, com o intuito de seduzir um grande público com um modelo de existência cujo padrão exige uma renovação constante de todos os objetos do dia a dia. A publicidade oferece aos nossos desejos um universo subliminar que insinua que a juventude, a saúde, a virilidade, a feminilidade dependem daquilo que compramos.<sup>28</sup>



Imagem 24. Foto 01: capa do caderno *Ilustrada*, da *Folha de S.Paulo*. 20 ago 2004; Foto 02: capa do mesmo caderno na edição de 26 out 2007

A estratégia de persuasão se dá pelas promessas de felicidade extrema e rápida propiciada pelo consumo deste ou daquele produto, indicado pela atriz da novela da moda ou pelo jogador de futebol de maior visibilidade no

campeonato, ou mesmo pelas gotículas escorrendo pela garrafa da cerveja que denotam o quão refrescante é a bebida. Todas essas forças de atração, imagens indiciais óbvias, ficam implícitas na imagem publicitária.

Roland Barthes, no texto intitulado *A Retórica da Imagem*, classifica a imagem publicitária como sendo um signo de leitura facilitada pela mensagem direta que ela produz:

[...] em publicidade, a significação da imagem é, certamente, intencional: são certos atributos do produto que formam *a priori* os significados da mensagem publicitária, e estes significados devem ser transmitidos tão claramente quanto possível: se a imagem contém signos, teremos certeza que em publicidade, esses signos são plenos, formados com vistas a uma melhor leitura: a mensagem publicitária é *franca*, ou pelo menos enfática.<sup>29</sup>

A necessidade da publicidade em gerar imagens enfáticas, como diz Barthes, reverbera diretamente no investimento da indústria fotográfica em tecnologia de ponta, com equipamentos e *softwares* que geram imagens de grande qualidade pictórica e programas capazes de produzir manipulações de toda ordem nos elementos compositivos da fotografia.

Todo este arsenal à disposição da imagem publicitária faz com que ela seja, do ponto de vista do acabamento estético, geralmente mais sedutora aos olhos do leitor que a maioria das imagens produzidas diariamente pelo corpo de repórteres-fotográficos de um jornal, que não trabalha em situações tão favoráveis

para obter imagens tecnicamente com a mesma qualidade, independentemente do assunto que estejam cobrindo para o jornal.

Por sua natureza, as fotografias de *hard news*<sup>30</sup> nem sempre são bem iluminadas ou bem compostas, podendo incorporar uma série de ruídos, como o desfoque ou cenas em movimento, que por um lado pode lhes conferir a veracidade e a credibilidade comumente atribuídas aos instantâneos de flagrantes, mas nem sempre colaboram para uma plasticidade bem acabada.

As reportagens coloridas, desde sua implantação, pediam uma nova forma de representação. Se na fotografia em preto-e-branco a leitura é tanto melhor quanto mais clara for a organização interna dos volumes, linhas e formas, na fotografia colorida são outros os elementos que concorrem para capturar o olhar do leitor.

A história da publicidade e da fotografia voltada para o anúncio mostra que o uso de cores primárias saturadas, assim como a exploração de primeiros planos fortes que fujam um pouco, ou muito, do ângulo de visão comum das pessoas, tende a causar um maior impacto entre os leitores-consumidores.

Além da mudança na representação por força da diferença de linguagens entre o preto-e-branco e a cor, estava embutida neste processo a necessidade que os repórteres-fotográficos passaram a ter de concorrer com as imagens publicitárias impressas ao lado das suas fotografias nas páginas do jornal. Era

necessário resgatar o leitor que votava seguidamente nas imagens publicitárias na pesquisa *Datadia*. Tratava-se agora de uma adequação natural ao “jornalismo de mercado”, preconizado por Ruth Clark.

Vários fotógrafos começaram, então, a trazer para as redações dos jornais uma abordagem que a essa altura já imperava nas revistas semanais. Passou a ser comum ouvir de alguns editores o pedido de fotografias com um caráter mais “revistoso”, ou seja, com melhor acabamento, composições mais impositivas, etc.

Para ter êxito nessa empreitada o repórter-fotográfico começou a lançar mão da tecnologia, que a indústria, em paralelo, passou a oferecer às redações. Um exemplo foi a possibilidade de trabalhar com dois flashes em sincronia, graças à adoção de foto-células<sup>31</sup> que chegaram ao mercado nos anos 1990, fazendo explodir uma combinação de possibilidades de uso de luzes, que somada à criatividade dos fotojornalistas estreitou ainda mais o já tênue limite entre uma abordagem mais documental do fato noticioso e outra, que tendia a uma configuração mais espetacularizada, exibindo os fatos a partir de uma visada que tende a ressaltar a forma, a cor, o inusitado, como é de praxe nas imagens de campanhas publicitárias.

Com dois ou mais *flashes* funcionando em sincronia, o fotógrafo passou a ter uma espécie de estúdio fotográfico portátil com capacidade de gerar soluções

para qualquer situação na qual ele quisesse “criar uma luz” em substituição à luz natural dos ambientes. Nessa situação, o primeiro *flash* geralmente é utilizado para iluminar o assunto principal, o personagem a ser retratado, por exemplo, enquanto o segundo *flash* tem a função de iluminar o ambiente. Aos poucos alguns repórteres-fotográficos passaram a adotar gelatinas (filtros) coloridas ou um papel celofane, em um ou em ambos os *flashes*, para assim, literalmente, pintar o elemento da cena previamente selecionado.

Assim, se o fotógrafo vai realizar o retrato de uma pessoa numa sala toda branca, por exemplo, e julga que a fotografia ficaria mais interessante se as paredes fossem vermelhas, basta colocar a gelatina desta cor na saída de luz do segundo *flash* e a sala assumirá a cor, na representação fotográfica.

Alguns autores sugerem que tal atitude pode ferir o estatuto documental do fotojornalismo, ao gerar um ruído na mensagem ocasionado pelo excesso de maneirismos do repórter-fotográfico, como afirma Edgar Roskis<sup>32</sup>: “Nesta tarefa onde trata-se muito mais de pintar que descrever, o autor prima sobre o assunto, o estilo sobre o objeto, a composição sobre o documento”, para em seguida citar o fotógrafo Gilles Saussier: “Nestas fotografias, não é tanto o mundo que aprendemos a conhecer mas o estilo dos autores que buscamos reconhecer”.

A fim de perceber o trânsito que essa fotografia que se referencia à estética publicitária opera, vale a pena atentar para a classificação das imagens de acordo com a distribuição em seus canais específicos, criada pelo teórico Vilém Flusser:

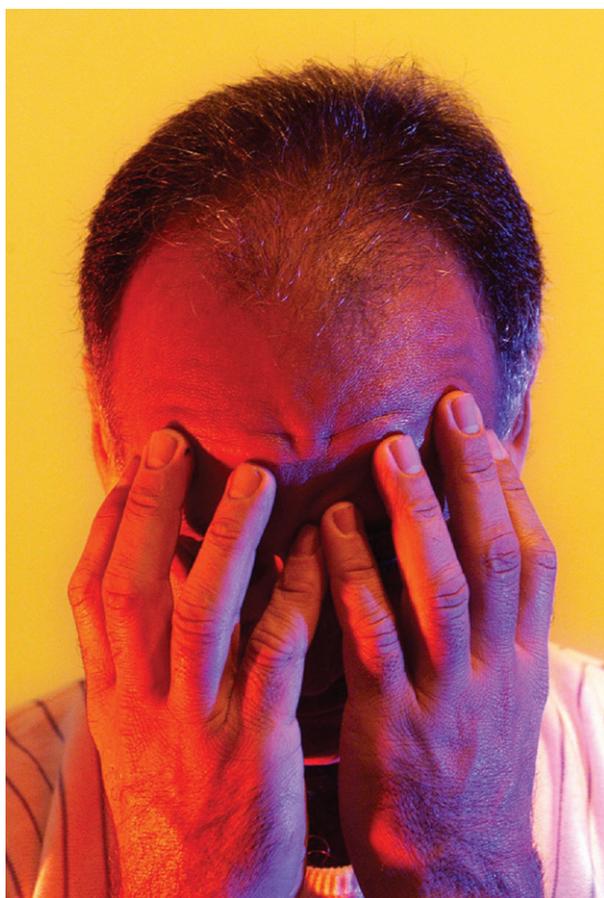
[...] jornais diários e livros científicos são canais para fotografias *indicativas*; propagandas, comerciais e políticas são canais para fotografias *imperativas*; revistas, exposições e museus são canais para fotografias *artísticas*. Ao passar de um canal para outro, a fotografia muda de sentido, de significado e de ideal.<sup>33</sup>

As imagens *imperativas*, nas quais se inclui a publicidade, tendem a não deixar lacunas interpretativas na sua forte indicialidade. É um discurso enfático, de significado claro dirigido à leitura dinâmica, que evita a ambigüidade, para estabelecer o jogo de sedução da publicidade. Todo o quadrante da imagem deve ser composto meticulosamente – geralmente é pré-definida na agência de publicidade - de forma a não sobrar ou faltar nenhuma informação que possa causar um ruído na emissão da mensagem.

As imagens *indicativas*, nas quais se incluem o fotojornalismo, podem ser menos enfáticas, menos impositivas e permitem um enquadramento que incorpore em seu campo vestígios de pessoas, cenários e histórias que não pertençam ao foco principal da reportagem, mas que ajudam a constituir a idéia do extra-quadro, o que contribui para a afirmação de que a imagem é um recorte do real.

A seguir temos dois exemplos de fotografias que se utilizam da técnica de dois *flashes*, com uso de gelatina colorida, realizadas pelo repórter-fotográfico

Fabiano Accorsi para o jornal *Folha de S.Paulo*. Na primeira, com a clara intenção de transmitir o drama do personagem que adquiriu síndrome de pânico por causa do desemprego, o fotógrafo se valeu de luzes vermelhas para iluminar o rosto. A luz vermelha somada à direção cênica que levou o personagem a colocar as mãos escondendo o rosto – providencial também para não revelar a identidade do personagem – faz um contraste bastante acentuado com o amarelo do fundo, propiciado pelo segundo *flash* também com celofane. Essa luz e



pose teatralizadas visam traduzir de forma inequívoca, redundante até, o sofrimento do personagem.

Na segunda fotografia, vemos uma mãe com seus filhos gêmeos gerados por fertilização artificial. Ao chegar à casa da entrevistada, ACCORSI soube que a mesma possuía um vídeo com o momento do parto. Com a cena escolhida congelada no televisor, ele criou novamente um jogo de luzes que julgou apropriado para o enfoque da reportagem. Desta vez uma mistura de vermelho e verde, provavelmente com o

Imagem 25. O desempregado Rubens Vieira, que adquiriu síndrome de pânico e está com problemas de impotência. São Paulo, 13 ago 2001. Fabiano Accorsi/Folha Imagem.

intuito de remeter a cena aos filmes de ficção científica, desloca bastante o que vemos do que seria de fato o ambiente da casa da família.

Esse tipo de estetização das imagens fotográficas denota a busca por um impacto extra na visualidade das mesmas e aponta para a diluição das fronteiras entre fotografias publicitárias e jornalísticas, que passam a ser regidas pela mesma lógica construtiva. Como aponta FLUSSER, o fotojornalismo operado dentro desses cânones está se deslocando do seu canal *indicativo* para o canal *imperativo*



Imagem 26. Luciana Suetake, mãe por fertilização artificial, com seus filhos gêmeos, Pedro e Maria Luisa, assiste seu parto no vídeo. Fabiano Accorsi/ Folha Imagem.

das imagens da propaganda. Essa mudança pode sinalizar um modo de produção de imagens na mídia impressa contemporânea que permuta a idéia de reportar um fato noticioso pela idéia de se criar um invólucro estetizado para os fatos abordados. Em outras palavras, é uma imagem que busca vender a notícia, mais que reportá-la.

Esta constatação, no entanto, não deve ser vista necessariamente como uma crítica que põe seu foco unicamente no fotojornalismo contemporâneo. Este,

afinal, é uma decorrência de diversos fatores sócio-culturais que formataram a representação visual do mundo por meio deste viés espetacularizado e das notícias como mercadoria a serem vendidas. Trata-se de uma conjuntura, não de um sintoma percebido unicamente no fotojornalismo. É por meio do espetáculo, e só dele, que passamos a entender o mundo que nos cerca, como sentença DEBORD: “O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo”<sup>34</sup>.

Nos próximos três exemplos é possível perceber uma construção que sinaliza esse câmbio do canal *indicativo* para o *imperativo* com uma tendência a espetacularizar a cena.

Na imagem dos garotos saltando com seus novos tênis fica difícil distinguir se a mesma foi produzida para o fabricante do produto com a finalidade de divulgá-lo ou se foi realizada para uma matéria jornalística. O uso do flash combinado com a luz natural e a aparente euforia dos garotos, além da escolha do cenário que priorizou um lugar alto da cidade para que alguns prédios ficassem abaixo dos garotos durante o salto, efeito reforçado pelo uso da lente grande angular, possui todos os atributos necessários a uma imagem publicitária.

A fotografia de um rapaz com sua bicicleta, próximo de uma árvore durante um pôr-do-sol, ilustrou uma reportagem para falar do programa *UNICAMP de*

*Portas Abertas*, em 2006. A imagem acrescenta pouca ou nenhuma informação de relevância jornalística à reportagem. Utilizando o clichê da imagem dourada pela contraluz do entardecer, o fotógrafo e o veículo acabam fazendo uma espécie de promoção da universidade, vendendo a idéia de um sonho dourado, de paz e tranquilidade, como é comum em publicidades de condomínios, por exemplo.

A reportagem que descrevia as ações do Grupo de Operações Especiais da Polícia Militar do Estado de São Paulo, motivada pelo sucesso do filme *Tropa de Elite*<sup>35</sup>, foi ilustrada por uma suposta reunião do grupo na sala de inteligência



Imagem 27. Leonardo Paschoa e André Arnoni testam o Big Jump, tênis que possibilita que as crianças dêem pulos altos. São Paulo, 10 set 2007. Bruno Miranda/Folha Imagem. Fotografia publicada no caderno *Equilíbrio* do jornal *Folha de S.Paulo*, em 13 set 2007, p. 4.

CAPÍTULO 2 MENTIRA INSTRUMENTAL, VERDADE DIALÉTICA



**Imagem 28. Estudante no Campus da Unicamp, em Campinas. Nos próximos dias a universidade receberá cerca de 60 mil alunos de cursinhos e do ensino médio para a quarta edição do evento Unicamp de Portas Abertas. 25 ago 2006. Bruno Miranda/Folha Imagem.**

da polícia. A fotógrafa utilizou uma luz azulada sob a mesa de vidro para obter um resultado pictórico original e de forte impacto visual, com os policiais e o ambiente ganhando uma tonalidade azulada que remete à estética de filmes, sobretudo de origem norte-americana, sobre o tema.

Em alguns momentos observamos também um movimento contrário curioso, no qual as fotografias publicitárias é que se espelham nas imagens do fotojornalismo. Para se aproximar dos consumidores por outra via, a do realismo, a publicidade utiliza por vezes fotografias feitas originalmente para a imprensa,



Imagem 29. O delegado do GOE (Grupo de Operações Especiais), Luiz Antonio Pinheiro conversa com policiais do seu grupo na sala de inteligência, onde o grupo planeja estratégias projetando mapas e desenhos. São Paulo, 16 mai 2007. Marlene Bergamo/Folha Imagem.

como no célebre caso das campanhas publicitárias da marca *Benetton* criadas pelo fotógrafo Olivieri Toscani. Uma das campanhas mais marcantes foi a que utilizou a imagem vencedora do *World Press Photo 1991*, na qual a fotógrafa Therese Frare flagrou para uma reportagem publicada na *Life Magazine* o ativista David Kirby,



Imagem 30. Fotografia de reportagem sobre a Aids, de autoria de Therese Frare, utilizada em campanha publicitária da Benetton

portador do vírus da AIDS, no leito do hospital, rodeado por sua família, momentos antes de sua morte.

Neste caso a publicidade se vale do realismo e da dramaticidade das imagens produzidas no contexto do jornalismo, em contraponto ao mundo ideal da publicidade, para agregar um impacto inesperado. A atração exercida

junto ao leitor se dá pelo deslocamento

de percepção, pela identificação e humanização advindas das imagens do mundo real.

No último exemplo a seguir, vemos uma fotografia feita na cidade de Lindóia, no estado de São Paulo. O uso combinado de *flash* em primeiro plano somado à luz da iluminação pública, mais a opção do fotógrafo pela longa exposição – visível por pontos em movimento na imagem – conferem à representação fotográfica uma visualidade lúdica e diferente em relação ao que os olhos humanos normalmente conseguem apreender.

Com o emprego dessas técnicas combinadas o céu escuro fica mais claro e com um azul intenso, a luz das janelas dos apartamentos ganha em intensidade, o contorno da arquitetura fica mais delineado e a luz amarelada domina a cena com tons mais quentes. Há uma nítida alteração da atmosfera real e o ganho de uma estética com ares cinematográficos.

Esta visibilidade perfeitamente composta e repleta de elementos que chamam a atenção pela sua estética excessivamente elaborada, no entanto, pode resultar numa leitura de superfície, de assimilação fácil e descartável, como pontua Roland Barthes:



Imagem 31. Crianças no Conjunto Habitacional Ernesto Tardeli na cidade de Lindóia, município no qual o candidato à presidência pelo PSDB, Geraldo Alckmin, teve a maior vantagem do Estado em relação ao presidente Lula. Lindóia (SP), 06 out 2006. Bruno Miranda/Folha Imagem.

