



UFSM

Dissertação de Mestrado

**PRODUÇÃO DE SENTIDOS NA LINGUAGEM ICÔNICA: MÍDIA E
ESTRATÉGIAS DE ENUNCIÇÃO**

Angélica Lüersen

PPGCOM

Santa Maria, RS, Brasil

2010

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

ANGÉLICA LÜERSEN

**PRODUÇÃO DE SENTIDOS NA LINGUAGEM ICÔNICA: MÍDIA E ESTRATÉGIAS
DE ENUNCIÇÃO**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Santa Maria como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Midiática, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Adair Caetano Peruzzolo

Santa Maria

2010

Por todas as coisas, ao Cenci.

AGRADECIMENTOS

“Não há uma polegada do meu caminho
que não passe pelo caminho do outro.”
Simone de Beauvoir

A base de toda a vivência humana, aquilo que nos faz ser o que somos, está solidificada nas relações que estabelecemos ao longo do caminho. Assim, agradeço aos que me apoiaram e caminharam comigo. Agradeço à minha família: meus pais, Maria e Fredi, por serem os pilares de minha formação, pelo incentivo, dedicação e amor. Agradeço, sobretudo, por serem minhas referências de força e solidariedade. Às minhas queridas, Poliana e Ana Júlia, pelo carinho que dedicam todos os dias à dinda. Ao meu irmão, Fábio, pela iniciativa em favor da vida e pelos laços fortalecidos. Agradeço ao meu namorado, Márcio Cenci, pelo amor incondicional, pelos sonhos conjuntos e por me ouvir sempre. Além, é claro, da presença fundamental e prestimosa para a realização do trabalho de construção (e desconstrução) da dissertação. Aos amigos que nos tornam mais valorosos, sempre fazendo dos ambientes os mais agradáveis e das conversas as mais prazerosas. Agradecimento especial ao meu orientador Adair Caetano Peruzzolo pela dedicada orientação, pelos ensinamentos, carinho e amizade. Agradeço imensamente a ele por oportunizar meu crescimento humano, pessoal e profissional (desde minha inserção no Grupo PET Comunicação). Aos professores e colegas do PPGCom por oportunizarem crescimento e aprendizado conjunto. Ao ensino público e de qualidade da Universidade Federal de Santa Maria. A Capes pelo financiamento dos estudos, oportunizando aos bolsistas maior tempo de dedicação. Aos editores dos jornais Folha de São Paulo, Gustavo Roth, Zero Hora, Ricardo Chaves e Diário de Santa Maria, Fernando Ramos, pela disponibilidade em me receber de uma maneira tão profissional e atenciosa e, especialmente, por compartilharem comigo algumas de suas experiências, enriquecendo minhas discussões e questões neste trabalho. Agradeço também aos repórteres Charles Guerra (Diário de Santa Maria), pelas questões que ajudou a suscitar ao longo das experiências compartilhadas, e Joel Silva (Folha de São Paulo) por oportunizar a vivência de seu trabalho nas ruas da grande São Paulo e compartilhar comigo seu repertório fotográfico. Agradeço àqueles que de alguma forma partilharam do meu caminho.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Mestrado em Comunicação Midiática

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a dissertação de Mestrado

**PRODUÇÃO DE SENTIDOS NA LINGUAGEM ICÔNICA: MÍDIA E ESTRATÉGIAS
DE ENUNCIÇÃO**

elaborada por

Angélica Lüersen

Como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação

COMISSÃO EXAMINADORA:

Dr. Adair Caetano Peruzzolo – UFSM
(Orientador)

Dr. Alexandre Rocha da Silva – UFRGS

Dr. Gaspar Miotto – UFSM

Santa Maria, 04 de março de 2010.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Título: Produção de sentidos na linguagem icônica: Mídia e estratégias de enunciação

Autor: Angélica Lüersen

Orientador: Adair Caetano Peruzzolo

RESUMO

A fotografia é uma linguagem. Enquanto linguagem, produz significados e sentidos, isto é, é um discurso sobre um fenômeno sociocultural. O processo comunicacional humano incorpora as imagens ao seu modo de ser, de tal modo que as fotografias passam a compor as estratégias de organização e produção de sentidos e significados midiáticos. As imagens não estão ‘soltas’, tampouco vêm desprovidas de intencionalidades e ordenamentos, mas compõem-se com outras formas de linguagem na construção dos sentidos do viver sociocultural. A fotografia, como enunciação iconovisual integra as estratégias comunicacionais que se estabelecem nas mídias. A leitura imagética possível através das teorias que versam sobre a iconicidade é observada aqui como significação plástica sob o prisma dos elementos morfológicos, ou seja, pontos, linhas, planos, formas, texturas e cores observados em análise fotográfica. Além da abordagem teórica, esta dissertação tem como proposta metodológica a análise morfológica de um corpus fotográfico produzido por mim enquanto repórter freelancer (para compreender as estratégias de produção), e ofertado aos editores dos jornais Folha de São Paulo, Zero Hora e Diário de Santa Maria para que apontassem as imagens selecionadas e os critérios de escolha para publicação (para conhecer os critérios e valores de seleção nas editorias de fotografia).

Palavras-chave: mídia; linguagem icônica; fotografia; elementos morfológicos; produção de sentidos.