Outros fotógrafos quiseram surpreender-nos, não conseguindo chocar-nos, mas o erro de princípio é sempre o mesmo; esforçaram-se, por exemplo, por captar, com grande habilidade técnica o momento mais raro de um movimento, o seu ponto extremo, o vôo de um jogador de futebol, o salto de um esportista ou a levitação dos objetos numa casa assombrada. Mas aqui, também, o espetáculo, embora direto e não composto de elementos contrastados, permanece construído demais; captar um instante único parece gratuito, intencional demais, fruto de um desejo de linguagem incomodativo, e estas imagens perfeitas não produzem nenhum efeito sobre nós; o interesse que sentimos por elas não vai além do tempo de uma leitura instantânea: não ressoa, não perturba, a nossa recepção fecha-se rapidamente demais sobre um signo puro; a visibilidade perfeita da cena, a sua informação dispensa-nos de receber em profundidade o escândalo da imagem; reduzida ao estado de pura linguagem, a fotografia não nos desorganiza.<sup>36</sup>

Na mesma linha de pensamento, que aponta para um esgotamento da fotografia de imprensa que prima pela estética rebuscada em detrimento de seu valor informativo e noticioso, escreve Edgar Roskis:

[...] as dezenas de milhares de imagens produzidas a cada dia no mundo se agregam às dezenas de milhões de imagens conservadas nos estoques de arquivos para fins de reciclagem. A esperança de realizar fotos singulares se reduz, portanto, com o decorrer do tempo. Recorrendo-se a um sistema esgotado de modelos narrativos, de composições, enquadramentos, uso de efeitos, as reportagens tendem a se assemelhar, a se referir umas às outras muito mais que ao seu objeto, em um jogo de espelho iconográfico onde o desafio não é mais a realidade, a narração da história ou ao menos a história, mas o jogo em si mesmo.<sup>37</sup>

Se o desafio do repórter-fotográfico contemporâneo começa a migrar da

função de trazer à tona imagens do real, com o intuito de informar, para se deter no jogo especular de produção de imagens repleta de maneirismos, como assinala ROSKIS, ou para construir uma visão espetacularizada do mundo, como diz BARTHES, então podemos inferir que essa geração de imagens, que recrudesce a partir da adoção da fotografia colorida na mídia impressa, da concorrência com a televisão, da aproximação com a estética da fotografia publicitária em função da adoção do modelo de “jornalismo de mercado”, é um subproduto da lógica que engendra a sociedade do espetáculo, na qual o *monopólio da aparência* tem a primazia sobre informação e conteúdo, tal como descreve o teórico Guy Debord:

O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que por princípio ele exige é da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência.<sup>38</sup>

Esse mundo das aparências e da transformação da informação em mercadoria, apregoado por DEBORD, induz a filósofa Olgária Mattos a concluir, a partir de uma perspectiva marxista, que o espetáculo ao substituir o mundo real por imagens estaria nos levando a uma *experiência alucinatória*:

O mundo moderno é caverna ao ar livre onde tudo se mostra e se expõe. Cultua as aparências, cultiva ilusões pela imitação-falsificação múltipla

e variada de objetos e situações, criando simulacros - dimensão própria a experiências fantasmáticas, como fantasmagórico é também o mundo fetichista das mercadorias.

Platão e Marx, por diferentes razões, revelam um modo de autonomização das imagens com respeito à realidade que pretendem substituir - e isso, em um sentido limite, é experiência alucinatória: "O espetáculo é inimigo da verdade a ponto de ser o reino da loucura" (pág. 178). O espetáculo moderno é o das imagens abstratas e da abstração do "mundo real".

Capturado na rede do sistema que produz mercadorias e desrealização (Entwirklichung), o espetáculo reduz a experiência - qualitativa, única e não-intercambiável - à vivência pontual e sem memória, transforma a história em natureza, em presente perpétuo; determina também perturbação anímica em um mundo sem sentimento humano, inconsciente de seus fins.<sup>39</sup>

Que o fotojornalismo esteja nos últimos anos aderindo a esse universo de simulacros, que Olgária Matos sugere, parece ser uma questão inexorável de conjuntura do mundo contemporâneo, de como a sociedade ocidental passou a ser ditada por parâmetros do sistema capitalista e da forma como se acomodaram os jogos de poder e das trocas simbólicas perpetradas sob esse regime, muito mais que um problema localizado especificamente na mídia impressa. O fotojornalismo seria, nesse sentido, mais um sintoma, um efeito, que propriamente a causa dessas disjunções apontadas pela filósofa.

É como se entre a *primeira* e a *segunda realidade* do documento fotográfico, tivesse se interposto uma nebulosidade, um obstáculo criado com maneirismo estilísticos oriundos da necessidade do fotojornalismo em responder a um novo

tempo, a novas necessidades mercadológicas, à nova lógica empresarial da mídia impressa. Tal nebulosidade pode contribuir para que o fotojornalismo em alguns momentos tenha sua mensagem deturpada pela recepção.

A inversão do fluxo temporal, ou seja, a interpretação do signo que busca restituir a história dos fatos documentados, se faz assim mais árdua e com desvios no trajeto que não levam a lugar algum. Como diz Boris Kossoy, “não podemos confundir a representação do mundo com o mundo da representação”<sup>40</sup>.

## 2.2. Manipulação Pré-Fotográfica da Imagem Jornalística

Apontada a conjuntura que trouxe novas formas de abordagem do visível pelo fotojornalismo nos últimos anos, como vimos anteriormente, passaremos a elencar agora alguns recursos técnicos utilizados comumente pelos repórteres-fotográficos, que podem tanto servir para que o profissional dê a seu trabalho a carga expressiva necessária para reportar/representar o fato, como para manipular com o intuito de distorcer os fatos a favor ou contra alguma pessoa ou instituição.

Embora esse tipo de intervenção estética e/ou ideológica seja recorrente na história do fotojornalismo, faremos uma leitura particularizada da produção contemporânea sob a égide da sociedade do espetáculo e do ruído interposto entre a primeira e segunda realidades do signo fotográfico, seja pela estetização de caráter publicitário e a busca por imagens de maior impacto na recepção, seja pelo viés mais claramente ideológico.

Manipular, como nos lembra Joan Fontcuberta, para além de seu sentido etimológico que significa “operar com as mãos”, possui outras interpretações possíveis, que constam nos dicionários, como por exemplo, “agir contra alguém ou algo de forma fraudulenta, sub-reptícia, etc.”<sup>41</sup> O autor infere também que a palavra manipulação ganhou mais fortemente este último significado a partir dos

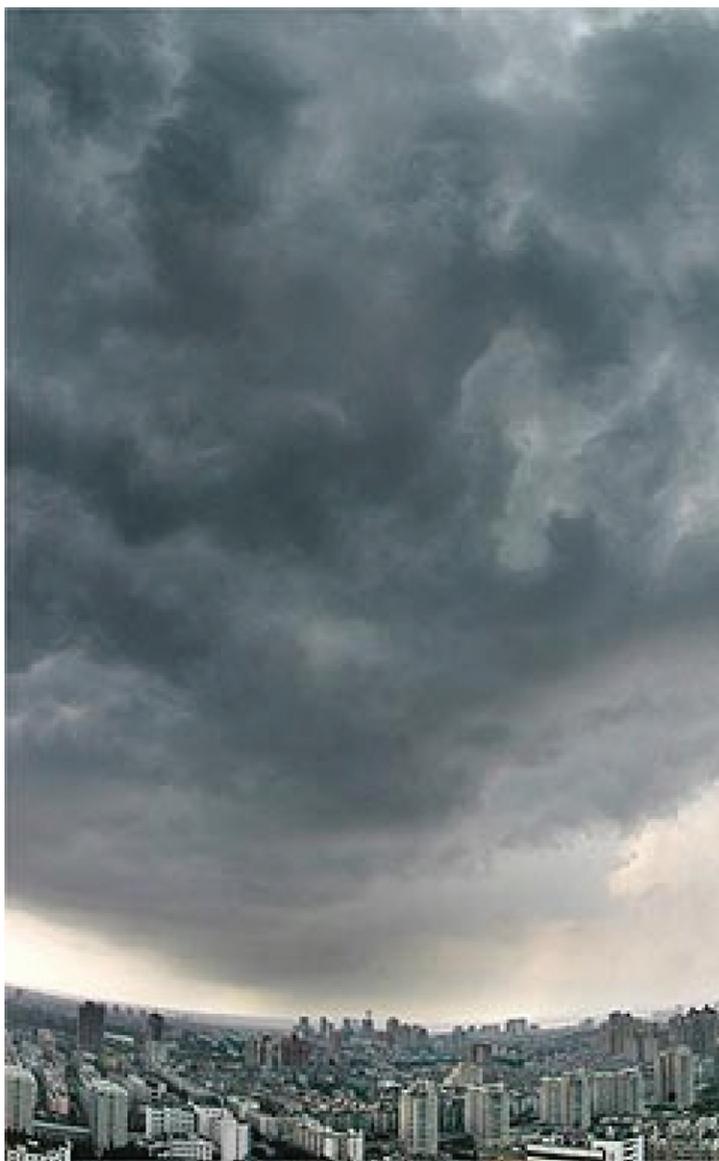
anos 1960, com a irrupção dos movimentos estudantis de contestação ao poder. Manipular, no sentido de fraudar ilicitamente, seria a partir de então adotado desta forma na crítica à comunicação de massa que se desenvolveu a partir de então. A última versão do dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, por exemplo, coloca "imprimir forma a (alguma coisa) com a mão", como primeiro significado, para em seguida listar outros sinônimos possíveis tais como "forjar", "controlar" e "dominar".

O uso de lentes grande-angulares de forma ostensiva é uma marca do fotojornalismo que busca ampliar o impacto da cena retratada. Tais lentes possuem uma amplitude de campo visual maior que o do olho humano <sup>42</sup>. Isso possibilita, por exemplo, chegar muito próximo de algum assunto fotográfico mantendo ainda a paisagem dentro da composição. O uso destas lentes muito próximas do assunto também cria distorções, tornando a imagem final um tanto quanto exótica, com as proporções alteradas, dotando-a, por vezes, de maneirismos próximos ao da caricatura.

Este recurso técnico é muito utilizado pelos repórteres-fotográficos para criar imagens esteticamente ostensivas, que sublinham determinados elementos em relação a outros e que, geralmente, conseguem mais facilmente atrair a atenção do leitor.

A imagem a seguir, cuja função editorial era narrar dramaticamente a

aproximação do tufão Haitang, na China, inclui-se neste caso. O fotógrafo da agência *Reuters* usou uma grande-angular para denotar a ameaça e atribuir uma



dose extra de dramaticidade às nuvens negras sobre a cidade, que ocupando a parte inferior do quadro como que oprimida pelas forças da natureza, soa frágil e impotente. Nota-se o uso da lente grande-angular pela curvatura que a mesma produziu na linha do horizonte.

Uma mesma cena fotografada com uma grande-angular ou com uma teleobjetiva – lente que aproxima o assunto e provoca um achatamento dos planos – terá um resultado absolutamente diverso. Por exemplo, se houver um grupo pequeno de pessoas presentes numa assembléia de trabalhadores e o fotógrafo quiser dar a entender

**Imagem 32. Nuvens carregadas cobrem o céu da cidade de Hangzhou, antes da chegada do tufão Haitang, na província de Zhejiang, no sudeste da China. O tufão Haitang passou por Taiwan e deixou pelo menos seis mortos. 19 jul 2005. Reuters.**

que o evento foi um sucesso, basta que ele se posicione num lugar um pouco acima das pessoas e fotografe com uma teleobjetiva, achatando os planos e dando a impressão de que as pessoas estão aglomeradas. Se a mesma cena for fotografada em grande-angular perceberemos os vazios, até maiores que o real, denotando o fracasso da assembléia. É comum que isso aconteça, por exemplo, quando o fotógrafo faz imagens de trânsito, de praia "lotada" no verão, de shows, etc.

Um exemplo claro deste uso de lentes e ângulos para induzir a um determinado ponto de vista são as imagens da derrubada da estátua de Saddam Hussein em Bagdá, no dia 09 de abril de 2003, durante a Guerra do Iraque. Reproduzida intensamente em jornais e televisões de todo o mundo, a imagem da queda da estátua de Saddam Hussein se tornou símbolo da legitimação da invasão do Iraque pelas tropas de coalizão.

As imagens na TV, geradas pelas agências internacionais, mostravam iraquianos, em ângulos fechados, acompanhadas de narrações que falavam de uma suposta *libertação do povo iraquiano da ditadura de Saddam Hussein*. Pelas imagens tínhamos a impressão de que a população estava na rua, que a derrubada da estátua era uma ação coordenada e levada a cabo por uma multidão ao mesmo tempo festiva e consciente. No entanto, se comparadas com fotografias feitas no mesmo local e hora, que recebemos das agências internacionais na *Folha* naquele dia, vemos que, por meio da edição, criou-se uma situação que não correspondia ao que ocorreu de fato, como assinala Paula Fontenelle:



Imagem 33. Estátua de Saddam Hussein derrubada pelos soldados das forças aliadas. Vê-se que o público que a circunda é basicamente formado por profissionais da imprensa. Bagdá, 09 abr 2003. Patrick Baz/AFP.

Os aliados precisavam de uma imagem dramática e impactante para provar que haviam derrotado Saddam Hussein. A mídia ajudou a produzi-la. E o mundo a tomou como verdade<sup>43</sup>.

As diversas lentes, luzes, ângulos e artifícios possibilitados pela tecnologia dos equipamentos contemporâneos, que o fotógrafo tem a sua disposição no momento de decidir como representar determinada cena, possibilitam combinações intermináveis na semântica fotográfica. É como um escritor que opta por este ou aquele verbo, este ou aquele adjetivo na hora de escrever uma frase.



Imagem 34. Imagem realizada momentos antes do início da derrubada da estátua mostra que havia poucas pessoas na praça, negando assim a versão de que o evento havia partido de uma iniciativa da população iraquiana. A foto feita à distância, e não em plano fechado como na TV, dá a real dimensão do fato. Bagdá, 09 abr 2003. Koji Harada/AP.

Mas dotar a imagem de um significado que possui pouca ou nenhuma relação com o modo como o fato ocorreu nem sempre é algo que é determinado apenas pelo repórter-fotográfico. É muito comum, sobretudo entre personagens da política, a construção de uma cena para que o mesmo seja representado nos jornais da forma que lhe é mais conveniente.

No exemplo a seguir, o político paulistano Paulo Maluf participava de uma carreata com o intuito de alavancar sua candidatura para o governo do estado de São Paulo, na cidade de Ribeirão Preto, em 2002. Numa das esquinas por onde passaria a comitiva, o aposentado Adilson de Farias, 59 anos, protestava contra o político e aguardava o mesmo para demonstrar-lhe sua antipatia. O repórter-fotográfico Edson Silva, da *Folha de S.Paulo*, ao perceber a possibilidade de realizar uma imagem do protesto, posicionou-se atrás do aposentado e aguardou a comitiva passar, conforme relatou mais tarde à redação.

Ao se aproximar, Maluf ouviu os gritos de "ladrão", proferidos pelo aposentado. Ao olhar para ver quem estava lhe insultando, Maluf percebeu a presença do fotógrafo e reagiu, inesperadamente, mandando beijos para o aposentado que aumentou ainda mais o tom das ofensas. O fotógrafo, que tinha a intenção de fazer a imagem de um protesto, acabou por conseguir apenas mais uma imagem de Maluf aparentemente feliz agradecendo o apoio da população com beijos. A imagem resultou numa representação antagônica ao que de fato aconteceu. Eis aqui, na prática, a construção de uma realidade, de uma ficção

documental. Se a imagem fosse publicada, mesmo com uma legenda dizendo o contrário do que seu conteúdo parece expressar, é possível que, junto aos leitores, talvez o jornal tivesse que arcar com a suspeita de ter errado a informação.

Percebemos assim, que são diversas as formas de adulterar o significado daquilo que é visível quando fotografamos, seja pelas vias técnicas ou por encenações como neste último caso. Desta forma, a representação do real



Imagem 35. Foto 01 e 02: Eleições estaduais 2002. O candidato Paulo Maluf manda beijinhos para o aposentado Adilson de Farias, 59, que o chamava de “ladrão” numa esquina de Ribeirão Preto, durante carreta. Em seguida o aposentado é abordado por um dos assessores do político. Edson Silva/Folha Imagem

torna-se absolutamente vulnerável a interpretações e inevitavelmente sujeita às intenções e ao repertório visual e cultural do profissional que a produz e dos

leitores que as consomem.

Posto que toda fotografia é uma interpretação, é de se esperar que o repórter-fotográfico lance mão destes recursos disponíveis para conseguir se aproximar ao máximo da expressão que imagina ser a mais contundente para reportar os fatos por meio de imagens. Neste sentido, ele pode dotar a imagem de mais ou menos impacto visual de acordo com sua intenção.

Impacto significa choque, enfrentamento entre duas forças antagônicas ou colisão entre dois ou mais corpos. Supomos, portanto, que a fotografia que busca o impacto, deva contemplar uma composição impositiva que, mais que capturar o leitor, consiga surpreendê-lo, tirá-lo da passividade e do embotamento diante da oferta de imagens a que está exposto diariamente.

Como já vimos, a concorrência com as mídias audiovisuais levou os jornais a serem mais sintéticos nos textos, criando um retalhamento do espaço editorial. Questões de cunho econômico, como a alta do preço do papel no mercado internacional, pago em dólar, também contribuíram para o enxugamento do espaço editorial. Tudo isto foi determinante para que as reportagens especiais, antes constituídas por um texto e um ensaio fotográfico, cada vez mais entrassem no esquema de “uma foto para uma matéria”, como também aponta Liz Wells:

Os fotojornalistas tiveram que encontrar uma nova maneira para desenvolver seu trabalho e novas estratégias para continuar sua prática. Quase todos os aspectos sociais, políticos e pessoais foram contados por meio do fotojornalismo, a despeito do fato da TV e do vídeo terem se tornado dominantes como meios de reportagem. (...) Entretanto, a falta de

revistas ilustradas, o desenvolvimento da reportagem online e o declínio das histórias nas revistas, em favor do modelo de uma única foto para ilustrar a notícia, junto com o novo interesse em personificar a notícia, sinalizou a crise do fotojornalismo (...).<sup>44</sup>

Tais fatores levaram o repórter-fotográfico a ter que buscar um grande poder de síntese para poder relatar, em apenas uma imagem, temas invariavelmente complexos. Seu drama passa a ser o de representar o fato de forma clara, direta, sem digressões. Posto que boa parte das pautas se repete ciclicamente – a chuva que inunda, o trânsito que pára a autopista, a passista do carnaval, a praia lotada no feriado, o gol do artilheiro no jogo do fim de semana etc. – resta ao fotojornalista tratar esses mesmos assuntos com maneirismos estilísticos na vã tentativa de que os jornais não fiquem enfadonhamente repetitivos na sua iconografia diária, como aponta ROSKIS<sup>45</sup>. Essa síntese pede composições *imperativas*, sem lacunas, assim como na publicidade, conforme sinalizado por FLUSSER.