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Ciências da Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Title: Production of meanings in iconic language: media and enunciation's strategies

Author: Angélica Lüersen

Adviser: Adair Caetano Peruzzolo

ABSTRACT

Photography is a language. Insofar as language, it produces meanings and senses, as discourse about a social phenomenon. The communicational process, in which we are inserted, incorporates the images in your own existence. So that, the photography will compose strategies of organization and production of meanings and senses. The images are not 'loose', nor are disproved of intentionality and regulations, but are composites of others linguistics forms to construction of meaning to way of live cultural and social. The photograph, enunciation iconovisual integrates communications strategies that are established in the media. The reading's imagery can be through the theories that deal of the iconicity is understand here as plastic signification from the aspect of morphological elements, that is, points, lines, planes, shapes, textures and colors . Besides the theoretical approach, this dissertation is a methodological approach to morphological analysis of a photographic *corpus* produced by me as a freelance reporter (to understand the strategies of production), and offered to editors of newspapers Folha de São Paulo, Zero Hora and Diário de Santa Maria pointed to the selected images and the selection criteria for publication (to found and know the criteria and values of the editorial selection of photo).

Key-words: media; iconic language; photography; visual enunciation; production of meanings.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Linha branca em retângulo preto.	35
Figura 2 - Representação de arame farpado em retângulo preto.	35
Figura 3 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Folha de São Paulo, Gutavo Roth, com o corte sugerido.	54
Figura 4 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Folha de São Paulo para ‘caramelo’	55
Figura 5 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Zero Hora, Ricardo Chaves.....	56
Figura 6 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Diário de Santa Maria, Fernando Ramos.	57
Figura 7 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Diário de Santa Maria, Fernando Ramos para as páginas internas do jornal.....	58
Figura 8 - Ampliação da fotografia para demonstrar a imagem pixelada.	62
Figura 9 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Folha de São Paulo, sem o corte.	63
Figura 10 - Fotografia com o corte sugerido pelo editor.	64
Figura 11 - Demonstração do corte como relação de direção do olhar.	64
Figura 12 - Demonstração dos Pontos áureos ou Regra dos Terços.	65
Figura 13.....	66
Figura 14.....	68
Figura 15.....	69
Figura 16 - Imagem com corte sugerido por mim.	69
Figura 17 - Fotografia original.	70
Figura 18 - Fotografia com corte sugerido pelo editor.....	70
Figura 19 - Demonstração das linhas oblíquas.....	72
Figura 20 - Fotografia original.	73
Figura 21 - Fotografia original.	74
Figura 22 - Fotografia original.	75
Figura 23.....	76
Figura 24.....	76
Figura 25 - Fotografia com traços perpendicular e diagonal.....	77
Figura 26.....	79
Figura 27.....	81
Figura 28.....	81
Figura 29.....	82
Figura 30.....	83
Figura 31.....	83
Figura 32.....	85
Figura 33.....	87
Figura 34.....	88
Figura 35.....	92
Figura 36.....	94
Figura 37.....	94
Figura 38.....	95
Figura 39.....	97
Figura 40.....	97
Figura 41.....	99
Figura 42.....	99
Figura 43.....	108
Figura 44.....	108
Figura 45.....	108

SUMÁRIO

RESUMO.....	5
ABSTRACT	6
LISTA DE FIGURAS.....	7
INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 - A LINGUAGEM DA IMAGEM: PRESSUPOSTOS TEÓRICO- METODOLÓGICOS	16
1.1 PRÁTICAS DE MEDIATIZAÇÃO E ESTRATÉGIAS DE ENUNCIÇÃO NO FOTOJORNALISMO	18
1.2 Os <i>DISPOSITIVOS</i> PREPARAM PARA OS <i>SENTIDOS</i>	25
1.3 OS PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO: PRINCÍPIOS QUE REGEM O VIVER SOCIAL	28
1.4 ASPECTOS QUE ENVOLVEM A NATUREZA COMUNICACIONAL: O FLUXO FOTOGRAFICO/MIDIÁTICO	31
CAPÍTULO 2 - A NATUREZA DA IMAGEM.....	34
2.1 A FOTOGRAFIA COMO ENUNCIÇÃO ICONOVISUAL E AS ESTRATÉGIAS DO FOTOJORNALISMO	40
2.2 OS GÊNEROS DO FOTOJORNALISMO.....	46
CAPÍTULO 3 - A SIGNIFICAÇÃO PLÁSTICA: LEITURA E ANÁLISE DE IMAGEM PELA LINGUAGEM ICÔNICA	50
3.1 ASPECTOS METODOLÓGICOS	50
3.2 A PLASTICIDADE DAS IMAGENS: OS ELEMENTOS MORFOLÓGICOS COMO MOTES PARA ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS	59
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
ANEXO A - ESCALA DE ICONICIDAD DECRECIENTE O DE ABSTRACCIÓN CRECIENTE	114
ANEXO B – SELEÇÃO DE FOTOGRAFIAS APRESENTADAS AOS EDITORES..	116
ANEXO C – ESCALA CROMÁTICA	118
ANEXO D – ROTEIRO DA ENTREVISTA COM EDITORES.....	120
ANEXO E – TABELA DE ÂNGULO DE VISÃO E DISTÂNCIAS FOCALIS (HEDGE COE, 2007)	122
ANEXO F - CAPA JORNAL DIÁRIO DE SANTA MARIA, DE 08/09/2009.....	124
ANEXO G – CONTRACAPA DIÁRIO DE SANTA MARIA, DE 08/09/2009	126
ANEXO H – CAPA JORNAL ZERO HORA, DE 08/09/2009.....	128
ANEXO I – CONTRACAPA JORNAL ZERO HORA, DE 08/09/2009	130
ANEXO J – CAPA JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO, DE 08/09/2009	132
ANEXO K – FOLHA CORRIDA DO JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO, DE 08/09/2009.....	134