Além desse aspecto, no caso do fotojornalismo há a edição da fotografia na página, que irá gerar mais uma infinidade de possibilidades de contaminações e ressignificações, como afirma Boris Kossoy:

[...] são muitas as possibilidades de manipulação elaboradas pelos meios de comunicação impressa. Desde sempre as imagens foram vulneráveis às alterações de seus significados em função do título que recebem, dos textos que “ilustram”, das legendas que as acompanham, da forma como são paginadas, dos contrapontos que estabelecem quando diagramadas com outras fotos etc. Tudo isso além de outras manipulações como a reutilização

de uma fotografia para servir de prova numa situação diferente – e, por vezes, até antagônica – daquela para a qual foi produzida originalmente através, simplesmente, [...] da mera invenção de uma nova legenda ou título. Obtém-se assim, por meio da composição imagem-texto, um conteúdo transferido de contexto: um novo documento é criado a partir do original visando gerar uma diferente compreensão dos fatos, os quais passam a ter uma nova trama, uma nova realidade, uma outra verdade. Mais uma ficção documental. <sup>46</sup>

Como vimos, o fotojornalismo se mostra um campo altamente vulnerável. Para que sua importante função de dar visibilidade às questões de relevância social seja feita de forma íntegra, ética e com o mínimo de ruídos possíveis, no contexto da contemporaneidade, das novas tecnologias e das imagens espetacularizadas, é necessária uma vigilância constante dos produtores de notícias – incluindo aqui não só a equipe de jornalistas e a direção do veículo, mas também o departamento de marketing das empresas noticiosas, que como vimos, estão cada vez mais influenciando o conteúdo editorial – e, na medida do possível, dos próprios leitores por meio da constante cobrança e da observação atenta dos meios de comunicação.

No próximo sub-capítulo trataremos da intervenção sobre o registro fotográfico como tem sido mais comumente discutida na contemporaneidade, após a chegada das câmeras digitais no mercado e a disseminação de seu uso pelos fotógrafos amadores: a manipulação pós-fotográfica por meio de programas de

tratamento de imagem que tem gerado debates em torno de como tal prática fere a legitimidade testemunhal do fotojornalismo.

### 2.3. Manipulação Pós-Fotográfica da Imagem Jornalística

A manipulação dos elementos internos da imagem fotográfica, após a invenção das câmeras digitais e do surgimento dos programas de tratamento de imagens, ao se tornarem mais visíveis ao grande público que passou a consumir e conhecer esses produtos em grande escala na última década, tem constantemente questionado a credibilidade de repórteres-fotográficos e a idoneidade de suas reportagens.

Após mostrar, no capítulo anterior, alguns recursos técnicos utilizados no momento da tomada da fotografia, com os quais os fotógrafos podem direcionar enfaticamente a leitura do registro fotográfico, iremos agora abordar a manipulação pós-fotográfica, feita com o auxílio de computadores. Da mesma forma como no tópico anterior, esse tipo de alteração do registro perpassa a história da fotografia. Ao contrário do que muitas vezes o senso comum pensa, essa não é uma modalidade nova. Com o advento das novas tecnologias, esses recursos apenas se tornaram mais fáceis, sofisticados e difíceis de serem detectados.

O surgimento das câmeras digitais, que prescindem do filme fotográfico, trouxe um novo ingrediente que veio acirrar a discussão acerca da fotografia como testemunho. A imagem digital, que não possui uma matriz, como o negativo, por exemplo, impede a possibilidade da checagem da veracidade da fotografia em relação ao momento de sua captação. O abismo entre a *primeira* e a *segunda*

*realidade* se torna ainda maior.

A origem da fotografia digital se deu por meio de estudos realizados no programa espacial norte-americano. As primeiras fotografias obtidas sem o uso de filme foram capturadas por uma câmera de televisão acoplada à sonda *Mariner 4*, em 1965. As imagens captadas por sensores analógicos tinham a resolução de apenas 0,04 *megapixel* e levaram quatro dias para serem transmitidas à Terra.

O primeiro protótipo de uma câmera que usava a tecnologia do CCD (*charge coupled device*), que mais tarde viabilizaria a produção em massa das câmeras digitais que estão no mercado nos dias de hoje, foi inventado em 1969. O primeiro modelo de câmera criado pela Kodak, pesando quatro quilos e com resolução de apenas 0,01 *megapixel*, foi fabricado em 1975. Porém, é apenas a partir de 1989 que as câmeras digitais começam a ter resolução suficiente para atender as exigências mínimas de qualidade para satisfazer fotógrafos amadores.<sup>47</sup>

No fotojornalismo, elas começaram a ser testadas a partir de 1992, sendo paulatinamente incorporadas pelas redações, alterando a rotina do fluxo de produção, edição e arquivamento das imagens. No Brasil, a *Folha de S.Paulo* foi a pioneira na implantação de câmeras digitais, inaugurando seu uso na Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos. Logo depois, as câmeras que visavam o mercado de amadores tiveram um grande *boom* de vendas, que persiste até hoje.

A possibilidade de fotografar sem arcar com os custos de revelação, aliada ao fato de se poder ver imediatamente a fotografia que acabou de ser feita, entre

outros fatores, ocasionou uma grande corrida pela troca das câmeras analógicas pelas digitais. Junto com as novas câmeras chegaram também os *softwares* para edição, armazenamento, visualização e tratamento de imagens.

Os fotógrafos amadores, ao descarregarem as imagens digitais em seus computadores pessoais, passaram a ter contato com os programas de tratamento de imagens e começaram a perceber o quão simples é manipular uma imagem alterando seus elementos constitutivos.

Com essa rápida popularização, observou-se uma disseminação da discussão em torno da manipulação fotográfica, logo sobre a sua ética, até então circunscrita aos meios acadêmicos e aos produtores de notícias.

Essa mudança de perfil dos fotógrafos amadores - que cada vez mais se estende para o universo dos leitores de jornal e para a parcela mais instruída da sociedade - se dá justamente porque a partir deste momento histórico o outrora receptor passivo das imagens da mídia passou a ser também um produtor independente de fotografias capaz de executar sozinho, como nunca havia sido possível, todas as etapas do processo fotográfico, no qual se inclui a captura da imagem extremamente facilitada pelos programas automáticos das câmeras digitais, o tratamento das fotografias nos *softwares* auto-explicativos que acompanham as câmeras, além da confecção de cópias em impressoras caseiras e a difusão das imagens em escala global via internet, com o crescimento exponencial

de *blogs* e *fotoblogs* pessoais. O receptor agora também é um emissor. E é desta posição que ele se sente habilitado a desconfiar das fotografias publicadas pela imprensa e a criticar a postura dos repórteres-fotográficos.

A partir desta súbita mudança no suporte fotográfico promovida pelas novas tecnologias e da alteração do perfil dos receptores das imagens noticiosas, o fotojornalismo tem o seu poder de atestar e documentar de forma incontestável os fatos do dia-a-dia colocado definitivamente em xeque, como explica Arlindo Machado:

A consequência mais óbvia e mais alardeada da hegemonia da eletrônica é a perda do valor da fotografia como documento, como evidência, como atestado de uma preexistência da coisa fotografada, ou como árbitro da verdade... Uma vez que agora se pode fazer qualquer tipo de alteração do registro fotográfico e com um grau de realismo que torna a manipulação impossível de ser verificada, a conclusão lógica é que, no limite, todas as fotos são suspeitas e, também no limite, nenhuma foto pode legal ou jornalisticamente provar coisa alguma.<sup>48</sup>

Para tornar a fotografia um signo ainda mais instável e impreciso, com a chegada das câmeras digitais, o negativo, o filme fotográfico, que servia como contraprova da veracidade da imagem – mas não da cena nela representada, é bom que fique claro – deixa de existir. O arquivo digital original, gerado pela câmera, é idêntico a qualquer cópia feita a partir dele. Se na centésima cópia o

fotógrafo resolver fazer uma manipulação que altere os elementos compositivos da imagem, basta que ele *delete* os arquivos anteriores para que o manipulado passe a ser a referência de original. Ou seja, a fotografia perdeu a possibilidade de atestar sua idoneidade.

Não demorou muito para que começassem a vir à tona, na imprensa mundial, casos nos quais a manipulação de fotografias após o ato fotográfico colocou em dúvida a credibilidade de fotógrafos e veículos.

Brian Walski, repórter-fotográfico do *Los Angeles Times*, foi escalado para cobrir a guerra do Iraque. No dia 31 de março de 2003, uma fotografia de sua autoria foi publicada na primeira página do jornal mostrando um soldado britânico vigiando civis iraquianos nos arredores de Basra, sob a manchete “Em Basra, pânico como tática de guerra”.

Juntando elementos de duas fotografias, uma terceira foto acabou sendo forjada para compor uma cena mais dramática. Leitores atentos perceberam que alguns dos civis iraquianos, sentados no chão, apareciam mais de uma vez na imagem publicada e questionaram o jornal. Ao ser interpelado pela direção do *Los Angeles Times*, o repórter-fotográfico admitiu que enviara uma imagem alterada, o que lhe valeu a demissão e um pedido de desculpas formal do jornal aos leitores.

Brian Walski, pego em flagrante, além de demitido passou a ser escarneado

e tido como símbolo de um mau profissional por repórteres-fotográficos mundo afora nos *sites* de discussão na *internet*.

Se toda fotografia é uma resultante da ideologia do fotógrafo somada às variantes técnicas da câmera e seus componentes, como destacamos anteriormente, nos deparamos com a necessidade de saber até que ponto a manipulação técnica do seu conteúdo é compatível com o exercício do fotojornalismo. José Colucci Jr. problematiza essa questão:

Qual é o nível de manipulação a ser tolerado numa foto jornalística? Ajustar o contraste e o brilho de uma cena? Desfocar elementos visuais que distraiam o leitor? Dar uma esticadinha no fundo para encaixar o logotipo da revista? Remover uma ruga do canto da boca da atriz de telenovela? Eliminar os fios elétricos que atrapalham a composição? Eliminar de uma foto esportiva o logotipo de um produto que não pagou merchandising? Juntar numa mesma foto personagens que nunca estariam juntas por vontade própria? Que jogue a primeira pedra o fotógrafo que nunca usou nenhum desses recursos. Ou vale a teoria de que manipulação é aceitável desde que o fotógrafo não seja pego com o dedo no mouse? <sup>49</sup>



Imagem 36. Fotos 01, 02 e 03: Da foto 01 (topo) Brian Walski recortou o soldado britânico e da foto 02 (meio) ele utilizou o grupo de civis iraquianos para fazer a montagem que resultou na foto 03, publicada na primeira página do *Los Angeles Times*, em 31 de março de 2003

Após indagar sobre esses limites, COLUCCI Jr. vai ao cerne da questão usando justamente a manipulação feita pelo fotógrafo do *Los Angeles Times* como exemplo:

O sentido que Brian Walski queria dar à foto foi o que ele realmente deu. Pode-se parar por aqui. Pode-se também argumentar que a manipulação fotográfica produzida por Walski, ao juntar dois momentos distintos numa mesma imagem, não alterou o sentido da informação que procurava transmitir. Qualquer fotógrafo pode atestar que a perspectiva conseguida pela ampliação da figura do homem com a criança no colo é similar à que teria sido produzida naturalmente por uma teleobjetiva se o fotógrafo estivesse mais distante. É concebível dizer que a foto alterada por Walski corresponde à cena que um jornalista presente descreveria em palavras sem ser acusado de mentir. Por que Walski foi demitido? Por manipular digitalmente uma foto ou por dominar mal o PhotoShop?<sup>50</sup>

Se a manipulação feita por WALSKI no exemplo que citamos for analisada sob a ótica de COLUCCI Jr. percebemos que o problema não está no processo em si, mas sim na difícil convivência que os novos tempos anunciam. Como aliar a credibilidade do fotógrafo e do veículo, fundamental para a sobrevivência do jornalismo, com manipulações do registro fotográfico que, embora possam expressar de forma mais contundente o relato do fotógrafo, não parecem digeríveis para o leitor desde a perspectiva de uma tradição da fotografia como indicativo de realidade?

Para o curador de fotografia e professor de jornalismo da *Michigan State*

*University*, Howard Bossen, o problema não está nos meios utilizados, mas sim na ética do profissional: “Eu não acho que sua ética pode ser melhor ou pior usando métodos eletrônicos do que quando estão usando os métodos clássicos. Ética está na mente. Não está nas ferramentas que você usa<sup>51</sup>”, afirma.

Diante desse novo cenário, a imagem digital parece forçar as redações dos jornais a repensar o papel da fotografia no contexto do jornalismo. E a ética é uma das principais peças desse complexo tabuleiro de xadrez, como pontua BODSTEIN:

[...] a pergunta inevitável é: de que maneira, a foto de Brian Walski pode ser julgada à revelia desses ingredientes tradicionais da fotografia de imprensa? O advento da digitalização da imagem e os códigos que cria além do classicismo da “boa” foto para o jornalismo devem estabelecer uma nova eticidade operacional? Em que limite territorial de abordagem? E sujeito à que verificação? Nossos instrumentos de autenticação, em nome dos quais um dia a fotografia nos jornais se apresentou como “olho da notícia”, devem ser mantidos a qualquer custo, mesmo que remetendo o jornalismo impresso a cumulativas imprecisões conceituais? O que deve ser rompido e o que deve ser preservado nessa perspectiva? <sup>52</sup>

Perguntas difíceis de encontrarem respostas que contemplem a todos os envolvidos no processo de comunicação. Mas o fato é que uma nova ética que impute a credibilidade mais ao fotógrafo que às câmeras, como sinaliza Pedro Meyer, parece inevitável que se instaure, inclusive pela questão tecnológica irrevogável que está posta.

O fotógrafo e teórico mexicano Pedro Meyer oferece outros subsídios para se pensar estas questões, ao comentar a polêmica em torno da junção das duas imagens por WALSKI:

Esse debate sobre manipulação ainda está cercado por muita hipocrisia. Walski não alterou a notícia na imagem, simplesmente a contou da forma como estava vendo a cena. Muitas vezes o editor de foto precisa publicar uma imagem que mostre o presidente Bush feliz. Ele recorre aos arquivos do jornal, escolhe a foto e a publica ao lado de um texto que não tem nada a ver com o contexto em que a fotografia foi feita. Isso não é manipulação? Por que um editor pode cortar pessoas da imagem, publicá-las em preto-e-branco, usar fotos fora de seu contexto original, dar um corte para aproximar um assunto que lhe interessa? Quando a cobrança é com o fotógrafo, há um puritanismo quase que religioso. Não se pode nada.<sup>53</sup>

Em entrevista a nós concedida, publicada no jornal *Folha de S. Paulo* em 2004,<sup>54</sup>, MEYER aprofundou sua opinião acerca deste debate:

Meyer - *Até agora acreditava-se que a fotografia tinha a validade de um documento que se auto-comprovava. Uma lógica terrível. Como algo pode ser testemunha de si mesmo? Um texto sempre deixa margem para a dúvida, mas a fotografia carrega com ela a aura da veracidade. É um erro. Você pode escrever verdades ou mentiras, não é porque está escrito que é verdade. Fotógrafos temem a foto digital por acharem que a fotografia vá perder a credibilidade pela facilidade em alterar seus elementos no computador. Acho que os fotógrafos deveriam estar contentíssimos. Pois, se a fotografia perde a credibilidade, quem a deverá ter é o fotógrafo, como ocorre com o repórter de texto. Melhor a credibilidade estar com a pessoa, não com um objeto. Com a digital a fotografia passa a ser tão instável, tão manipulável, quanto o texto.*

Folha - *Como você vê o fenômeno das imagens de tortura feitas em Abu Ghraib, as quais o governo americano tentou contestar sua autenticidade?*

Meyer - *Essas imagens inauguram uma nova fase no fotojornalismo. Pelo fato*

*de todas as imagens serem digitais e obtidas por amadores, tão logo elas surgiram a Casa Branca quis desacreditá-las dizendo que eram manipuladas. Mas em seguida surgiram várias outras imagens. A referência cruzada desmontou esse argumento. Não era possível que tantas imagens de diferentes fontes fossem manipuladas. É a primeira vez na história que uma fotografia apenas não é suficiente para provar um fato. É necessária a referência cruzada com outras fontes de informação para lhe dar veracidade. Essas fotos de Abu Ghraib são correlatas às imagens do Vietnã. E as câmeras digitais estão para Bush assim como os gravadores estiveram para Nixon no caso Watergate.*

Meyer sugere que o repórter-fotográfico, sob essa nova perspectiva, assuma a impossibilidade de abarcar a realidade em suas imagens, e almeje ser um cronista do seu tempo, fazendo pleno uso das ferramentas que a tecnologia lhe propiciou.

O francês Christian Cajouille, fundador e diretor artístico da agência VU, defende, nessa mesma linha de pensamento, que os repórteres-fotográficos desenvolvam uma "escrita própria":

(...) o ideal é que os fotógrafos transmitam aos que vão olhar suas fotos (nas páginas dos jornais), suas impressões e nesse sentido é necessário que eles criem uma escrita própria, onde possam escolher entre a fotografia em preto e branco ou colorida ou mesmo as duas, onde possam decidir qual tipo de câmera, fazer fotos quadradas, retangulares ou panorâmicas e de inserir elementos com uma coerência visual que nos permita entender. E cada fotógrafo, no momento em que encontra sua própria escrita, torna-se um autor. Sendo um autor o que diz não é necessariamente a verdade, a imagem proposta é o seu ponto de vista, o olhar que tem sobre as coisas, e para mim isso é muito importante. Sempre se procurou fazer com que os outros acreditem que aquilo é a verdade e isso não passa de uma grande mentira. Uma foto jamais foi considerada como uma prova. Veja, para a justiça nunca é, resume apenas o ponto de vista de alguém para mostrar alguma coisa que tenha visto.<sup>55</sup>

A difícil, porém fundamental, busca desse equilíbrio entre objetividade e subjetividade no relato do profissional da imprensa é de suma importância para que a história diária do mundo possa ser reconstituída no futuro. A questão é saber qual é a qualidade da informação, do testemunho histórico que a produção contemporânea está legando à *segunda realidade* dos documentos que ela está gerando, uma vez que, segundo Boris Kossoy, as fotografias sempre virão à tona com a indissociável força documental que elas possuem:

São as representações fotográficas tornadas documentos que moldam nossa percepção e conhecimento sobre os fatos de hoje. São também os documentos que se prestarão no futuro para as reconstituições históricas. Aceitando passivamente qualquer tipo de interferência na produção dos registros fotográficos, estaremos convalidando o falseamento da memória. [...] Não podemos deixar que a representação se torne mais importante que os fatos<sup>56</sup>.

Quando a representação se torna mais importante que o fato, como alerta KOSSOY, estamos vivenciando aquilo que Vilém Flusser chamou de estado de *idolatria*, ou seja, não sendo o mundo acessível imediatamente ao homem, as imagens surgem com a intenção de representá-lo. Contudo, acabam se colocando *entre* o homem e o mundo, fazendo com que “o homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, [passe] a viver em função das imagens”<sup>57</sup>.

No nosso entender, a manipulação pré ou pós-fotográfica como apresentada até aqui, faz parte do processo de autonomia da imagem fotográfica,

como demonstra a sua história feita de sobressaltos e de superação a cada nova invenção tecnológica e em conformidade com a cultura e a estética vigente de cada época.

Se o debate em torno da manipulação da mensagem fotográfica ainda provoca uma discussão inflamada, isso se deve à crença, cada vez mais combatida, de que a fotografia é o recorte fidedigno da realidade.

A discussão em torno da manipulação que altera os elementos constitutivos da imagem fotográfica está atrelada à idéia de gerar um documento iconográfico com uma aparência diversa daquilo que de fato teria acontecido no momento do registro fotográfico, independente da intenção que esteja por trás desta operação. Isso vale tanto para a manipulação pré-fotográfica como para a pós-fotográfica, como demonstramos neste capítulo. Esta é, portanto, uma manipulação assentada na assimetria entre o referente e sua representação.

No próximo capítulo procuraremos demonstrar outra forma de manipulação, a qual não se manifesta necessariamente por meio deste tipo de intervenção física sobre a fotografia ou por algum ruído interposto entre o objeto e sua imagem, entre a primeira e a segunda realidade. Pelo contrário, a manipulação que procuraremos sondar a partir de agora é de natureza mais silenciosa, logo, menos alardeada e, a nosso ver, bem mais perversa, pelo fato de auxiliar a legitimar um discurso que se pretende hegemônico, saqueando

da prática jornalística, por vezes, sua necessária visão dialética do mundo e auxiliando, assim, na perpetuação das posições de poder na sociedade.

A manipulação de que trataremos a seguir, portanto, não ocorre pela assimetria do fato com a imagem que o representa, mas, ao contrário, pela imposição de um ponto de vista único e excludente sobre determinados assuntos que, repetido à exaustão, se faz passar por fato natural e inquestionável. A manipulação se desloca, assim, das questões formais da fotografia para tomar a forma de um discurso dogmático e estigmatizante, que na maior parte das vezes, é reproduzido inconscientemente por repórteres-fotográficos e jornalistas em geral. Essa é a discussão que pretendemos empreender a seguir.

## Notas do Capítulo 2

- 1 Samaran, Ch., org. L'histoire et ses méthodes. *Encyclopède de la Pléiade*, Paris, Gallimard, 1961. V. 11. Apud Boris Kossoy. *Fotografia e História*. 2ª ed. Revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001, p. 31.
- 2 Beaumont Newhall. *The History of Photography*. New York: MOMA, 5<sup>th</sup> edition, 1997, p. 246 (tradução do autor).
- 3 Boris Kossoy. *Os Tempos da Fotografia: O Efêmero e o Perpétuo*. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007, p. 155.
- 4 Boris Kossoy. *Fotografia e História*. 2ª ed. Revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001, p. 44.
- 5 Jean Keim (1971) apud Boris Kossoy. *Fotografia e História*. 2ª ed. Revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001, p. 44.
- 6 Id. Ibid. pp. 28-29.
- 7 Arlindo Machado. *A ilusão especular; introdução à fotografia*. São Paulo: Brasiliense/Funarte, 1984. (Col. Primeiros Vãos), p. 40.
- 8 Boris Kossoy. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 3ª ed., Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2002, p. 43.
- 9 Apud Boris Kossoy. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 3ª ed., Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2002, p. 43.
- 10 Id. Ibid. pp. 54-55.
- 11 Joan Fontcuberta. *El beso de Judas – Fotografía y Verdad*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2000, p. 167 (tradução do autor).
- 12 Walter Lippmann. *Public opinion*, New York: Free Press, 1965, pp.10-11 apud Philip Meyer. *A Ética no Jornalismo*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

13 Pierre Francastel. *A realidade figurativa*. São Paulo, Perspectiva, 1982, p.96-97. (Coleção Primeiros Vãos)

14 *Manual de Redação da Folha*. Versão on line: [www.1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual\\_redacao.htm](http://www.1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_redacao.htm), acessado em 09 de dezembro de 2007.

15 Roland Barthes. *A retórica da imagem in O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990, p. 32.

16 Op. Cit. 4, p. 50.

17 Op. Cit. 11, p. 15 (tradução do autor).

18 Fonte: [http://www.kodak.com/US/en/corp/kodakHistory/1930\\_1959.shtml](http://www.kodak.com/US/en/corp/kodakHistory/1930_1959.shtml), acesso em 16 de novembro de 2007.

19 No contexto desta dissertação será utilizado o termo “publicidade” para designar a “fotografia utilizada para a veiculação de mensagens que levam ao consumo de bens materiais”, que não deve ser confundido com o termo “propaganda”, que compreende “toda a veiculação de idéias de natureza política, centralizada nas mãos dos partidos e dos governos, também comumente utilizada na difusão do ideário religioso”, conforme Ismar de Oliveira Soares. Veja mais sobre o assunto em Oliveira Soares, Ismar de. *Para uma leitura crítica da Publicidade*. São Paulo: Edições Paulinas, 1988, pp. 17-18.

20 Primeira página do jornal *Folha da Manhã*, edição de 25 de julho de 1959.

21 Liz Wells. *Photography: a Critical Introduction*. England: Routledge, 2004, 3rd. edition, p. 70 (tradução do autor).

22 Nos Estados Unidos a primeira transmissão a cor se deu em 1954, mas levou alguns anos para se propagar. No Brasil a novidade chegou apenas em 1970.

23 Celso Bodstein. *A Ficcionalidade do Fotojornalismo*. Tese de doutorado defendida na Unicamp, 2007, p.112.

24 Luiz Roberto Saviani Rey. “*Jornal Impresso e Pós-Modernidade – O Projeto Ruth Clark e a Espetacularização da Notícia*”, trabalho apresentado no Intercom em 2007. [www.adtevento.com.br/INTERCOM/2007/resumos/R1272-1.pdf](http://www.adtevento.com.br/INTERCOM/2007/resumos/R1272-1.pdf), acesso em 16 de novembro de 2007.

25 Pepe Baeza. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. 2ª ed., Barcelona: Editorial

Gustavo Gili, 2003, p. 99.

26 John Berger. *Modos de Ver*. Lisboa: Edições 70, 2002. pp. 144-145.

27 O *Datafolha*, instituto de pesquisa de opinião do Grupo Folha, realizou pesquisas sobre o conteúdo editorial do jornal com seus assinantes de forma esporádica a partir de março de 1987. Em agosto de 1996 essas pesquisas passaram a ser diárias e seu resultado circulava internamente na redação. Entre 09 de setembro de 1997 e 18 de abril de 2000 a pesquisa passou a ser publicada no jornal. Depois voltou a ser distribuída apenas internamente e cessou em 30 de dezembro de 2001, voltando a ser realizada apenas em ocasiões em que a direção do jornal julgava importante averiguar algum dado específico, como o impacto de alguma mudança substancial do projeto gráfico ou de alguma cobertura mais extensiva, como a dos processos eleitorais.

28 Olivieri Toscani. *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. São Paulo: Ediouro, 1996, p. 46.

29 Roland Barthes. *A retórica da imagem* in *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990, p. 28.

30 Termo em inglês adotado nas redações como um jargão para designar as notícias mais importantes, muitas vezes inesperadas e tumultuadas, que exigem um maior número de jornalistas na cobertura.

31 Sensores fotossensíveis que permitem o uso de vários flashes simultaneamente quando é acionado o disparador da câmera.

32 Edgar Roskis. *A decadência do fotojornalismo*. Artigo do jornalista e conferencista da Universidade Paris X (Nanterre, Departamento das Ciências da Informação), publicado no site <http://diplo.uol.com.br/2003-01.a543>, acesso em 21 de novembro de 2007.

33 Vilém Flusser. *Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002, p. 50.

34 Guy Debord. *A Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004, p. 30.

35 *Tropa de Elite*, do diretor José Padilha, é um filme brasileiro de 2007 que tem como tema o Batalhão de Operações Especiais (BOPE) da Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro.

36 Roland Barthes. *Foto-choque* in *Mitologias*. São Paulo: Difel, 1981, p. 68.

37 Op. Cit. 32.

38 Op. Cit. 34, pp. 16-17.

39 Olgária Chaim Feres Mattos. *Um mundo ao revés* in Revista Critério <http://www.revista.criterio.nom.br/debordolgaria001.htm>, acesso em 05 de outubro de 2007. Artigo publicado também no caderno Mais!, da Folha de S.Paulo, em 07 de novembro de 1999.

40 Eder Chiodetto. *Brasileiros relativizam idéias de mexicano*. Folha de S.Paulo, São Paulo. 06 de julho de 2004, Caderno Ilustrada, p. E-8.

41 Op. Cit. 11, p.153.

42 Nas câmeras fotográficas que utilizam filmes de 35mm, as lentes de 50mm são as que mais se aproximam do campo visual do homem, sendo grande-angulares as lentes de milimetragem abaixo disso e tele-objetivas, lentes que aproximam o assunto, acima desse valor. A nova geração de câmeras digitais adota o mesmo padrão.

43 Paula Fontenelle. *Iraque: a guerra pelas mentes*. São Paulo: Sapienza, 2004, p.70.

44 Op. Cit. 21, p. 70 (tradução do autor).

45 Op. Cit. 32.

46 Op. Cit. 8, pp.54-55.

47 Cf. Cláudia Maria Teixeira de Almeida e Paulo César Boni. *Ética do fotojornalismo da era digital* in Discursos Fotográficos. Universidade Estadual de Londrina. Revista do curso de especialização em Fotografia: práxis e discurso fotográfico. Londrina, v. 1, 2005, pp. 11-42.

48 Arlindo Machado. *A fotografia sob o impacto da eletrônica*. in SAMAIN, Etienne, O fotográfico. 2ª ed., São Paulo: Editora Hucitec e SENAC, 2005, p.312.

49 José Colucci Jr. *Tecnologia e hipocrisia digital*. <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fdo90420032.htm>, acesso em 06 de maio de 2006.

50 Id. e Ibid.

51 Howard Bossen. *Zone V: Photojournalism, ethics, and the electronic age*. Pennsylvania: Studies in Visual Communication, 1985, p. 30.

52 Op. Cit. 23, p. 107.

53 Comentário feito durante palestra de Pedro Meyer no 1º Fórum Latino Americano de Fotografia: *Paralelos e Meridianos*, em 06 de outubro de 2007, no Instituto Itaú Cultural, em São Paulo.

54 Eder Chiodetto. *Nenhuma imagem é inocente, diz Meyer*. Folha de S.Paulo, São Paulo, 06 de julho de 2004, Caderno Ilustrada, p. E-8.

55 Christian Cajouille. *A Foto de Autor*. Entrevista a Antônio Ribeiro e Flávio Rodrigues. Photosynthesis revista eletrônica. Acessado em 08 de março de 2007.  
[http://www.photosynt.net/ano2/03pe/tete/01\\_cajouille/cajouille.htm](http://www.photosynt.net/ano2/03pe/tete/01_cajouille/cajouille.htm)

56 Op. Cit. 40.

57 Op. Cit. 33, p.9.



## CAPÍTULO 3

# O OLHAR HEGEMÔNICO - IDENTIDADE E PRECONCEITO

**A** discussão em torno do processo de *construção de realidades* e de *ficções documentais*, quando tratada especificamente no âmbito do fotojornalismo, geralmente recai sobre a questão da manipulação do registro fotográfico, tal como descrita no capítulo anterior, com o intuito de forjar uma determinada informação, muitas vezes com a intenção de prejudicar alguém ou algo.

Durante o nosso tempo como editor de fotografia, porém, percebemos que uma forma menos ostensiva e mais sutil de manipulação poderia ocorrer independentemente da declarada intenção do profissional da mídia.

Essa percepção foi se formando à medida que aumentava em grande escala o número de fotografias que recebíamos na editoria, após a digitalização do sistema de recepção e edição das imagens. Chegávamos a ver

diariamente até três mil fotografias entre as produzidas pela nossa equipe, as imagens distribuídas pelas agências internacionais, mais as pesquisas empreendidas junto a outros jornais e *sites* de bancos de imagens. Com o tempo, este exercício diário de seleção e edição de imagens acabou por nos familiarizar com o estilo de alguns profissionais, com a postura ideológica de algumas agências e jornais.

Passou a ser comum, entre alguns integrantes da equipe de fotografia, uma bolsa de apostas informal sobre qual seria, no dia seguinte, a principal fotografia estampada na primeira página dos principais veículos brasileiros.

O que começou como uma brincadeira, aos poucos, para nós foi se tornando uma questão instigante. Passamos a perceber que quando a principal notícia do dia era um atentado terrorista, uma tragédia natural de grande porte, ou qualquer notícia que envolvesse criminalidade e morte, as imagens que recebíamos obedeciam a um ponto de vista mais ou menos padronizado. A atitude e o olhar dos mais variados repórteres-fotográficos pelo mundo diante das cenas de horror parecia que, de alguma forma, unificava os seus discursos. Desde então passamos a observar mais atentamente a cobertura fotográfica da mídia em geral para esses temas.

Embora o jornal *Folha de S. Paulo* não se proponha a realizar uma cobertura jornalística extensa do dia-a-dia da criminalidade nas grandes metrópoles e

se preocupe em evitar o tom sensacionalista dos jornais ditos populares, como preconiza seu projeto editorial, é impossível realizar uma ampla cobertura jornalística num país com tamanha desigualdade social como o Brasil ocultando esse tema de grande relevância na sociedade.

Como não poderia deixar de ser, diariamente aportam na redação relatos e fotografias sobre o tema da criminalidade, que são analisados pela chefia de redação, antes de se decidir quais serão contemplados com a publicação de reportagens no espaço dedicado à cobertura de cidades, no caso o caderno *Cotidiano*.

No caderno *Mundo*, onde é abrigada a cobertura dos principais fatos internacionais, invariavelmente relatos de conflitos e guerras respondem pela maior parte do espaço editorial. Como o projeto gráfico e editorial do jornal privilegia o uso de fotografias, quase não há edição em que não haja imagens de violência ou de pessoas em situações constrangedoras, de sofrimento ou submissão.

Durante o período em que atuamos na editoria de fotografia do jornal *Folha de S.Paulo*, inicialmente como repórter-fotográfico e depois na função de editor, fotografamos, pautamos e editamos inúmeras vezes imagens de crimes, chacinas, guerras, acidentes, rebeliões, tragédias por causas naturais ou não e conflitos de toda ordem, ocorridos tanto no Brasil quanto no exterior.

Nas diversas reuniões editoriais entre secretários de redação e editores<sup>1</sup>, discutem-se parâmetros para saber, caso a caso, como o jornal deve reportar a crescente violência cotidiana que ocorre em metrópoles como São Paulo ou Rio de Janeiro, por exemplo. Aos poucos, os jornalistas da redação vão criando critérios de noticiabilidade que respondem aos interesses do veículo e, supostamente, refletem aquilo que o público alvo do jornal espera encontrar diariamente nas suas páginas.

Saber qual a relevância jornalística, o impacto social, a repercussão do drama humano junto à sociedade, até que ponto o fato pode ser utilizado de forma a traduzir a falência dos serviços públicos, por exemplo, são fundamentais para determinar o espaço editorial que a reportagem vai merecer no jornal do dia seguinte.

As notícias que envolvem violência e vítimas geralmente ganham destaque quando vêm acompanhadas de aspectos como impacto, polêmica, proximidade, raridade, drama-tragédia e imprevisibilidade, como aponta Cristina Ponte<sup>2</sup> ao elencar aspectos de noticiabilidade dos fatos, os chamados valores-notícia. Citando Stuart Hall, PONTE escreve que “os valores-notícia são mais do que uma listagem de atributos das notícias, combinadas ou combináveis. Operam como estrutura de retaguarda social, profunda e escondida, e requerem um conhecimento consensual sobre o mundo”.<sup>3</sup>

O termo *retaguarda social*, empregado por PONTE, induz a pensar que há uma expectativa de consenso sobre os desígnios da humanidade ou um pensamento dominante sobre o que está dentro dos índices de normalidade de comportamento.

O que foge a essa regra, inevitavelmente, se torna um fato noticioso por excelência. A exceção, não a regra, é o que deverá gerar narrativas e imagens mais explosivas, logo, de maior interesse coletivo.

Estes estados de exceção, no entanto, levados ao limite, na busca desmesurada pelo valor-notícia, e conseqüentemente pela audiência a qualquer preço, remetem a um caminho que pode mover o veículo noticioso para uma linha de cunho mais sensacionalista, em que a vida é vista prioritariamente pelo seu lado absurdo e espetacular, como fazem, por exemplo, alguns tablóides ingleses ou alguns veículos brasileiros voltados, em tese, para classes menos instruídas, nos quais há uma forte cobertura das áreas policial e esportiva, em detrimento de análises de conjuntura e de uma maior variedade de assuntos.

Com um público alvo de formação cultural mais sólida que a média da população brasileira<sup>4</sup>, a *Folha de S. Paulo*, assim como os jornais de maior circulação no Brasil, não realiza uma cobertura sistemática da criminalidade que ocorre na periferia das grandes metrópoles. É necessário filtrar o que deve ou não se tornar notícia. Crimes e tragédias "corriqueiros" não chegam às páginas do jornal, a não

ser que a violência se traduza numa tragédia de grande impacto ou extrapole os limites geográficos considerados aceitáveis por uma espécie de pacto silencioso que acontece na sociedade e atinja a parcela da população que normalmente fica fora deste espaço. Ou, ainda, quando a violência aflora justamente onde não seria provável que ela ocorresse, envolvendo famílias da classe média e alta, por exemplo.

Ou seja, se o drama envolve apenas os *outsiders*<sup>5</sup>, é preciso que o fato diga respeito a um grande número de vítimas ou que tenha algum valor-notícia de impacto para justificar sua cobertura. No entanto, uma tragédia ocorrida entre os *estabelecidos*<sup>6</sup> necessita de bem menos prerrogativas para ganhar as páginas dos jornais. Neste caso, o valor-notícia da imprevisibilidade é o que conta.