INTRODUÇÃO

A fotografia é uma linguagem que produz significados e sentidos. Ela é, então, um discurso sobre um fenômeno social. Como composição, a fotografia é em si um texto completo que se faz em um ato de enunciação envolta em regras e estratégias, a partir de uma linguagem própria. Dito isso, esta dissertação tem como tema a enunciação visual e suas estratégias de produção de sentidos através da linguagem icônica operada pelo fotojornalismo. A linguagem e a técnica da qual o fotojornalismo faz uso está intimamente ligada ao ato discursivo midiático, uma vez que integra os processos de comunicação da atualidade.

A problemática da pesquisa está calcada no fato de que a visualidade integra parte importante dos processos de comunicação midiática, visto que a imagem tornou-se um elemento fundamental. A larga utilização imagética, no entanto, não é desinteressada, visto que há sempre um fim (ideológico, informacional, político, religioso, econômico, etc.) e mesmo regramentos que impõem suas formas aos textos visuais (assim como aos textos verbais). Além do mais, o grande fluxo de imagens não aperfeiçoou o olhar do observador, ou seja, não fez com que o público se tornasse ciente de tais intencionalidades e ordenamentos, tampouco estimulou a compreensão teórica acerca dos sentidos e significados.

A pretensão de tratar do tema proposto acerca da enunciação visual e das estratégias de produção de sentidos surge de uma inquietação pela busca da compreensão dos valores pelos quais as fotografias são selecionadas pela editoria de fotografia para publicação. Há aqui o intuito de reconstituir o conjunto de possibilidades existentes para o momento de captura e seleção das imagens, compreendê-las em seu interior e os determinantes do sentido desse ato discursivo (VERÓN, 1989). Aqui se configura uma das justificativas da entrevista junto aos editores de fotografia dos jornais definidos.

Em função disso, a projeção de realizar estudos teórico-metodológicos para compreender como a linguagem icônica opera sentidos no dispositivo fotojornalístico, tomou como eixo exploratório alguns dos principais autores dos estudos das imagens. ‘Como o sentido chega às imagens?’ é a questão central que demanda uma série de apontamentos teóricos e reflexivos acerca de como se dá a enunciação da linguagem icônica e a produção dos efeitos de sentido no dispositivo fotojornalístico. No ponto derradeiro do problema levantado é possível interrogar: qual a linguagem das mensagens iconovisuais e como ela é utilizada pelo dispositivo jornalístico?

Nessa perspectiva, esta dissertação tem como principal objetivo analisar o processo de enunciação visual e de produção de sentidos da linguagem icônica, no dispositivo fotojornalístico. Se decomposto o objetivo central deste trabalho, fica como proposta averiguar como ocorrem os processos de produção de sentido em imagens (de um *corpus* tomado), verificando as formas dessa produção pelos elementos icônicos; e, compreender quais argumentos e estratégias as editoriais de fotografia dos dispositivos jornalísticos apresentam para a escolha e veiculação das imagens fotográficas; além do mais, verificar, a partir dos argumentos apresentados pelas editoriais, quais são os efeitos de sentido.

Para tanto, a busca pelas respostas está cercada da análise do processo de enunciação visual e de produção de sentidos pela linguagem icônica, entendendo aqui a fotografia como um dispositivo jornalístico. Nesse sentido, a fotografia passa a ser pensada aqui como um texto, que pode ser lido e compreendido por sua própria dinâmica, sem, necessariamente, estar ligado ao verbal no momento da análise. Como uma enunciação iconovisual, a fotografia é lida aqui pelos elementos morfológicos condicionado pelo escopo da Teoria da Imagem. Dado que, conforme Villafañe (2000, p. 171) “si la Teoría de la Imagen cuenta con algún campo de trabajo específico, éste, sin duda, es el estudio de los elementos formales que componen la imagen, así como el del análisis de la significación que dichos elementos producen”. A fotografia, em si, permite tanto a produção quanto a leitura de significados e sentidos, de modo que a compreensão de como a linguagem icônica opera sentidos presta-se à busca de elucidações de questões e de apontamentos teóricos acerca da natureza da imagem.

Este trabalho fundamenta-se na Teoria da Enunciação e Semiologia dos Discursos para chegar à compreensão de como a linguagem icônica opera sentidos. Para conceituar e compreender aspectos da linguagem fotográfica são considerados, principalmente, autores como Aumont, Dubois e Guran. A metodologia, portanto, fica estabelecida dentro dos enquadramentos teóricos da Semiótica Visual. A análise está fundamentada no conceito icônico da imagem, lendo-o segundo categorização dos elementos morfológicos apresentada por Villafañe.

Para o jornalismo, o valor da fotografia consiste, possivelmente, na informação nela contida e não como objeto em si. Além disso, a fotografia possui um significado muito particular na construção jornalística: objetiva-se, com ela, representar o real. Esse caráter representacional da imagem fotográfica sinaliza o motivo de sua utilização massiva nos meios impressos e eletrônicos da atualidade. Se a fotografia pode representar a realidade como uma espécie de ‘prova’, sua superioridade em relação ao texto acaba sendo um mote na construção dos efeitos de realidade de que se vale o jornalismo. Porém, se pensarmos um pouco na

questão da sua complexidade – naquilo que tange à representação do real – veremos que há fatores determinantes aí. Decorre que, além da informação que a imagem organiza quando representa o fato, há também a informação visual, aquela de que a técnica faz uso.

Ora, se as imagens estão por toda parte, como impressões de realidade, que tipos de significados e sentidos, de fato, estão amarrados ao modo de ser da imagem fotográfica? Nos estudos imagéticos diz-se que cada um dos elementos dispostos no plano fotográfico apresenta, isoladamente ou no todo, determinados significados, que nos indicam direções (essenciais para a interpretação) e que são variáveis. Isto quer dizer que cada um dos elementos possui uma especificidade/singularidade carregada de sentidos e significações que influenciarão na percepção que temos ao tomar a imagem em nossas mãos, assim como o todo dos elementos também é capaz de modificar nossa impressão da realidade fotográfica.

Como resultante de uma evolução tecnológica, a fotografia permite uma larga e rápida difusão imagética de informações, tecnologicamente impossível em outros tempos. As fotografias são imagens que informam, que buscam ser impressões do mundo, reproduzir os objetos, situações e personagens que nos são ‘comuns’. No entanto, é preciso interrogar se chegamos, de fato, à interpretação que ela possibilita. Contudo, decifrar a fotografia, decodificá-la, buscando compreender sua forma de apresentação, enquanto imagem composta por uma linguagem que lhe é própria, como uma composição de elementos que a caracterizam como um todo é fundamental embora ainda muitas vezes restrito a pesquisadores e analistas. De fato, creio que haja a necessidade de aprender a compreender as imagens e isso não se configura apenas como um desejo pessoal, mas como uma necessidade social.

A fotografia está absolutamente ligada aos modos de comunicar da atualidade na produção de sentidos e significados. A comunicação entendida como um processo de interação para a vida social é um juízo que evoluiu, principalmente, quando o campo da comunicação passou a ser estudado. A partir dessa evolução, as mudanças refletidas nos processos de comunicação privilegiavam as técnicas, condicionavam os modos de interação e as relações sociais. Criou-se uma ambiência, ou seja, um novo *ethos* da vida contemporânea (SODRÉ, 2002), onde os confrontos do sujeito com sua realidade se dão através dos meios de comunicação, sendo o processo de midiaticização constituinte da realidade social atual.

Aprofundar questões teóricas e práticas do campo comunicacional em pesquisas é uma forma de elucidar conhecimentos específicos de nossa formação acadêmica, o que possibilita ao ‘pesquisador’ construir uma trajetória de conhecimento pessoal e acadêmico de grande importância para uma formação de qualidade. Além do mais, a pertinência de tal projeto, tendo em vista a área de concentração do programa de mestrado, justifica-se por ter como

eixo a mídia, seus processos e estratégias comunicacionais. Reiterando, a proposta de investigação é averiguar *como se dá a enunciação da linguagem icônica e das estratégias de produção de sentidos no dispositivo fotojornalístico* e está alocada dentro da proposta da linha de pesquisa ‘Mídia e Estratégias Comunicacionais’.

A discussão em congressos e encontros com propostas de estudos e reflexões sobre as imagens faz demonstrar que há uma necessidade social de aprender a compreender as imagens além da naturalidade aparente provocada pelo olhar superficial que a ela destinamos. Assim, a interpretação e a compreensão do objeto imagético, bem como das suas estratégias de produção de sentidos, está associada ao conhecimento visual que se coloca como uma pertinência não só aos analistas ou pesquisadores da imagem, mas a todos que de alguma forma possam permitir que seu olhar vagueie e se aprofunde na leitura imagética.

O estudo aqui apresentado resulta de uma construção que vem sendo desenvolvida e aprofundada já há algum tempo, desde minha inserção no Grupo de Pesquisa Teorias e Estratégias Comunicacionais e de Significação¹, criado em 1997, sendo que minha inserção se dá na linha de pesquisa Estudos da Imagem, desde o ano de 2005. As discussões, apontamentos e aprofundamentos que o grupo, como um todo, tem apresentado em seu decorrer contribuem para uma reflexão mais sólida em termos de imagem e produção de sentidos. Desde minha inserção no grupo, os trabalhos de pesquisa e discussões estabelecidos em congressos estão voltados para esse viés de estudo, de modo que mesmo o trabalho de conclusão de curso, intitulado ‘A produção de efeitos de sentido em fotografia jornalística’ faz parte deste percurso teórico de reflexão.

Todo texto tem uma maneira de apresentar-se. Ao pensar a forma de apresentar o discurso o autor faz escolhas que explicitam certos intuitos (às vezes de um modo bastante sutil), pois tudo o que é dito tem uma própria intencionalidade. O uso da primeira pessoa neste texto se sustenta nesta ideia. Além do mais, pretende responder pelo próprio texto; tem a intencionalidade de assumir a concepção do fenômeno e sua interpretação, não querendo atribuir ao texto um caráter de cientificidade, visto que é apenas um trabalho dentro da ordem científica.