O senso comum, afinal, acha “normal” que pessoas que vivam na periferia dos grandes centros, com menos acesso à educação formal e com dificuldades financeiras, por exemplo, sejam autores e vítimas da violência endógena. Não é previsível que o mesmo ocorra entre pessoas de maior escolaridade e de melhor condição financeira, que habitam os bairros ditos nobres das cidades.

A aceitação deste postulado estabelece de imediato a dicotomia “nós” e “eles”. Cria-se assim um fator de diferenciação e de afirmação de identidade, como ressalta Tomaz Tadeu da Silva:

A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder.<sup>7</sup>

Diferenciar a fim de criar identidades é uma prática que a mídia realiza com frequência, tendendo a generalizações um tanto quanto vazias, mas que auxiliam na identificação de grupos sociais nos textos jornalísticos. Diariamente, com a idéia de dar concretude ao texto jornalístico e ao mesmo *humanizar* a notícia, jornalistas procuram pessoas, denominadas *personagens* no jargão da redação, que se enquadrem no perfil que eles necessitam para citar determinados grupos sociais.

A palavra *personagem* parece bem usada neste caso, posto que as pessoas são convidadas a emprestarem sua imagem ao veículo de certa forma representando um papel. Mas ao aparecer retratado num jornal sob a legenda “morador de rua”, “socialite”, “menor infrator”, “micro-empresário”, “jogador de futebol”, etc., é notório o processo de enquadramento social e, portanto, de estigmatização. Independentemente de ser uma marca positiva ou negativa, trata-se de um expediente que exclui a multiplicidade do ser social. A identidade, neste caso, se transforma naquilo que a pessoa faz, na sua posição social ou em alguma atividade, entre muitas, que ela costuma realizar.

Simplificar desta forma é um recurso muitas vezes inevitável para o texto jornalístico, que por sua natureza não consegue abarcar a complexidade dos *personagens* da notícia ou mesmo as diversas leituras possíveis acerca de um fato noticioso.

Tais categorizações, invariavelmente reducionistas, são também construções narrativas de cunho ideológico e que podem ocultar, na sua construção, hierarquizações de poder. Neste processo, a fotografia serve como uma poderosa ferramenta de fixação destas *personas* sociais.

Afinal, é intrínseca ao jornalismo a necessidade da “personificação da notícia”<sup>8</sup>, como diz Liz Wells. E, para além do verbo, a imagem é a forma mais eficaz de representar o outro no sentido de reforçar a diferença e a identidade de cada um. “É por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poder. Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade”<sup>9</sup>, assinala Tomaz Tadeu da Silva.

O jornalista, portanto, no exercício de sua profissão - e no posto de poder que lhe é atribuído - cria códigos verbais ou imagéticos que serão decodificados pelo leitor. Estes códigos findam por criar definições que categorizam pessoas e grupos sociais, atribuindo identidades geralmente baseadas na diferença entre culturas, raças, classes e modos de vida.

Como qualquer ser histórico, o jornalista também é produto do ambiente sociocultural no qual se desenvolveu e está sujeito às deformações e distorções intrínsecas a qualquer processo educativo. Ao reportar fatos, ele sempre o faz de acordo com o seu repertório, inevitavelmente limitado para poder abarcar a complexidade da diversidade humana e o grande número de assuntos que ele é

encarregado de cobrir no dia-a-dia da profissão.

Sempre que descrevemos o *Outro*, portanto, o fazemos a partir dos nossos valores pessoais, com as correspondências que encontramos dentro das nossas limitações culturais acerca do conhecimento da natureza humana. Por um lado, o jornalista deve equacionar essa complexidade e, por outro, é obrigado a ter um discurso calcado na objetividade, para que sua mensagem seja interpretada pelo leitor o mais próximo possível da sua intenção. Tal dicotomia e o risco de um relato simplista mostram-se muitas vezes um campo aberto para a criação e manutenção de preconceitos e estigmas, como pontua Stuart Hall:

Os profissionais [da mídia] estão ligados às elites decisórias não somente através da posição institucional das próprias emissoras enquanto 'aparelho ideológico', mas também pela estrutura de acesso. Podemos inclusive dizer que os códigos profissionais servem para reproduzir definições hegemônicas, especificamente por não inclinarem abertamente suas operações em uma direção dominante: a reprodução ideológica, portanto, acontece aqui inadvertidamente, inconscientemente, 'pelas costas dos homens'.<sup>10</sup>

Como argumenta HALL, o jornalista deve também corresponder às expectativas do seu veículo. Ou seja, quando ele está reportando determinado fato, deve fazê-lo de acordo com alguns parâmetros preestabelecidos pela empresa para a qual ele presta serviços.

Paradoxalmente, o jornalista que tende a agrupar pessoas por determinadas classes sociais e comportamentos, também faz parte de um grupo,

no caso dominante, por deter o poder de informar e formar opiniões. Ele age e reage segundo a mesma sócio-dinâmica do restante da sociedade. Para Norbert Elias e John L. Scotson, os grupos dominantes atribuem a si mesmos um “carisma grupal característico”:

Todos que estão inseridos neles [grupos dominantes] participam desse carisma. Porém têm que pagar um preço. A participação na superioridade de um grupo e em seu carisma grupal singular é, por assim dizer, a recompensa pela submissão às normas específicas do grupo. Esse preço tem que ser individualmente pago por cada um de seus membros, através da sujeição de sua conduta a padrões específicos de controle dos afetos. O orgulho por encarnar o carisma do grupo e a satisfação de pertencer a ele e de representar um grupo poderoso – e, segundo a equação afetiva do indivíduo, singularmente valioso e humanamente superior – estão ligados à disposição dos membros de se submeterem às obrigações que lhes são impostas pelo fato de pertencerem a esse grupo. <sup>11</sup>

Esses pressupostos evidenciam a sujeição inexorável dos profissionais da mídia a regras e condutas criadas pelos veículos de informação. E deixam claro que a imparcialidade tão apregoada na atividade jornalística, é praticamente uma impossibilidade. Além da necessidade de corresponder profissionalmente às expectativas de seus superiores, o jornalista também age, como qualquer pessoa, por impulsos que o façam se sentir integrado a um determinado grupo.

Ao ser integrante de um grupo dominante, o profissional da mídia, por mais que se esforce, acaba operando dentro de uma lógica social em que identificações e identidades tendem a estigmas e preconceitos de toda sorte. O

preço que ele paga para fazer parte de seu grupo social é, em boa medida, uma certa inaptidão em conseguir codificar e transmitir a mensagem de forma imparcial e justa, principalmente quando se vê na obrigação de representar alguém, ou alguma coisa, que seja alheio ao seu universo simbólico. Por contraste, a diferença sempre se faz muito visível, palpável.

Definir *a priori* o que é um comportamento “normal”, ou seja, dentro de parâmetros aceitáveis pelo repertório cultural do profissional da imprensa, determina que tudo o que foge a este padrão é “desviante”, “anormal” e, portanto, digno de nota. Quando entrevistamos e fotografamos o *Outro*, julgando-o exótico e estranho aos nossos preceitos, corremos o risco de ressaltar, no verbo e na imagem, os atributos que nos diferenciam dele. Uma forma de não entender a complexidade do outro, de não ter profundidade nesta prospecção, mas apenas de reforçar a diferença tendo-nos como referencial. Salientar a diferença do *Outro* oculta, na verdade, a suposição de que o “eu” é o padrão de normalidade, a referência a partir da qual o mundo e as pessoas devem ser interpretados.

Reforçar diferenças é caminho aberto para a perpetuação de dicotomias que acabam contribuindo para o pensamento que cristaliza a formação dos grupos dos dominantes e dominados dentro da sociedade, dando-lhes um revestimento de certa naturalidade. Para HALL, “toda sociedade ou cultura tende, com diversos graus de clausura, a impor suas classificações do mundo social, cultural e político.

Essas classificações constituem uma ordem cultural dominante”.<sup>12</sup>

Por ordem cultural dominante entendemos que determinados grupos sociais se portam disseminando uma visão de mundo, tornando-a hegemônica, se atribuindo poder e, assim, pré-determinando ideologias e estabelecendo condutas de convivência a partir de seus interesses, como descreve Hall:

A definição de um ponto de vista hegemônico é: (a) que define dentro de seus termos o horizonte mental, o universo de significados possíveis e de todo um setor de relações em uma sociedade ou cultura; e (b) que carrega consigo o selo da legitimidade – parece coincidir com o que é ‘natural’, ‘inevitável’ ou ‘óbvio’ a respeito da ordem social.<sup>13</sup>

No caso da imprensa, ao reproduzir o discurso hegemônico que encampa muitas vezes as assimetrias sociais derivadas de um determinado regime, por exemplo, ela pode funcionar como uma potente aliada no sentido de “naturalizar” temas que deveriam ser, ao contrário, questionados e expostos sob pontos de vistas variados, suscitando assim o debate.

O ponto de vista hegemônico também possui uma característica paralisante para quem se encontra fora de seus atributos. A parte geralmente representada de forma estigmatizada, os *outsiders*, na maioria das vezes não possui o mesmo instrumento para tentar reparar os danos causados a essa imagem construída pela mídia. “Um grupo só pode estigmatizar outro com eficácia quando está bem instalado em posições de poder das quais o grupo estigmatizado

é excluído”<sup>14</sup>, lembram ELIAS e SCOTSON.

Na *Folha de S.Paulo*, durante as reuniões executivas do corpo editorial, como anteriormente mencionadas, quando se justifica a publicação de matérias de assuntos que envolvam violência e imagens de atrocidades, pede-se sempre que o “bom gosto” e o “bom senso” predominem. Exibir imagens de corpos dilacerados, por exemplo, apenas se justifica em ocasiões extremas, como guerras, grandes chacinas, tragédias imprevisíveis, etc. São momentos em que o jornal precisa mudar de tom e mostrar, em regime de exceção, aquilo que normalmente não se vê nas coberturas do dia-a-dia, como no ataque ao *World Trade Center*, no fenômeno *tsunami*, nos 111 mortos do Carandiru, etc.

Adiante, nesta pesquisa, analisaremos algumas fotografias de fatos violentos que tiveram grande repercussão na mídia envolvendo ora *outsiders*, ora *estabelecidos*, e em alguns momentos ambos, como nos ataques terroristas. A forma como *estabelecidos* e *outsiders* aparecem na mídia, ao menos quando a pauta envolve violência, trauma e dor, é radicalmente diferente.

Ao que parece há *modus operandis* diferenciados para retratar os *estabelecidos* e os *outsiders*, em parte urdidos na redação – a ideologia e a linha editorial do veículo - e em parte porque o fotógrafo, ao se identificar com o grupo dominante, exerce, ainda que inconscientemente, pautado também pela busca de imagens de impacto, o papel de juiz que determina quem e como vai aparecer

nas páginas do jornal, como assinala Gisèle Freund:

Mais do que qualquer outro meio, a fotografia é capaz de exprimir os desejos e as necessidades das camadas sociais dominantes, e a interpretar à maneira deles os acontecimentos da vida social. (...) o caráter da imagem é determinado, a cada vez, pelo modo de ver do operador e pelas exigências dos seus mandantes.<sup>15</sup>

Boris Kossoy também contribui para esse debate:

As diferentes ideologias, onde quer que atuem, sempre tiveram na imagem fotográfica um poderoso instrumento para a veiculação das idéias e da conseqüente formação e manipulação da opinião pública, particularmente, a partir do momento em que os avanços tecnológicos da indústria gráfica possibilitaram a multiplicação massiva de imagens através dos meios de informação e divulgação.<sup>16</sup>

Uma chacina ocorrida na periferia de São Paulo ou um atentado à bomba em Bagdá, mesmo num jornal mais elitista, pode exibir corpos mutilados, pessoas desesperadas, cadáveres abandonados e poças de sangue, sem muita sutileza. O mesmo, porém, não costuma ocorrer quando as vítimas moram em locais nobres da cidade ou pertencem a um grupo de perfil sócio-cultural e econômico elevado, ainda que o fato seja um acidente em que não haja culpados. Nesses casos, as fotografias tendem a ser muito mais distanciadas, metafóricas, conotativas, quase assépticas e exangues. Em *Diante da dor dos outros*, Susan Sontag percebe esse sintoma:

Permanecer dentro dos limites do bom gosto foi a razão primária apresentada para não exibir nenhuma das horripilantes imagens dos mortos colhidas no local do atentado do World Trade Center, logo após o ataque no dia 11 de setembro de 2001.<sup>17</sup>

SONTAG tem razão. No dia 11 de setembro de 2001, na posição de editor de fotografia da *Folha de S.Paulo* com a incumbência de selecionar as fotografias mais representativas para a primeira página e para o caderno especial sobre o atentado, estranhamos o fato de o grande número de fotografias recebidas das três grandes agências internacionais, além da pesquisa que fizemos em agências que possuíam fotógrafos atuando nos locais atingidos pelo ataque terrorista, não exibir corpos de pessoas que haviam morrido no episódio. Estimava-se, nos primeiros momentos após os ataques, que mais de mil pessoas poderiam ter morrido. Dias mais tarde oficializou-se o número de 2.829 vítimas fatais.

Apesar desse número e da maciça cobertura de imagens que o evento mereceu, praticamente não se viu imagens de pessoas mortas publicadas na grande imprensa. Fotografias de corpos junto aos destroços dos prédios não chegaram a circular pelas agências internacionais. Comentou-se muito que havia uma espécie de "acordo tácito" entre as empresas de comunicação e o governo norte-americano em não expor esse tipo de imagens, com o intuito de não chocar os parentes das vítimas, como cita SONTAG. Também teria sido uma forma de não

mostrar aos terroristas imagens que lhes serviriam como uma espécie de troféu. O fato é que a imprensa teve um comportamento muito diferente se comparado a eventos do mesmo porte ocorridos em outras partes do mundo, sobretudo fora dos países do primeiro mundo.

As imagens do ataque ao *WTC* que circularam exaustivamente pela



imprensa foram aquelas que mostravam a explosão das torres gêmeas após serem atingidas pelos aviões, o pânico das pessoas que presenciaram a cena, alguns feridos leves que estavam nas ruas próximas e os destroços. Para a mídia, foi um evento sem sangue.

SONTAG nos lembra, porém, que o mesmo “bom gosto” que a mídia cumpriu a

Imagem 37: Avião atinge torre do *World Trade Center* logo após a primeira aeronave ter atingido a torre da direita. Nova York, 11 set 2001. Spencer Platt/Getty Images

risca na divulgação de imagens do atentado ao *WTC* historicamente não ocorre quando as vítimas fazem parte, por exemplo, do Terceiro Mundo:

Quanto mais remoto ou exótico o lugar, maior a probabilidade de termos imagens frontais completas dos mortos e dos agonizantes. Assim, a África pós-colonial existe na consciência do público em geral no mundo rico – além de sua música sensual – sobretudo como uma sucessão de fotos inesquecíveis de vítimas com olhos esbugalhados...<sup>18</sup>

Para exemplificar esta assertiva de SONTAG, pesquisamos imagens realizadas durante o ataque militar das forças norte-americanas e britânicas ao Iraque, iniciado com um bombardeio sobre Bagdá em 19 de março de 2003, um ano e meio após o atentado terrorista aos Estados Unidos.

Para a cobertura do conflito, o exército americano permitiu que repórteres-fotográficos e cinematográficos



Imagem 38: Pedestres fogem enquanto a segunda torre do *WTC* desaba. Nova York, 11 set 2001. Amy Sancetta/AP

se infiltrassem em alguns determinados batalhões. Esses repórteres foram apelidados de 'embutidos' (*embedded*, em inglês). Para integrar as tropas, todos esses profissionais da imprensa tiveram de assinar um acordo com os governos norte-americano e britânico de só divulgarem informações por eles permitidas. O acordo previa, por exemplo, não fotografar as baixas do próprio exército. Do outro lado, porém, era território livre. Os cadáveres e a dor dos iraquianos foram mostrados à exaustão, inclusive com o próprio governo iraquiano propagando imagens com o intuito de chamar a atenção da comunidade internacional.

SONTAG lembra ainda que essa forma diferenciada de representação que preserva a imagem de alguns e reforça estigmas em outros, atravessa os tempos na história da humanidade:

Em geral, os corpos com ferimentos graves que aparecem em fotos publicadas são da Ásia ou da África. Essa praxe jornalística é herdeira do costume secular de exibir seres humanos exóticos – ou seja, colonizados: africanos e habitantes de remotos países da Ásia foram mostrados, como animais de zoológicos, em exposições etnológicas montadas em Londres, Paris e outras capitais européias, desde o século XVI até o início do XX.<sup>19</sup>

Para mostrar um contraponto em relação à forma como os "colonizados", como diz SONTAG, são exibidos na mídia, selecionamos duas fotografias de vítimas de atentados terroristas em capitais do primeiro mundo. É curioso como em dois momentos distintos no tempo e no espaço, dois fotógrafos fizeram imagens muito semelhantes de duas vítimas, trajadas tipicamente como homens de negócios.



**Imagem 39. Crianças iraquianas reagem desesperadamente ao saber que seus parentes foram mortos em Bagdá, Iraque, 2003. Carolyn Cole/Los Angeles Times/Reuters**



**Imagem 40. Mulher iraquiana com o rosto coberto de sangue, segura os sapatos de seus dois filhos policiais que foram assassinados por um homem armado, na cidade de Baquba, Iraque, 22 fev 2006. Ali Yussef/AFP**

CAPÍTULO 3 O OLHAR HEGEMÔNICO – IDENTIDADE E PRECONCEITO



Imagem 41. **Corpos encontrados em um ônibus por uma patrulha americana em Bagdá, Iraque, 08 mar 2006. Ali Haider/EFE;** Imagem 42. **Policiais carregam corpo carbonizado de suicida que explodiu seu carro com bombas próximo a grupamento da polícia americana em Bagdá, 22 jul 2006. Ali Al-Saadi/AFP**

Podemos pensar em coincidência, mas também na reincidência de uma forma de pensar, agir e representar quando o grupo dominante é vitimado.

Estas duas fotografias se tornaram símbolos dos ataques ao *WTC*, em Nova York, e ao metrô londrino, em 07 de julho de 2005. Terno, gravata, pasta executiva e jornal em punho simbolizam o mundo dos negócios. Sujos, machucados, diante de um cenário de horror, os dois personagens eleitos pelos

fotógrafos conseguem manter uma aparência resignada, digna. A idéia de que não sucumbiram diante da barbárie lhes empresta uma expressão destemida e heróica, quase a mesma que devotamos às esculturas de importantes personagens da história em praças públicas.