Diversas são as maneiras de se ler um texto e de se chegar à análise dele. A linguística, por exemplo, está atenta à concretude das frases, à sua materialidade. Do mesmo modo, a Análise de Discurso (AD) vinculada à corrente de Pechêux tem como foco das suas

¹ São objetivos da linha “1. Desenvolver estudos, pesquisas e programar cursos sobre imagens: fotografia e imagens em movimento (televisão, vídeo e cinema); 2. Constituir grupo de estudos sobre a teoria da Imagem: iconografia, iconologia e estudos semióticos” (dados coletados no Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil – CNPq).

investigações as ideologias. Aqui, a preocupação está no nível dos modos enunciativos de produção e recepção dos textos, procurando compreender o que um texto diz e como ele faz para dizer o que diz; e para isso procura as marcas de produção nos textos. Daí que é possível pensar que a Semiologia dos Discursos não se fixa nas relações internas de uma frase, mas preocupa-se com as implicações do contexto social e histórico dos falantes. O ato de enunciar implica em relações estabelecidas entre os sujeitos sociais que se colocam em comunicação por uma necessidade existencial.

Convém explicitar que o lugar de fala não é estanque, dado que

o espaço do sujeito é restrito e variável. Restrito, pois a posição do sujeito não coincide com a posição do falante natural, o qual pode dizer tudo que quiser na língua que domina. Variável, pois o dizer do sujeito depende da posição que ele e o interlocutor ocupam em uma dada circunstância social. Assim, a cada enunciação, o lugar do sujeito varia. A viabilidade do espaço do sujeito aponta para a existência de uma instância terceira aos interlocutores – a própria situação que estabelece a interlocução. Algumas vezes, a colocação da instância terceira não é a mesma para os interlocutores – situação em que cada interlocutor atribui lugares diferentes para si e para o outro (FLORES, 2009. p. 158).

Essa variação é claramente aplicável aos agentes do discurso (como os editores, por exemplo). É nesse contexto de aplicação que me insiro ora como parte enunciativa do discurso fotográfico (como fotojornalista, registrando subjetivamente fatos), ora como analista dos processos de comunicação. Mesmo o lugar de analista não se isenta de uma subjetividade que nós, como acadêmicos e pesquisadores da área da comunicação possuímos. Isso porque não nos isolamos completamente (e nem teria como proceder dessa forma) do nosso repertório e experiências práticas ao descrever e analisar processos. É aí que me aproveito da situação para fazer uso dessa dicotomia e estabelecer um objeto empírico para análise produzido por mim e descrever os processos de produção nos quais me inscrevo.

Para compor o *corpus* de análise assumi o lugar de repórter fotográfico a fim de analisar, observar e descrever os processos de produção e elaboração das pautas fotográficas. Como figura enunciativa, a determinação da pauta e o acesso ao fazer fotográfico pareceu-me um tanto mais pertinente no que tange à descrição, análise e reflexão deste fazer. Como *corpus*, foi tomado um conjunto de fotografias do Desfile Cívico de Sete de Setembro de 2009, fotografado por mim, enquanto repórter *freelancer*. A escolha do Desfile Cívico foi pautada simplesmente pela abrangência nacional, e, portanto, pela adequação a qualquer um dos veículos de comunicação aqui tratados. A partir do total de imagens capturadas, uma seleção prévia delimitou dez fotografias a serem mostradas aos editores dos jornais Folha de São Paulo, Zero Hora e Diário de Santa Maria (jornais de maior circulação nacional, estadual

e local) para que, munidos dos fatos que nortearam a produção da pauta, escolhessem uma imagem (como se fosse para ser publicada) segundo os valores de veiculação apresentados por eles, justificando o porquê da escolha. Entre as dez fotografias, cada editor apontou para uma imagem principal do evento para publicação na capa do jornal. O que me interessou foi saber quais os critérios/valores (que constroem significados e sentidos) para, a partir daí, realizar análise da significação das imagens especificamente escolhidas pelos editores. O contato com os editores deu-se mediante visita à editoria de fotografia dos veículos e entrevistas presenciais, com base num roteiro aberto de questões comum a todos. O fato de selecionar imagens, tanto de minha parte como repórter quanto da parte dos editores, integra o processo de enunciação visual que se configura em prática midiática de primeira ordem.

Convém explicitar que não me aplico aqui aos estudos da página do jornal ou de seu *layout* por entender que aí se expressa o discurso gráfico – através de seus elementos morfológicos – numa linguagem que lhe é própria e passível de análise. Além do mais, a página de um jornal, por si só, já se constitui num objeto de comunicação carregado de significados e sentidos, passível de ser analisado (de tal forma que é bastante estudado por pesquisadores especializados no assunto).

Contudo, de forma alguma tenho a pretensão de esgotar o tema aqui proposto para reflexão, tampouco discutir todas as possibilidades de observação crítica e análise das imagens. Falar em fotografia já supõe uma investigação ampla que aqui se esboça como um percurso teórico-metodológico traçado sob abordagem de alguns aspectos específicos da linguagem da imagem.

Para dar conta da proposta, a estrutura da dissertação fica exposta em três capítulos. No primeiro deles falo a respeito dos pressupostos teórico-metodológicos da linguagem da imagem. Discorro inicialmente sobre os conceitos de sentido e significado, enunciação, estratégias de produção e práticas de midiaticização no fotojornalismo (item 1.1). Em seguida verso sobre os dispositivos fotográficos e de enunciação (item 1.2), os processos de comunicação como relação entre os sujeitos (item 1.3), perpassando as conceituações de percepção e representação e, logo após apresento os aspectos acerca do fluxo fotográfico na mídia (item 1.4). No segundo capítulo, trato da Natureza da Imagem, discutindo seus aspectos icônicos e indiciais, da fotografia como enunciação iconovisual utilizada nas práticas do fotojornalismo como estratégia de comunicação (item 2.1) e apresento, ligeiramente, os gêneros do fotojornalismo (item 2.2). Já o terceiro capítulo traz a análise da significação plástica das imagens propondo a leitura de sua linguagem pelos elementos morfológicos. Aqui a descrição dos preceitos metodológicos (item 3.1) e a abordagem teórica, amparada na

reflexão e análise (item 3.2), são tomadas a partir do *corpus*, observados os elementos morfológicos (pontos, linhas, planos, formas, textura e cor). Os anexos que compõe o todo da dissertação são explicitados e trazidos para complementar a arrumação teórica e analítica aqui apresentada. Desse modo, aparecem, no anexo A, a ‘Escala de Iconicidad Decreciente o de Abstracción Creciente’ de Abraham Moles, onde são explicados pelo autor os graus de iconicidade; no anexo B, a seleção de dez fotografias apresentadas aos editores; no anexo C, a escala cromática que se compõe de cores frias e cores quentes; no anexo D, o roteiro aberto de questões seguido nas entrevistas realizadas com os editores; como anexo E há a tabela, disponibilizada por Hedgecoe, dos ângulos de visão e distâncias focais; enquanto que os anexos F, G, H e I trazem as capas e contracapas dos jornais Diário de Santa Maria e Zero Hora da data de 08.09.2009.

Capítulo 1 - A linguagem da imagem: pressupostos teórico-metodológicos

A imagem está incorporada aos processos de comunicação midiática de modo a compor parte de suas estratégias de organização na produção de sentidos e significados. Os significados, segundo Peruzzolo (2009b)², são manifestações concretas de sentidos organizadas em dizeres, portanto, “o sentido chega, pois, à materialidade da palavra pelas significações desta materialidade, quer dizer, o sentido habita, se localiza e temporaliza na linguagem, sem aí fixar-se”. O sentido, contudo, organizado a partir do repertório de cada sujeito, assume feições próprias a ele, por composições valorativas dadas a partir dos significados.

Tanto o significado quanto o sentido incidem em processos de comunicação, que é onde os sujeitos investem na representação da alteridade. O significado diz respeito à indicação referencial da coisa; o sentido, à sua teleologia, à sua função na relação com a existência do humano. Os significados nascem – para um dado elemento – no interior da comunidade usuária falante, formando campos semânticos. São unidades culturais de representação de objetos, eventos e estados emocionais, circulantes numa comunidade comunicativa (PERUZZOLO, 2009b).

Assume-se, portanto, aqui, a concepção de ‘significado’ como sendo a referência conceitual que se procura designar com os elementos constituintes de texto e o sentido enquanto orientação dos conteúdos conceituais em relação aos valores que fundam a atividade humana. O significado diz respeito à indiciação de unidades culturais designadas pelo texto. O sentido diz respeito à sua teleologia, à sua função.

A fotografia, como uma enunciação visual, contém uma linguagem própria que vai além da pura transmissão de informação, sendo capaz de criar determinados efeitos de sentidos e persuadir. Assim, os processos de comunicação midiática não podem ser compreendidos como tal, em sua completude, sem uma aproximação e entendimento da significação provocada pela enunciação visual. Há, portanto, alguns elementos que vêm incorporar à discussão novas formas de pensar a imagem em sua relação com os processos de comunicação. Os valores noticiosos que movimentam o fluxo de veiculação das imagens vêm marcados por investimentos ideológicos. Isso significa dizer que todo e qualquer discurso possui uma dimensão ideológica, assim como a persuasão é um atributo dos textos – e nas

² **Sentido e efeitos de sentido** - texto em fase de elaboração, disponibilizado pelo autor aos alunos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM – mestrado em Comunicação Midiática, na disciplina de Mídia e Estratégias da Imagem.

formas dos textos é que se revelam as marcas enunciativas. O ideológico³ é um posicionamento sobre qualquer aspecto discursivizado, cuja afirmação está na própria formação discursiva, nos seus modos culturais, mas fundamentalmente, manifestado por indivíduos inseridos em grupos sociais. Daí que cabe dizer que a larga utilização de imagens nos processos de comunicação não é desinteressada, pois há sempre um fim ideológico que recebe variadas conformações – informacional, político, religioso, pedagógico, científico, etc. - e mesmo um regramento que impõe suas formas aos textos, visto que, de modo algum as imagens aparecem ‘soltas’, desprovidas de intencionalidades e ordenamentos.