São imagens de forte simbolismo para representar a idéia do poder que foi atacado. Tais efeitos são reforçados pelo ângulo de tomada da imagem.



Imagem 43. Homem atingido por nuvem de poeira caminha em rua próxima aos prédios do *World Trade Center* após ataque às torres gêmeas. Nova York, 11 set 2001. Shannon Stapleton/Reuters; Imagem 44. Homem ferido deixa a estação do metrô *Edgware Road*, em Londres, após atentado a bomba. 07 jul 2005. Edmond Terakopian/AP

Os fotógrafos se posicionaram na mesma linha do olho dos personagens e se preocuparam em mantê-los no centro da imagem, composição que denota deferência. Este é o ângulo e a postura pelo qual se representam os “iguais”. Mostra que os fotógrafos se identificaram com as vítimas. “Nós” fomos atacados, dizem subliminarmente as imagens.

O atentado ao metrô de Londres, em 2005, deixou mais de 50 mortos e mais de 700 feridos. Foi o maior ataque que a cidade sofreu desde a Segunda Guerra Mundial. As fotografias que circularam pela imprensa, porém, como já havia acontecido no episódio norte-americano, também não mostraram em nenhum momento os mortos e tampouco as composições do metrô atingidas pelas bombas logo após o ataque. Bombas explodiram simultaneamente em quatro locais: três em estações do metrô, uma num ônibus. O ônibus destruído, alguns feridos e a ação da polícia foram a tônica das fotos disponibilizadas pelas agências internacionais. De novo, sem imagem de vítimas fatais.

A impossibilidade de fotografar as cenas das explosões no interior do metrô levou os fotógrafos a representar o drama humano com imagens de feridos. É interessante perceber que a fotografia de maior impacto, ou que carrega uma maior riqueza narrativa, não está necessariamente nas imagens que mostram corpos dilacerados, como são insistentemente publicadas pela mídia quando o incidente ocorre em locais “exóticos”, como classifica SONTAG.

Ao buscar outras fórmulas para representar o terror, os repórteres-fotográficos podem muitas vezes conseguir imagens mais sutis e ao mesmo tempo com uma força expressiva mais contundente. O pânico estampado no rosto do rapaz que auxilia a mulher atingida pela explosão no metrô, mais a dramaticidade imposta pela máscara que lhe oculta os ferimentos e os gestos das mãos de ambos, faz dessa imagem um potente libelo contra o terrorismo.

O problema não está em mostrar a violência, até porque a denúncia é uma das funções mais nobres do jornalismo, na qual a fotografia tem suma



Imagem 45. Destroços do ônibus de passageiros de dois andares destruído por bomba em ataque terrorista ocorrido em Londres, 07 jul 2005. Reprodução de TV

importância. A questão está na forma diferenciada, antagônica até, de relatar episódios da mesma magnitude quando estes ocorrem em locais ou entre pessoas de diferentes classes sociais, por exemplo. É o que conclui também a jornalista brasileira Iriz Angélica Medeiros em sua dissertação de mestrado:

É de extrema importância constatar que o problema não está no ato de o fotojornalismo mostrar a face pobre e violenta do mundo. O problema está em apenas difundir estereótipos de pobreza e violência, através da representação fotográfica sempre dos mesmos lugares, sempre das mesmas vítimas, do mesmo ponto de vista. Como se em países mais pobres e desprivilegiados em alguns aspectos não existisse beleza ou mesmo outros tipos de problema. Como se os países ricos não enfrentassem também sérios problemas, seja de violência urbana, cinturões de pobreza e exclusão social. Dessa forma, o fotojornalismo mostrado na grande mídia sustenta uma imagem um tanto cínica da realidade e reforça padrões de opinião já existentes. Nos falta atualmente maior diversidade de informação para uma sólida compreensão sobre a realidade desse nosso mundo tão complexo, incluindo os países ricos e suas deficiências, incluindo os países pobres e suas conquistas.<sup>20</sup>

Seguindo essa linha de raciocínio e revendo em perspectiva as coberturas jornalísticas que envolveram tragédias e violências em cruzamento com o pensamento de SONTAG, não podemos deixar de pôr em foco a possibilidade da fotografia, dependendo de seu uso na mídia, ser um potente instrumento de perpetuação de estigmas e preconceitos disseminados diariamente pelas páginas dos jornais.

**FOTOJORNALISMO:** realidades construídas e ficções documentais



Imagem 46. Homem auxilia mulher com o rosto queimado pela explosão ocorrida no interior da estação de metrô de *Edgware Road*, onde ocorreu um dos atentados a bomba. Londres. 07 jul 2005. Jane Mingay/AP

Nos anos de 1990 e 1991, quando ocorreu a Guerra do Golfo, o jornalista José Arbex Jr. era o editor responsável pelo caderno *Mundo* da *Folha de S.Paulo*. Posteriormente ele escreveu algumas reflexões reveladoras sobre as imagens da guerra que chegavam às redações dos jornais, enviadas pelas agências internacionais:

À época, como editor de exterior da Folha de S.Paulo, eu procurava selecionar fotos de seres humanos no 'lado árabe' (!). Em geral, tais fotos não existiam. Os árabes eram apresentados apenas como uma idéia, um conceito ameaçador. Isso explica, aliás, porque tantos acreditaram que 'ninguém morreu' na Guerra do Golfo. Os árabes já haviam sido culturalmente eliminados, antes de serem fisicamente exterminados<sup>21</sup>.

Anos mais tarde, ARBEX Jr. retoma a discussão sobre o mesmo tema, em outra publicação, para explicar com mais detalhes o que ele tencionou dizer no texto acima sobre os árabes serem apresentados na mídia como um *conceito ameaçador*:

Durante os seis meses de preparação do ataque de Washington a Bagdá - de agosto de 1990, quando Saddam Hussein invadiu o Cuáit (sic), a janeiro de 1991, quando a guerra começou - o mundo foi inundado por fotos de soldados americanos mobilizados para a guerra, e de seus familiares que ficavam nos Estados Unidos. Tínhamos todas as informações sobre os soldados americanos: sabíamos seus nomes, suas idades, com quem namoravam, onde viviam, quem eram os seus pais, os seus filhos. Do 'lado de cá', nada sabíamos. Ou melhor, recebíamos as famosas imagens de mulheres com véu ('eles' são machistas), de garotos de quinze anos armados até os dentes ('eles são fanáticos'), de feiras de camelos na

Arábia Saudita ('eles são atrasados'). Por meio dessa operação os árabes se tornaram invisíveis, tanto quanto os soldados americanos se tornaram nossos amigos, figuras familiares e simpáticas.<sup>22</sup>

Fotografar por um único ponto de vista ou mesmo optar por não fotografar, deixando este ou aquele aspecto fora do alcance da visão dos leitores, é uma forma recorrente de manipular a informação, como nos lembra KOSSOY:

A omissão, a autocensura, a censura política, e todas as demais formas de censura às imagens sempre foram uma prática corrente de manipulação de informação, fato que ocorre tanto nos países em que vigoram os regimes democráticos quanto naqueles onde prevalecem a intolerância e o autoritarismo.<sup>23</sup>

Seja na atuação como repórter-fotográfico ou editor, percebemos que esse jogo de poder e de tratamentos diferenciados parece permear várias esferas na sociedade, da qual o jornalismo seria apenas mais um campo. Por exemplo, quando o repórter-fotográfico chega ao local onde ocorreu um crime, geralmente já estão presentes a polícia, bombeiros, paramédicos ou a defesa civil, dependendo do caso e da gravidade.

A primeira barreira a ser vencida pelo repórter-fotográfico, que, muito mais que o repórter de texto, necessita ter acesso à cena dos fatos, é convencer as autoridades presentes a lhe permitir exercer seu trabalho. Quando as vítimas são

enquadradas como *outsiders*, esse acesso é invariavelmente livre e as autoridades envolvidas acabam colaborando de várias formas para que a equipe de jornalismo não tenha problemas em apurar os fatos, chegando mesmo a transgredir algumas normas que findam por expor em demasia pessoas acusadas de crimes, por exemplo, quando as obrigam a dar entrevistas, como presenciamos em algumas oportunidades. Sem saber de seus direitos, essas pessoas acabam agindo por coerção.

Se, ao contrário, a cena dos fatos envolver *integrados*, ou ocorrer nas regiões ditas nobres da cidade, o *script* geralmente é outro. Dificilmente a imprensa terá acesso ao local, as autoridades responsáveis negam informações e alardeiam o direito de proteção e a preservação da imagem das vítimas. Falam o menos possível e, sobretudo, não deixam que imagens sejam feitas.

Supondo que algum repórter-fotográfico consiga furar o bloqueio e fotografar a cena de um crime que envolva algum *integrado*, a não ser que essa imagem tenha alguma informação relevante para elucidar o crime, fatalmente será vetada no processo de edição do veículo. Como já dissemos anteriormente, há um certo pacto silencioso em nome da preservação da imagem de certos grupos sociais e de determinadas pessoas, que perpassa as redações da grande mídia.

Mesmo quando todo o acesso à imprensa é permitido, por não ser possível cercar os espaços, como nos grandes atentados ou tragédias naturais,

pode-se constatar que os fotógrafos adotam uma postura diferente ao abordar a cena, quando as vítimas pertencem a grupos mais ou menos privilegiados na escala social.

Um exemplo foi a morte misteriosa do jornalista Andrea Carta, diretor da revista *Vogue Brasil*, em 16 de setembro de 2003. Carta teria caído da janela do apartamento do empresário Rogério Fasano, após uma discussão entre ambos, nos Jardins, bairro nobre da cidade de São Paulo. O episódio mereceu cobertura discreta e em tom sóbrio por parte dos jornais paulistanos.

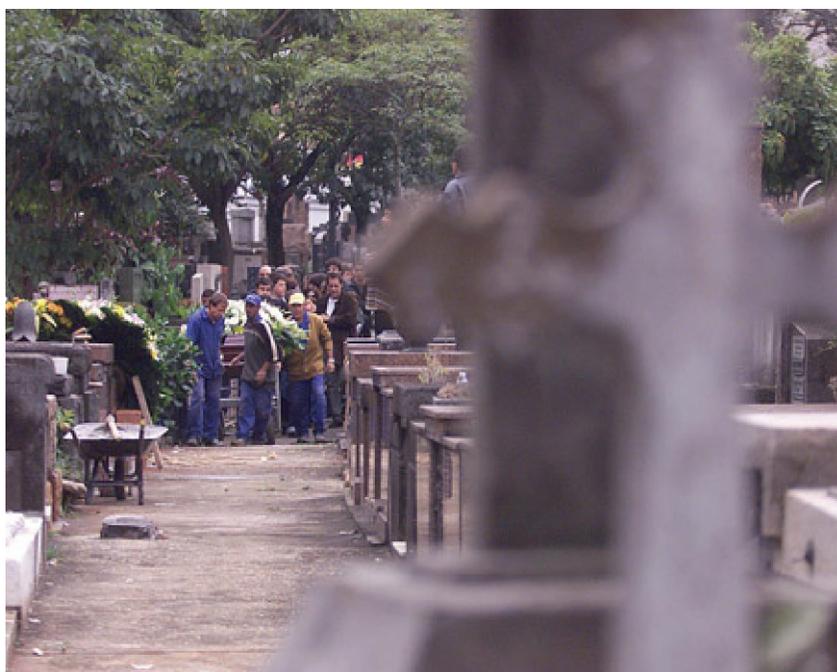
Carta e Fasano pertencem a famílias abastadas e influentes da sociedade paulistana. Em nenhum momento foi realizada imagem do corpo do jornalista. A polícia não permitiu e tampouco era interesse dos jornais obterem tal imagem. A cobertura fotográfica do enterro, por recomendação da direção do jornal e a pedido da família, foi feita à distância, sem mostrar parentes ou outras pessoas presentes, assim como nos outros jornais da cidade. A investigação sobre a morte aconteceu em sigilo de justiça.

Do ponto de vista técnico, o repórter-fotográfico tem várias alternativas ao seu dispor para viabilizar uma abordagem mais ou menos impactante, como, por exemplo, o uso de lente grande-angular, que distorce a cena e aumenta a dramaticidade, a exploração de ângulos mais inusitados conferindo uma visualidade mais agressiva à imagem, como dito no capítulo anterior, além

de composições privilegiando cores primárias, *closes* mostrando ferimentos ou lágrimas, são alguns recursos que denotam essa busca pela fotografia de impacto.

Tais recursos auxiliam no processo da construção narrativa e da modulação da ênfase que o fotojornalista quer atribuir ao seu registro, que parte do real para se tornar uma quase ficção, descolando-se da sua *primeira realidade*, como sugere KOSSOY: “a imagem de qualquer objeto ou situação documentada pode ser dramatizada ou estetizada, de acordo com a ênfase pretendida pelo fotógrafo em função da finalidade ou aplicação a que se destina”.<sup>24</sup>

O modo como o repórter-fotográfico cria/constrói a narrativa, em cruzamento com os preceitos editoriais de seu veículo, pode embutir uma trama ide-



ológica, cultural e política que espelha o jogo de poder e a hierarquização da sociedade a partir de pressupostos geralmente preconceituosos, que resulta em assimetrias na forma de representar esta ou aquela classe, este ou aquele indivíduo. Uns têm

Imagem 47. Enterro do jornalista Andrea Carta no cemitério São Paulo. 16 set. 2003. Flávio Florido/Folha Imagem

direito a preservar suas imagens em situações constrangedoras, outros menos, outros nenhum.

Nas redações dos grandes jornais brasileiros, a situação da criminalidade e do combate ao tráfico de drogas, no Rio de Janeiro, é um tema recorrente nas reuniões de pauta. Por se tratar de uma das cidades com maior afluxo de turistas no mundo, é também sede de filiais das grandes agências internacionais, que com suas equipes de jornalismo geram conteúdo que é difundido em escala global diariamente. O contraste entre a beleza natural, que lhe rende a insígnia de “cidade maravilhosa”, e o universo do tráfico e da criminalidade é uma combinação paradoxal que rende imagens de grande impacto e que, invariavelmente, reforça no exterior a visão de exotismo e de periculosidade dos trópicos, difundida desde tempos remotos<sup>25</sup>.

Na maioria das vezes o que ocorre no dia-a-dia das favelas e dos morros cariocas não chega aos jornais; porém, quando os conflitos aumentam, ou há vítimas em áreas mais nobres da cidade, a temperatura jornalística sobe, e geralmente o retorno vem em imagens de grande impacto. É muito comum que os repórteres-fotográficos consigam captar imagens que exibam corpos alvejados por tiros e abandonados em locais públicos. O que causa espanto, também, é a aparente tranquilidade com que os moradores locais tratam a morte e a violência que os rodeia. Universo cru, sem nuances, sem metáforas.

Quando uma classe social se vê o tempo todo representada de forma

marginalizada pelo olhar impositivo e hegemônico que a mídia muitas vezes ajuda a construir, sem ter os mesmos meios para reagir e se mostrar de outra forma, finda por introjetar esta imagem social que lhe é imposta. É quando o jornalismo exclui a polissemia do seu discurso, se abstém de enveredar pela complexidade do ser humano em nome de uma facilitadora e genérica taxionomia da sociedade. É o exercício narrativo como agente gerador de estereótipos, como esclarece Edgar Roskis:

Os indivíduos não são colocados mais no quadro de uma imagem pela sua singularidade ou simplesmente porque eles aí estão – eles e ninguém mais –, eles são *escolhidos* por sua representatividade estatística, sua conformidade com um modelo de alteridade aceitável – portanto, assimilável – pelos cânones da visão ocidental, publicitária, do mundo: bastante “outros” para serem exóticos, suficientemente “mesmos” para merecer nosso interesse e suscitar nossa compaixão.<sup>26</sup>

Quando a mídia representa as parcelas menos instruídas da população através desse prisma redutor e estereotipado, auxilia no processo de incutir na consciência dessas pessoas uma representação na qual elas se vêem ora como um perene caso de polícia, ora como figuras sociais divergentes em relação a um padrão imposto pelo *status quo*.

Esta práxis pode corroborar para um estado de submissão dessas classes menos afortunadas e instruídas. Pode ser uma forma de “domesticar” este público, tirando dele a capacidade de transformar sua própria imagem. Este



Imagem 48. Corpo de suposto traficante morto com tiro nas costas durante ação policial é carregado em carrinho de mão por rua da favela da Rocinha. Rio de Janeiro, 12 abr 2004. Ana Carolina Fernandes/Folha Imagem



**Imagem 49. Pedestres observam corpo de homem travestido, um dos 28 mortos em chacina na Baixada Fluminense. Rio de Janeiro, 01 abr 2005. Bruno Domingos/Reuters**



**Imagem 50. Policiais removem corpo de vítima de tiroteio no morro do Cerro-Corá. Rio de Janeiro, 25 jan 2000. Antônio Gaudério/Folha Imagem**

mecanismo de construção de identidades pela representação pode se revelar, assim, altamente perverso. Os meios constroem o público e conferem a ele uma “identidade” que simplesmente obedece e espelha a hierarquização da sociedade construída a partir de preconceitos, jogos de poder e hiper-valorização dos atributos econômicos.

Ao problematizar essas questões que afetam a mídia em geral, e o fotojornalismo em particular, colocando em xeque a sua ética, buscamos demonstrar como esse descompasso entre realidade e representação-



Imagem 51. Bruno e Anderson de Oliveira Lopes encontrados mortos em cima da mesa de sinuca de um bar em Nova Iguaçu. Rio de Janeiro, 22 fev 2005. Gustavo Azeredo/Agência O Globo

interpretação pode encobrir campos mais obscuros raramente percebidos pelos leitores e normalmente fora dos debates mais acalorados quando se discute a conduta da imprensa.

No próximo e último item desta dissertação, analisaremos o trabalho de um grupo de *outsiders* que, ao utilizar a fotografia para representar o seu dia-a-dia, tenta reverter a imagem hegemônica pela qual é identificado diariamente nas páginas dos jornais e, logo, por grande parte da sociedade. Olhar em contra-ataque. A tentativa de instaurar uma visão contra-hegemônica.

### 3.1. Um olhar em contra-ataque

Ao observar a forma como os moradores dos morros e favelas cariocas são comumente apresentados na mídia, o sociólogo e fotógrafo francês Vincent Rosenblatt, que mora no Rio de Janeiro, pesquisou e coletou imagens publicadas nos jornais que, quase exclusivamente, mostram tais pessoas e locais em momentos de conflito.