A profusão imagética, de um modo geral, não implica em um público ciente de certas intencionalidades e nem mesmo capaz de ler todos os significados e sentidos imbricados no seu dizer. A aparente naturalidade que a linguagem da imagem traz consigo ‘esconde’ uma carga informacional que vai além do fato que ela representa, de modo que todos que observam uma determinada imagem são condicionados por certos efeitos de sentido. Desmistificar tal naturalidade é o movimento que implica na leitura crítica das mensagens visuais. Esse ponto, particularmente, fica muitas vezes restrito ao olhar analítico de pesquisadores da área, cuja centralidade

é precisamente essa capacidade das imagens de comunicar uma mensagem que constitui o aspecto principal de sua análise. Em outras palavras, interessa à Análise de Imagens compreender as mensagens visuais como produtos comunicacionais, especialmente aquelas inseridas em meios de comunicação de massa: fotografias impressas em jornais, anúncios publicitários, filmes, imagens difundidas pela televisão ou ainda disponíveis na internet (COUTINHO, 2005, p. 330).

É aí que se manifesta a necessidade de avançar no entendimento da linguagem das mensagens visuais – tanto para adequar o uso, como para aplicar o conhecimento aos textos visuais que nos são destinados. O espaço ocupado socialmente pelos registros visuais reforça a necessidade de se criar um conhecimento aplicado à análise da imagem, cujo ingresso, parece-me, deve ser o mais acessível possível, visto que todos compulsamos cotidianamente a olhar as imagens que circulam na sociedade. É fato que as imagens estão acessíveis, mas não as lemos completamente.

Embora o jornalismo se alicerce nos valores informacionais ao justificar a função principal da fotografia nas publicações impressas diárias⁴, há um aspecto interessante de ser

³ O ideológico não é uma questão central de observação nesta dissertação, apenas aparece como uma consideração para o esclarecimento dos conceitos implicados na enunciação visual. Os autores nos quais se fundamentam essas teorias são Peruzzolo (2004 e 2006) e Fausto Neto (textos e apontamentos de aula).

⁴ Aspecto apontado pelos editores em entrevista, como se verá adiante.

pensado no que diz respeito ao lugar de veiculação das fotografias: o fato de uma determinada imagem fazer parte do corpo editorial na composição da página e outra, sobre o mesmo assunto, ficar estampada na capa constitui um aspecto relevante. Decorre que, como todos os textos, a fotografia é um objeto signifiante. Nela não há somente informação (pensando aqui em termos jornalísticos), mas fazem parte de sua natureza constitutiva os valores que se imbricam e constroem objetos portadores de significados e sentidos. Tais valores (de vida, estéticos, plásticos, dinâmicos, éticos, etc.) movimentam os sentidos e afirmam verdades, nesse caso, verdades sobre as quais o jornalismo (e caberia nesse mesmo lugar a empresa jornalística) quer se firmar.

Para se chegar ao modo de ser da fotografia jornalística convém discorrer sobre aspectos midiáticos que estão situados não apenas no momento da veiculação mas, sobretudo, na produção envolta em estratégias. O tecer dos sentidos começa a ser programado/pensado, digamos assim, ainda no momento de produção das mensagens uma vez que as enunciações são construídas aí. Cabe adiantar que como todos os textos, a fotografia é uma construção que se funda em aspectos básicos de enunciação, ou seja, é uma enunciação visual composta por linguagens, ordenamentos e regras, que se explicitam através de marcas, como se verá logo a seguir.

1.1 Práticas de midiatização e estratégias de enunciação no fotojornalismo

Como enunciação visual, a linguagem icônica opera dizeres. No entanto, para compreender as estratégias empregadas na enunciação é preciso ‘educar’ o olhar, tecer um aprendizado acerca das significações, procurar as marcas que levem até os processos de produção, isto é, decifrar a naturalidade aparente das mensagens visuais. Nesse contexto, é fundamental entender como acontecem os processos de enunciação visual e a produção de sentidos pela própria linguagem da imagem, uma vez que ela se caracteriza como um modo de fazer comunicação mais acessível e, ilusoriamente, mais cômodo. Além disso, a imagem permite vários percursos do olhar e de produção de sentidos (pode-se dizer que é um tanto mais “solto” que os textos verbais). Embora essa produção de sentidos ocorra de forma distinta para cada enunciatário, pois os sentidos só se completam com sua ação, é possível compreender os processos de significação pelas marcas que estão manifestas nos textos.

As operações de produção de mensagens – entram aí as estratégias discursivas tais como a linguagem e os regramentos – se materializam nos textos que, por sua vez, tornam a se imaterializar através das representações. Aparece então, a questão da produção, da leitura e análise de textos que – como materialidade – é onde estão as marcas que levam até o processo produtivo que o engendrou. As pistas permitem a reconstrução da enunciação e, por ela, chega-se aos sujeitos (tanto produtores quanto fruidores de sentidos). Chamamos sujeitos discursivos às figuras que estão alocadas no texto – o enunciador e o enunciatário – que não são os sujeitos empíricos (que constroem ou lêem o texto), mas aqueles implícitos *no* discurso (VERÓN, 2005). O autor de um texto não está contido no texto senão por sua inserção como figura a ocupar um lugar que assume para si.