Quase sempre a grande mídia explora o cotidiano das favelas apresentando informações distorcidas e apelativas que abordam apenas o aspecto da violência, gerando para seus habitantes, problemas de ordem ética como discriminação e segregação social. Para quem olha de fora parece que a favela não é nada mais que um filme de bague-bague em moto-contínuo.<sup>27</sup>

A partir desta constatação, e pensando numa forma de reverter um pouco essa imagem dos moradores dos morros, ROSENBLATT fundou a ONG *Olhares do Morro*<sup>28</sup>, com o intuito de ensinar crianças e adolescentes a fotografar a rotina dos seus locais de moradia.

Após a implantação da sede, em 2002, no alto do morro Santa Marta, foram selecionados alguns jovens da comunidade que tinham interesse em aprender a fotografar. ROSENBLATT deu um curso básico de operação das câmeras doadas por instituições, e os jovens passaram a fotografar a rotina do morro para, em

seguida, se reunirem para discutir a edição.

Sobre essa sua motivação, o fotógrafo francês escreve no *website* da ONG: “No meio de uma população à margem da sociedade, que por vezes não dispõe nem de existência civil, promover um projeto coletivo de afirmação visual faz infinitamente mais sentido do que fotografar solitariamente o território sensível da favela”.

Surgiu daí uma visão bastante original e, sobretudo, inesperada para quem está habituado à iconografia diária dos morros nos jornais. A ONG cresceu



Imagem 52. Cristo Redentor visto do morro por entre os “gatos” da fiação elétrica, em imagem de autoria de Ricardo de Jesus. Olhares do Morro. Rio de Janeiro, 2004

e se tornou uma agência de fotografias que hoje atende a clientes do Brasil e do exterior. Um caso raro em que os *outsiders* mobilizados, tentam reverter sua imagem distorcida pelos grupos dominantes, utilizando a mesma ferramenta que esses usam para criar e perpetuar estigmas.

As imagens realizadas pelos membros da ONG *Olhares do Morro* se esforçam em mostrar a vida cotidiana dos morros cariocas, fora dos momentos de violência, possibilitando assim uma imersão no universo destas comunidades, como normalmente não nos é possível perceber por meio das reportagens dos grandes jornais, que geralmente só mostram esses locais quando há a invasão da polícia para combater o tráfico ou nos casos de tragédias em geral.

Na fotografia em que vemos o Cristo Redentor (imagem 52) através das fiações de ligações clandestinas de energia elétrica, percebemos uma abordagem bem humorada para narrar a fé no divino e ao mesmo tempo as “gambiaras” pela sobrevivência.

Nos dois retratos (imagens 53 e 54), os personagens são mostrados em momento de lazer e descontração. A vida dos moradores do morro surge de forma bastante diversa em

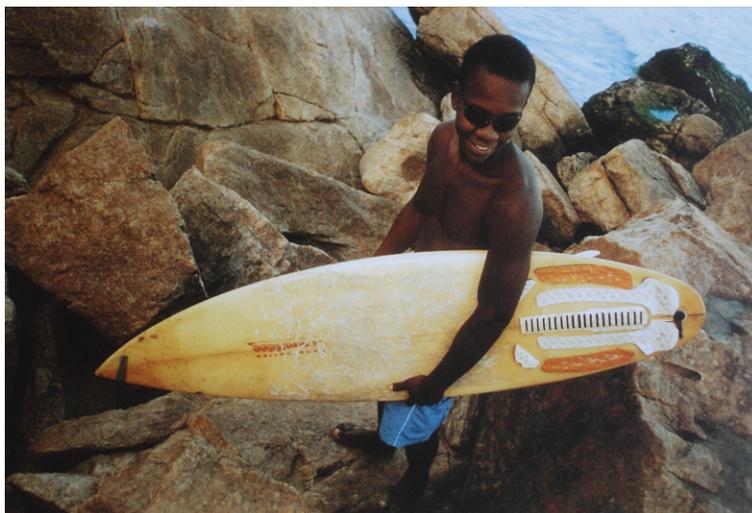
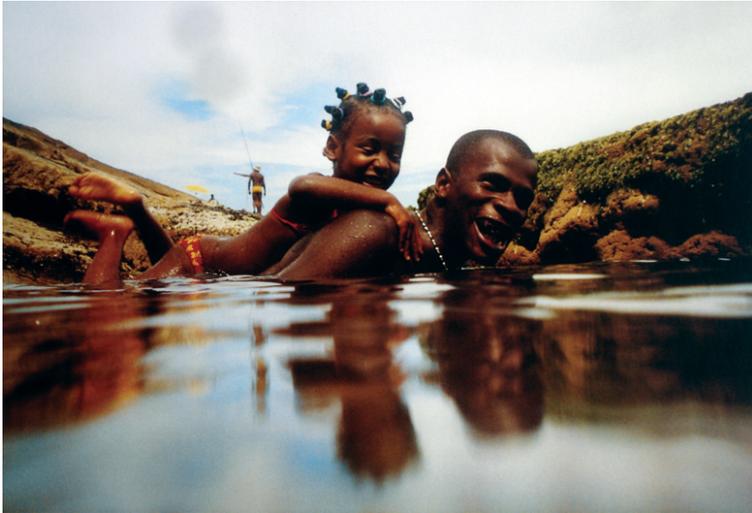


Imagem 53. Retrato realizado por Fernando Gomes Rodrigues. Olhares do Morro. Rio de Janeiro, 2004.

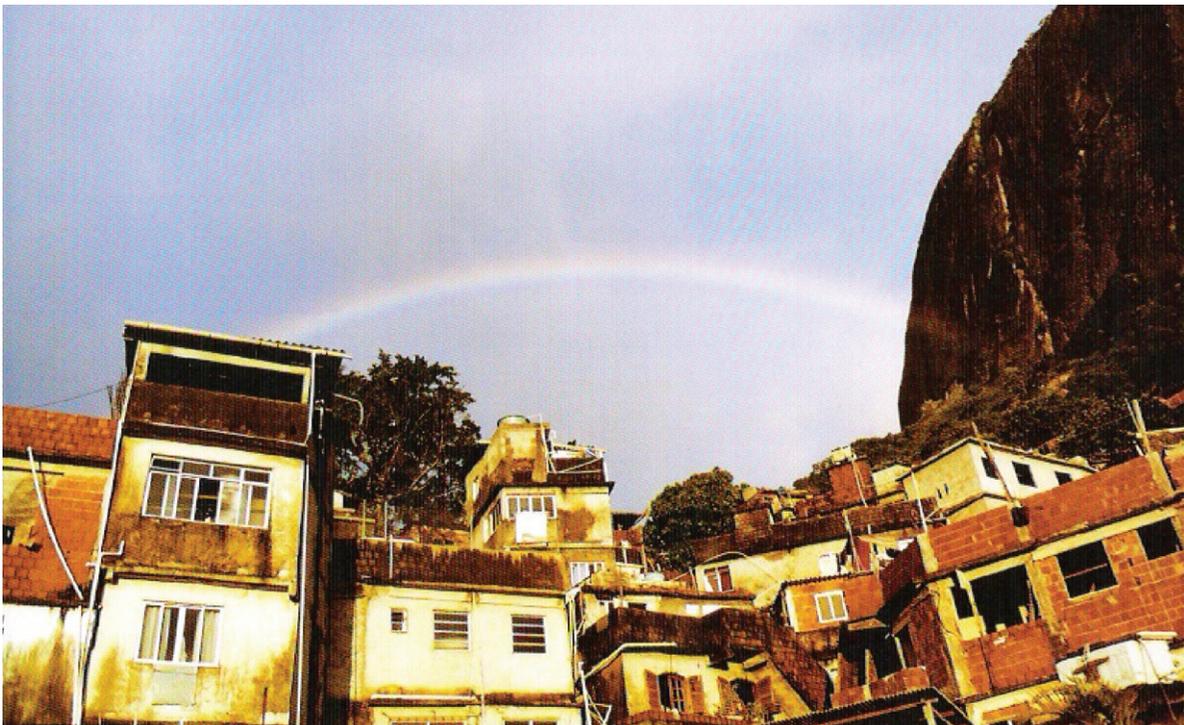
**CAPÍTULO 3 O OLHAR HEGEMÔNICO – IDENTIDADE E PRECONCEITO**



**Imagem 54. Pai e filha retratados por Fernando Gomes Rodrigues – Olhares do Morro. Rio de Janeiro, 2004.**

relação às imagens de violência com a qual são geralmente representados na mídia.

A fotografia do arco-íris sobre os casebres (imagem 55, que crescem verticalmente de tempos em tempos desafiando a lei da gravidade da geografia do morro, emoldura uma espécie



**Imagem 55. Fotografia de autoria de Daniel Martins. Olhares do Morro. Rio de Janeiro, 2003**

de arquitetura da resistência.

Como vimos, trata-se de dois enfoques absolutamente diversos, o da mídia e o dos membros da ONG, que causam na recepção percepções totalmente diferentes acerca do mesmo local e pessoas. Fica nítido o *processo de construção de realidades* por meio de fotografias, como foi discutido ao longo desta dissertação.

Mas qual dos dois enfoques apresentados seria afinal o documento que representa de forma mais fidedigna a realidade de quem vive nos morros cariocas? Provavelmente nenhum dos dois. A justa medida talvez esteja no equilíbrio entre os dois relatos fortemente marcados por posições dogmáticas e ideológicas bem definidas e diametralmente opostas, que se assemelham muito mais ao cânone da propaganda que do jornalismo. Essas são duas vertentes da área da comunicação que parecem bem menos distantes do que normalmente imaginamos. Como nos alerta a fotógrafa norte-americana Dorothea Lange (1895-1965), grande referência da fotografia documental: “tudo é propaganda daquilo que a gente acredita. Quanto mais intensa e profundamente acreditamos em algo mais propagandistas nos tornamos”.<sup>29</sup>

## Notas do Capítulo 3

<sup>1</sup> Diariamente, de segunda à sexta-feira, na redação da *Folha de S.Paulo*, são realizadas duas reuniões editoriais. A primeira, às 09h, com a presença de um secretário de redação com os pauteiros (editores-assistentes) de todas as editorias diárias, além da Fotografia e da Arte. Nesta reunião é montada a *agenda setting* que irá nortear os principais investimentos do corpo editorial do jornal durante o dia, podendo ser alterada a qualquer momento diante de novos e importantes fatos noticiosos. A segunda reunião, às 16 horas, tem caráter mais executivo e conta com a presença de pelo menos dois secretários de redação, mais o editor da primeira página e todos os outros editores do jornal que devem relatar o andamento das principais coberturas do dia. Neste encontro é delineada a manchete, as notícias que irão ocupar as capas dos cadernos, as fotografias que concorrem para a primeira página e páginas internas, bem como as artes que deverão ser confeccionadas com o intuito de auxiliar no didatismo de reportagens mais complexas. Dependendo das novidades que acontecerem no mundo após a reunião, tudo pode ser mudado antes do primeiro fechamento, às 20 horas (edição nacional), ou anteriormente ao segundo fechamento, às 23 horas (edição São Paulo). Alterações na edição podem ocorrer, em casos excepcionais, durante a rodagem da última edição até aproximadamente 01 hora da manhã.

<sup>2</sup> Cristina Ponte. *Leituras das notícias*. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

<sup>3</sup> Id e Ibid, p. 114.

<sup>4</sup> Dentro do planejamento estratégico dos grandes jornais é comumente programada uma ampla pesquisa de perfil de leitores de tempos em tempos, geralmente dividida em dois módulos: assinantes e leitores que compram o jornal em bancas. Os parâmetros aferidos servem tanto para orientar o rumo editorial do jornal, quanto para o departamento de marketing balizar os investimentos das agências de publicidade que procuram público consumidor em determinadas classes sócio-econômicas, faixa etária, gênero etc. No caso da *Folha de S.Paulo* a pesquisa é feita pelo *Instituto Datafolha*.

<sup>5</sup> Utilizamos o termo em inglês *outsiders* (forasteiros) no sentido usado pelos autores Norbert Elias e John L. Scotson (*Os Estabelecidos e Outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000) para denominar a parcela da sociedade que dentro do jogo de poder e hierarquia, são excluídos e estigmatizados por questões geralmente ligadas a tensões raciais, étnicas, de classe, por optarem por um modo de vida que difere da maioria, etc. Geralmente sem poder de reação, também por falta de coesão como grupo social e político, vivem à margem sem a devida garantia dos seus direitos civis e dos bens sociais.

6 Dos mesmos autores, o termo *estabelecidos* designa a parcela social oposta aos *outsiders*. Situados nas principais posições hierárquicas de poder na sociedade, os *estabelecidos* fazem a manutenção do seu *status quo* salientando a diferença com os *outsiders* num movimento que impede a coesão destes por meio da proliferação de preconceitos.

7 Tomaz Tadeu da Silva. *A produção social da identidade e da diferença*. In: *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000, pág. 81.

8 Cf. Liz Wells. *Photography: A Critical Introduction*. England, Routledge, 3rd. ed., 2004.

9 Op. Cit. 7, p. 91.

10 Stuart Hall. *Da diáspora – Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, pp. 400-401.

11 Norbert Elias e John L. Scotson. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000, p. 26.

12 Op. Cit. 10, p. 396.

13 Id. e Ibid., p. 401.

14 Op. Cit. 11, p. 23.

15 Gisèle Freund. *Fotografia e Sociedade*. 2ª ed., Lisboa: Veja, 1995, p.37 (Coleção Comunicação & Linguagens).

16 Boris Kossoy. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 3ª ed., Cotia (SP): Ateliê Editorial, 2002, p. 20.

17 Susan Sontag. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Cia. das Letras, 2003, p. 59.

18 Id. e Ibid. p. 61.

19 Id. e Ibid. p. 62.

20 Iriz Angélica Medeiros. *O fotojornalismo internacional na grande imprensa globalizada*. Dissertação de mestrado defendida no Centro Universitário Senac, 2006. p. 88.

21 José Arbex Jr. *Showjournalismo: a notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela, 2001, p. 117.

- 22 José Arbex Jr. in SACCO, *Palestina: uma nação ocupada*. 3ª ed., São Paulo: Conrad, 2004, p. 09.
- 23 Boris Kossoy. *Fotografia e História*. 2ª ed. Revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001, p. 113.
- 24 Op. Cit. 16, p. 52.
- 25 Cf. Boris Kossoy e Maria Luiza Tucci Carneiro. *O olhar europeu. O negro na iconografia brasileira do século XIX*. São Paulo: Edusp, 1994.
- 26 Edgar Roskis. *A decadência do fotojornalismo*. Universidade Paris X, Departamento das Ciências da Informação. <http://diplo.uol.com.br/2003-01,a543>, acesso em 21 de novembro de 2007.
- 27 Depoimento de Vincent Rosenblat, durante palestra no evento *FotoPalavra*, no Itaú Cultural, em outubro de 2005.
- 28 Site na Internet: [www.olharesdomorro.org](http://www.olharesdomorro.org)
- 29 Apud Joan Fontcuberta. *El beso de judas - Fotografía y verdad*. 4ª ed., Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2002, p. 155.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O debate acerca da credibilidade da fotografia como testemunho, na contemporaneidade, está fundamentado, principalmente, nas conquistas tecnológicas deflagradas na última década, sobretudo a invenção e popularização das câmeras digitais, a propagação dos programas de tratamento de imagem e a `deepfake` como recurso que generalizou em escala global a difusão e ampliou os usos das imagens técnicas.

Num momento em que o debate teórico há algumas décadas já apontava ser paradoxal a aura de veracidade devotada à representação fotográfica, este súbito câmbio possibilitado pela tecnologia, que entre outras alterações eliminou do processo o filme fotográfico, uma das últimas provas de fidedignidade que ligava o ato fotográfico ao seu referente, tornou o registro fotográfico ainda mais vulnerável como prova documental.

Nesse contexto de fotojornalismo, com sua tradição informativa, investigativa e denunciativa, é a modalidade da fotografia que mais constantemente tem sua veracidade colocada em xeque, geralmente por aqueles que de alguma forma se viram prejudicados em seus interesses com alguma imagem levada a público.

ou por um novo perfil de leitor que, ao começar a dominar as técnicas básicas de manipulação do conteúdo de fotografias em seus computadores pessoais, se tornou uma espécie de guardião da idoneidade da informação fotográfica, muitas vezes questionando algumas imagens publicadas pelos veículos.

Como constatamos, porém, a fotografia é uma linguagem extremamente vulnerável a manipulações técnicas, seja com intenções estéticas e/ou ideológicas, desde os primeiros momentos que se seguiram a sua invenção, no século XIX. As novas tecnologias só facilitaram e difundiram em grande escala a convivência íntima entre realidade e ficção.

No entanto, tal constatação, que inflama alguns debates fatalistas sobre o destino da função testemunhal da fotografia no geral e do fotojornalismo em particular, não pode negar sua relevância histórica, sem desprezar seus paradoxos internos, como importante ferramenta social de regulação das ações do poder público, da manutenção de certos valores da vida em sociedade, e sobretudo como prática que coloca as idiossincrasias humanas, a violência, a corrupção, a falta de zelo com o patrimônio público, entre outros, diante dos olhos e do julgamento de todos. Para lembrar a célebre frase do fotógrafo norte-americano Lewis Hine (1874-1940) acerca de sua obra sobre o trabalho infantil, determinante para a criação das leis trabalhistas nos EUA: "Eu queria mostrar as coisas que tinham de ser corrigidas".

O debate contemporâneo sobre o fotojornalismo e sua função na sociedade, deve ser trazido, portanto, para outro nível de discussão. O fenômeno das câmeras digitais e a ausência do filme fotográfico como contraprova da idoneidade do fotógrafo e de sua imagem deixam, no que toca a reportagem, a fotografia tão ambígua quanto o texto jornalístico.

A natureza de *segunda realidade*, que impossibilita ao fotojornalismo carregar o real em sua integridade, posto que o que chamamos comumente de real também é apenas um ponto de vista, se por um lado desnuda a vulnerabilidade do fotojornalismo, também o liberta para interpretar o mundo visível a partir da idéia de que documentar não é um ato objetivo e excludente de outras percepções acerca dos fatos.

O limite de alteração dos elementos constitutivos da imagem que pode ou não ser realizada pelo repórter-fotográfico dentro de padrões éticos que regem os princípios jornalísticos é impossível de ser demarcado. Na *Folha de S.Paulo*, enquanto éramos editor, havia uma norma interna que dizia que a imagem, após ser captada, deveria receber tratamento em *softwares* como o *Photoshop* com a única finalidade de adequá-la ao padrão de cores da gráfica, o que resultava em quase nenhuma alteração perceptível em seu conteúdo.

Mas, nesse caso, embora o fotógrafo tenha diversos recursos para captar no ato fotográfico uma imagem de acordo com sua intenção, não estaria ele

abrindo mão de todo um arsenal pós-fotográfico possibilitado pela tecnologia para adequar seu trabalho da melhor forma possível de acordo com suas premissas estéticas, culturais e ideológicas?

Estaria aí, quem sabe, sendo gestada uma nova forma de pensar e construir um relato jornalístico a partir da observação do real? Tal ambiente pode vir, é verdade, a recrudescer a busca desmesurada pelo impacto da imagem, ao utilizar de forma mais enfática os recursos técnicos de persuasão devotados à publicidade, assim como pode, também, tornar mais transparente ao leitor a ambigüidade própria do processo de construção de imagens jornalísticas por parte do repórter-fotográfico.

Este novo profissional que se anuncia a partir deste cenário no qual recrudescer a percepção da vulnerabilidade do signo fotográfico, como exposto acima, terá que assimilar as interferências a que o meio está sujeito, não mais com a idéia generalizada de manipulação como um agente que deturpa o significado da mensagem fotográfica e lhe rouba seu poder de testemunho, mas sim como um elemento utilizado em prol do fotógrafo na sua ininterrupta busca de encontrar os devidos parâmetros, a luz mais precisa, o corte mais revelador, a tonalidade de cores mais significativa, a fim de denotar na imagem finalmente publicada uma leitura pessoal, crítica e fidedigna, não intencionando mimetizar a cena, o fato, posto que é impossível, mas reportando-a para além do que o engenheiro que

projetou a câmera a programou para que ele fizesse.

A tarefa, de qualquer forma, se anuncia árdua. Após uma geração de repórteres-fotográficos se convencer de que não há mais como brigar com essa ambigüidade que faz parte da natureza dos registros fotográficos, deverá educar então a recepção, os leitores dos jornais, para que esses lhes dêem autonomia para agirem como os cronistas do seu tempo, reportando o mundo com olhar crítico, ética e bom senso.

A crítica, a ética e o bom senso que norteiam a prática jornalística deveriam se voltar de forma mais enfática menos para essa vigilância que se estabeleceu nos últimos anos em função do desnudamento da manipulação dos elementos compositivos da imagem e mais para o olhar hegemônico das classes dominantes que de forma sorrateira finda por naturalizar uma visão que tende a estigmatizar os *outsiders*, contribuindo para manutenção da hierarquização de poder dentro da sociedade.

Construir realidades, portanto, é a única forma de gerar documentos da nossa história cotidiana, seja por meio do testemunho escrito, oral ou iconográfico. Que alguma forma de ficção - que não deve ser entendida necessariamente como inverdade - perpassa tais documentos é um processo natural e intrínseco da representação que, acumulada pelo tempo, constitui a história do homem. O equilíbrio de qualquer narrativa deve ser uma busca incansável, interminável

dos profissionais da imprensa. E, nessa empreitada, apenas o homem e sua carga cultural, e não as máquinas e toda a tecnologia criada são os agentes capazes de diferenciar narrativas maniqueístas da dialética intrínseca a esse processo.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **LIVRO NO TODO**

ANDRADE, J.M.F. **História da fotorreportagem no Brasil. A Fotografia na Imprensa do Rio de Janeiro de 1839 a 1900.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

ARBEX Jr., J. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo.** São Paulo: Casa Amarela, 2001

ARBEX Jr., J. in SACCO, Joe. **Palestina: uma nação ocupada.** 3ª ed. São Paulo: Conrad, 2004.

BAEZA, P. **Por una función crítica de la fotografía de prensa.** 2ª ed., Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2003.

BARTHES, R. **Mitologias.** São Paulo: Difel, 1981.

BARTHES, R. **A câmara clara: Nota sobre a fotografia.** 2ª Ed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, R. **O óbvio e o obtuso.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BERGER, J. **Modos de ver.** Lisboa: Edições 70, 2002.

BOSSEN, H. **Zone 5, Photojournalism, Ethics, and the Electronic Age.**

Pennsylvania: Studies in Visual Communication, 1985.

CARTIER-BRESSON, H. **O imaginário segundo a natureza**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004.

CASTELLANOS, U. **Manual de fotoperiodismo. Retos y soluciones**. Ciudad de Mexico: Processo, 2003.

COSTA, H.; SILVA, R.R. **A fotografia moderna no Brasil**. 2ª ed., São Paulo: Cosac Naify, 2004.

DEBORD, G. **A Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

DUBOIS, P. **O acto fotográfico**. Lisboa: Vega, 1992 (coleção: Comunicação & Linguagens).

ELIAS, N.; SCOTSON, J.L. **Os estabelecidos e os outsiders**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FABRIS, A. (org.). **Fotografia: Usos e Funções no Século XIX**. São Paulo: Edusp, 1991.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: Ensaio para uma futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FONTCUBERTA, J. **El beso de Judas. Fotografía y verdad**. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2000.

FONTENELLE, P. **Iraque: a guerra pelas mentes**. São Paulo: Sapienza, 2004.

FRANCASTEL, P. **A realidade figurativa**. São Paulo: Perspectiva, 1982.

FREUND, G. **Fotografia e Sociedade**. 2ª ed., Lisboa: Vega, 1995.

- HALL, S. **Da Diáspora – Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- KOSSOY, B.; **Origens e expansão da fotografia no Brasil – Século XIX**. São Paulo: Funarte, 1980.
- KOSSOY, B.; CARNEIRO, M.L.T. **O olhar europeu. O negro na iconografia brasileira do século XIX**. São Paulo: Edusp, 1994.
- KOSSOY, B. **Fotografia e história**. 2ª ed. revista. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- KOSSOY, B. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2002.
- KOSSOY, B. **Os tempos da fotografia: O efêmero e o perpétuo**. – Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.
- KRAUSS, R. **O fotográfico**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1990.
- MACHADO, A. **A ilusão especular - Introdução à fotografia**. São Paulo: Brasiliense/Funarte, 1984. (Col. Primeiros Vôos).
- MCCOMBS, M.; SHAW, D. **Setting the Agenda: The Mass Media in Public Opinion**. Cambridge, UK: Polity Press, 2004.
- MEYER, Pedro. **Verdades y ficciones – un viaje de la fotografía documental a la digital**. Cidade do México. Editora Casa de Las Imágenes, 1995.
- MEYER, Philippe. **A Ética no Jornalismo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

- NEWHALL, B. **The History of Photography**. New York: MOMA, 5<sup>th</sup> edition , 1997.
- PEIRCE, C.S. **Semiótica e filosofia**. São Paulo: Cultrix, 1984.
- PONTE, C. **Leituras das notícias**. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.
- SAID, E. **Orientalismo**. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.
- SOARES, I. O. **Para uma leitura crítica da publicidade**. São Paulo: Edições Paulinas, 1988.
- SODRÉ, M.; PAIVA, R.. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- SONTAG, S. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.
- SONTAG, S. **Sobre fotografia**. São Paulo: Cia. das Letras, 2004.
- SOUGEZ, M.L. **História da fotografia**. Lisboa: Dinalivro, 2001.
- SOUSA, J.P. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Grifos, 2000.
- SOUSA, J.P. **Fotojornalismo. Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- TALBOT, W.H.F. **The Pencil of Nature**. New York, Capo Press, 1969.
- TOSCANI, O. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**. São Paulo: Ediouro, 1996.
- WELLS, L. **Photography: A Critical Introduction**. England, Routledge, 3rd. edition, 2004.

**LIVRO EM PARTE**

ADORNO, T.W. **O ensaio como forma** in Cohn, Gabriel. Theodor W. Adorno. São Paulo: Editora Ática, 1986, pp.167-187.

BARTHES, R. **A mensagem fotográfica** in LIMA, Luiz Costa (org.) **Teoria da cultura de massa**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978, pp. 303-316.

BENJAMIN, W.. **"A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica"**, in **Textos Escolhidos; trad. José L. Gruenewald** – São Paulo: Abril Cultural, 1983, (coleção Os Pensadores), pp. 05-28.

BENJAMIN, W. **"Pequena história da fotografia"**, in **Walter Benjamin Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987, pp – 91-107.

COSTA, H. **"Pictorialismo e Imprensa: O caso da revista O Cruzeiro (1928-1932)"** in FABRIS, Annateresa (org.). **Fotografia: Usos e Funções no Século XIX**. São Paulo: Edusp, 1998, pp. 261-292.

MACHADO, A. **"A fotografia sob o impacto da eletrônica"** in SAMAIN, Etienne (organizador). **O fotográfico**. 2ª ed. São Paulo: Editora Hucitec e Senac, 2005, pp. 309-317.

SILVA, T.T. **"A produção social da identidade e da diferença"** in **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2000, pp. 73-102.

### **PERIÓDICO EM PARTE (FASCÍCULOS)**

ALMEIDA, C.M.T.; BONI, P.C. **A ética do fotojornalismo da era digital in Discursos Fotográficos**. Universidade Estadual de Londrina. Revista do curso de especialização em Fotografia: práxis e discurso fotográfico. Londrina, v. 1, 2005, pp. 11-42.

### **ARTIGO DE JORNAL**

CHIODETTO, E. **Nenhuma imagem é inocente**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 06 de julho de 2004. Caderno Ilustrada, p. E-8.

CHIODETTO, E. **Brasileiros relativizam idéias de mexicano**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 06 de julho de 2004. Caderno Ilustrada, p. E-8.

### **TRABALHOS ACADÊMICOS (DISSERTAÇÃO/TESE/TCC)**

BODSTEIN, C. **A Ficcionalidade do Fotojornalismo**. Campinas, 2007. Tese (doutorado). Departamento de Multimeios, Mídia e Comunicação do Instituto de Artes (IA) da Unicamp. 251 fl.

COSTA, H. **Um Olho que Pensa: Estética Moderna e Fotojornalismo**. São Paulo, 1999. Tese (doutorado). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. 2 v. 520 fl.

MEDEIROS, I.A. **O fotojornalismo internacional na grande imprensa globalizada**.

## BIBLIOGRAFIA

176

Dissertação de mestrado defendida no Centro Universitário Senac, 2006. 104 fl.

PINTO, T.M.O.T. **A estética do fotojornalismo contemporâneo: Uma incursão introdutória**. São Paulo, 2003. Dissertação (mestrado) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. 97 fl.

### **NORMA TÉCNICA**

**Novo Manual de Redação da Folha de S.Paulo**. Versão on line: Disponível em [www.1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual\\_redacao.htm](http://www.1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_redacao.htm) Acesso em 08 de outubro de 2007.

**Normas Técnicas para o trabalho científico – elaboração e formatação**. 14<sup>a</sup>. Ed. Porto Alegre, 2005. Gráfica e Editora Brasul Ltda.

**Manual para Apresentação de Dissertações e Teses**. (Org Daisy Pires Noronha) Universidade de São Paulo. Escola de Comunicação e Artes. 2003.

### **CATÁLOGO**

MEYER, Pedro. **O pincel da câmera**. Brasília: Catálogo de exposição, 2005.

## DOCUMENTO ELETRÔNICO

Documentos consultados "on-line"

CAUJOLLE, C.. **A Foto de Autor. Photosynthesis revista eletrônica. Entrevista a Antônio Ribeiro e Flávio Rodrigues.** 2000. Disponível em [http://www.photosynt.net/ano2/03pe/tete/01\\_cajouille/cajouille.htm](http://www.photosynt.net/ano2/03pe/tete/01_cajouille/cajouille.htm)

Acesso em 08 de março de 2007.

COLUCCI, J. **Tecnologia e hipocrisia digital.** Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fdo90420032.htm> Acesso em 21 de setembro de 2006.

LEITE, E. **"O Advento da Fotografia"**. Disponível em [www.focusfoto.com.br/fotografia-escola/](http://www.focusfoto.com.br/fotografia-escola/) Acesso em 16 de novembro de 2007.

LESTER, P.M. **Fotojornalismo, uma visão ética.** Disponível em <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/pjethics.html>, 1999 Acesso em 19 de fevereiro de 2007.

MATTOS, O. C. F. **Um mundo ao revés in Revista Critério** <http://www.revista.criterio.nom.br/debordolgaria001.htm>, acesso em 05 de outubro de 2007.

MEDEIROS, M.C.F. Santos: **Militão e a Fotografia no Século XIX.** Disponível em <http://www.novomilenio.inf.br/santos/h0351.htm> Acesso em 02 de dezembro de 2007.

REY, L.R.S. **"Jornal Impresso e Pós-Modernidade – O Projeto Ruth Clark e**

a **Espetacularização da Notícia**". <http://lattes.cnpq.br/6952914703300601>

Acesso em 05 de novembro de 2007.

ROSKIS, E. **A decadência do fotojornalismo**. Universidade Paris X,

Departamento das Ciências da Informação. Disponível em

<http://diplo.uol.com.br/2003-01,a543> Acesso em 21 de novembro de 2007.

### DOCUMENTO ICONOGRÁFICO

Imagem 01. **Retrato desenhado de Louis Jacques Mandé Daguerre**, por volta de 1844.

Imagem 02. TALBOT, W. H. F. **The Pencil of Nature**. Nova York, 1969. Título da foto: The Ladder.

Imagem 03. BAYARD, H. **Portrait of the Photographer as a Drowned Man**, 1840.

Imagem 04. REJLANDER, O. G. **The two ways of life**, 1857.

Imagem 05. ROBINSON, H. **Fading Away**, 1858.

Imagem 06. ROBINSON, H. **She never told her love**, 1857.

Imagem 07. Autoria desconhecida. Cartes de visite.

Imagem 08. DISDERI, A. A. E. **Portrait of a Ballerina**, 1860.

Imagem 09. KÜHN, H. **Portrait the Mirror**, 1911.

Imagem 10. DEMACHY, R. **Pont Alexander**, 1901.

Imagem 11. Campanha publicitária da Kodak, 1888.

Imagem 12. HAUSSMANN, R. **Tatlin at Home**, 1920.

Imagem 13. HEARTFIELD, J. **Hitler Swallows Gold and Spouts Junk**, 1932.

Imagem 14. RODCHENKO, A. Fotomontagem realizada para ilustrar o poema Sobre Esto, de Maiakovski, 1923.

Imagem 15. Foto 01: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 04 jun 1965. 1º Caderno, p. 7;

Foto 02: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 06 jun 1965. Folha Ilustrada, p. 5.

Imagem 16. Foto 01: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 19 dez 1968. 2º Caderno, p. 17;

Foto 02: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 03 jul 1959.

Imagem 17. **Folha da Manhã**. São Paulo, 24 jun 1959. 1ª Página.

Imagem 18. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 01 fev 1974. 1ª Página.

Imagem 19. **USA Today**, Virginia, EUA. 1ª página das edições de 05 set 1997 e 28 dez 2007.

Imagem 20. Foto 01: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 18 dez 1968. 1º Caderno, p. 9;

Foto 02: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 23 dez 2007. Caderno Mundo, p. A18.

Imagem 21. Foto 01: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 27 out 2007. Caderno Mundo, pp. A28-A29; Foto 02: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 07 mai 2007. Caderno Ilustrada, p. E3.

Imagem 22. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 25 out 2007. Caderno Ilustrada, p. E5.

Imagem 23. Imagem 20. Foto 01: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 17 out 2003. Caderno Cotidiano, pp. C6-C7.

## BIBLIOGRAFIA

180

Imagem 24. Foto 01: Folha de S.Paulo. São Paulo, 20 ago 2004. Caderno Ilustrada, p. E1; Foto 02: **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 26 out 2007. Caderno Ilustrada, p. E1.

Imagem 25. ACCORSI, F. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 13 ago 2001.

Imagem 26. ACCORSI, F. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, data não informada.

Imagem 27. MIRANDA, B. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 13 set 2007. Caderno Equilíbrio, p. 4.

Imagem 28. MIRANDA, B. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 25 ago 2006. Caderno Cotidiano.

Imagem 29. BERGAMO, M. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 16 mai 2007. Caderno Cotidiano.

Imagem 30. FRARE, T. **David Kirby's Final Moments**, 1990.

Imagem 31. MIRANDA, B. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 06 out 2006. Caderno Brasil.

Imagem 32. Agência Reuters. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 19 jul 2005.

Imagem 33. BAZ, P. Agência France Presse. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 09 abr 2003.

Imagem 34. HARADA, K. Associated Press. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 09 abr 2003.

Imagem 35. SILVA, E. Fotos 01 e 02: **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 23 ago 2002. Cotidiano.

Imagem 36. WALSKI, B. **Los Angeles Times**, 31 mar 2003. 1ª página.

Imagem 37. PLATT, S. Getty Images. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 11 set 2001.

Imagem 38. SANCETTA, A. Associated Press. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 11 set 2001.

Imagem 39. COLE, C. Los Angeles Times/Reuters. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 2003.

Imagem 40. YUSSEF, A. Agência '46rance Presse. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 22 fev 2006.

Imagem 41. HAIDER, A. Agência EFE. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 08 mar 2006.

Imagem 42. AL-SAAD, A. Agência France Press. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 22 jul 2006.

Imagem 43. STAPLETON, S. Agência Reuters. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 11 set 2001

Imagem 44. TERA KOPIAN, E. Associated Press. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 07 jul 2005.

Imagem 45. Reprodução de TV. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 07 de jul 2005.

Imagem 46. MINGAY, J. Associated Press. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo,

## BIBLIOGRAFIA

182

07 jul 2005.

Imagem 47. FLORIDO, F. . São Paulo, 17 set 2003. Caderno Cotidiano.

Imagem 48. FERNANDES, A. C. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 12 abr 2004. Caderno Cotidiano.

Imagem 49. DOMINGOS, B. Reuters. **Arquivo Folha Imagem**. São Paulo, 01 abr 2005.

Imagem 50. GAUDÉRIO, A. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 25 jan 2000. Caderno Cotidiano.

Imagem 51. AZEREDO, G. **Agência O Globo**. Rio de Janeiro, 22 fev 2005.

Imagem 52. JESUS, R. **Olhares do Morro**, 2004.

Imagem 53. RODRIGUES, F. G. **Olhares do Morro**, 2004.

Imagem 54. RODRIGUES, F. G. **Olhares do Morro**, 2004.

Imagem 55. MARTINS, D. **Olhares do Morro**, 2003.







# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)