A produção de textos supõe uma série de estratégias⁵, visto que todo discurso é uma convergência delas onde estão pressupostas formulações de produção, circulação e recepção. Isso quer dizer que os textos são produtos que emanam da esfera da produção e daí para a da circulação até, então, chegar ao encontro dos receptores. Isso tem um pressuposto: persuadir alguém de um valor tomado como importante ou vital pelo enunciador. Se considerarmos a complexidade de um discurso dizemos que seus efeitos não podem ser controlados - visto que não há uma linearidade nem a materialidade deles. Nesse sentido falamos que não há como ler o texto enquanto uma completude de sentidos, pois mesmo quando procuramos fazer uma leitura cuidadosa – como analistas – atentando para as marcas ali deixadas, há uma carga de sentidos que não se fecham, isto é, os sentidos não estão completamente no texto, mas são emergentes aos olhares de cada novo observador a cada nova investida. Mesmo envolto em regras e estratégias o discurso faz seus próprios percursos e deslocamentos, traz consigo arrumações que lhe são próprias. Decorre que os textos não prendem os significados nem os sentidos, visto que os significados e sentidos de um texto são completados na fruição. Aqui dizemos que os sentidos não podem ser totalmente controlados – e por isso nem mesmo analisados completamente – pois nem o enunciador (que constrói o discurso), nem os discursos em si abarcam completamente os sentidos; o mesmo ocorre com aquele que lê os textos. No caso da fotografia esse limite parece ainda mais tênue, pois há uma linguagem subjetiva e não linear e as marcas são mais complexas que nos textos verbais. Embora os elementos possam estar alocados no plano pretendendo criar o efeito de tensão, por exemplo, o que se configura como sentido nuclear não necessariamente está ligado a ele (mas há esse sentido fazendo o jogo significante da imagem).

⁵ De modo que um texto singular está atravessado por mais do que uma única estratégia. Note-se que mesmo a escolha por uma explicação em nota passa pelas estratégias desse texto que vos fala.

A tensão vem marcada pelo corte, pelo modo de enquadramento. Nem sempre o fotógrafo, mesmo como enunciador (melhor dizendo, como parte da complexidade que se nomeia enunciador) pode prever alguns, mas não todos os sentidos do seu texto fotográfico ainda que ele os queira ou busque. É fato que a legenda ancora os sentidos e sugere uma forma limitante de interpretação, ou seja, prende a leitura por alguns elementos textuais. No entanto, mesmo que as legendas ancorem os sentidos, delimitando a possibilidade de interpretação das fotografias, há em certo nível uma significação que se expande, que vai além dos sentidos possíveis montados pelo texto verbal unicamente, já que os sujeitos lhe atribuem uma significação subjetivada por um repertório que lhe é próprio, mesmo assim, que emana da esfera do verbal. Embora o jornalismo sempre busque representar a realidade do modo mais fiel possível (ao menos é esse o valor que se diz que se deve ressaltar) utilizando, principalmente, as fotografias como ‘testemunhas’ dos fatos, é sabido que as imagens são ambíguas, até mesmo omissas e não significam representações completas do real ou, mesmo, o excedem; o que não as desqualifica como um modo de comunicar. Além do mais, ao entrar em contato com uma fotografia qualquer, o sujeito o faz a partir de suas experiências, subjetividades e contexto que lhe são próprios. Assim, mesmo que aquilo que está presente no plano (os componentes plásticos) chegue da mesma forma aos enunciatários, e que a linguagem fotográfica afete a todos, a interpretação poderá ser diferente para cada um deles. Convém dizer que o fato de que as fotografias sejam passíveis de interpretações subjetivas não subtrai a validade de considerá-las como objetos de pesquisa na produção dos sentidos.

Assim, toda enunciação tem um sentido, um ‘porquê’ ser mostrada, de modo que a neutralidade dos textos não tem qualquer efetividade e é visível a impossibilidade de imparcialidade na construção de um enunciado. Portanto, o texto, mediante o emprego de uma série de estratégias, objetiva persuadir o enunciatário. Convém ressaltar que, do mesmo modo que o texto verbal é uma tessitura de significação e sentido, uma imagem é tecida com intuito de certos efeitos de sentido, pois seus elementos são organizados pelo enunciador em vista de um enunciatário. Sendo assim, um discurso é feito por alguém e endereçado a alguém. Há aquele que produz o enunciado e há aquele para quem ele é feito, de modo que aquele que produz precisa de uma série de condições para que o faça. Do mesmo modo, aquele para quem o enunciado está implicitamente endereçado, o enunciatário, precisa ter condições de recepção, ou seja, precisa minimamente conhecer os códigos e, mais fundamentalmente, saber algo dos objetivos e endereçamento dos textos.

Todo enunciado tem como pressuposto um sujeito enunciador. Isto quer dizer que há alguém que produz o enunciado para um enunciatário, mediante de um dispositivo de

enunciação. A enunciação tem um intuito, um “por que” ser mostrada, sendo que, do mesmo modo que o texto verbal, é uma tessitura com sentido. Uma imagem é tecida com intuídos de certos efeitos de sentido, pois seus elementos são organizados pelo enunciador de modo a construir um enunciado em vista de um enunciatário. A consideração sobre o dispositivo de enunciação possui importância fundamental na construção dos sentidos, porque uma imagem pode ter uma significação mais ou menos expressiva dependendo dos modos de sua produção e fruição.

Decorre, portanto, que todo enunciado tem como pressuposto um sujeito enunciador, que o produz num dispositivo de enunciação. O enunciador, devido à complexidade de um dispositivo de enunciação, pode ser mais do que um sujeito empírico e provavelmente o é. No fotojornalismo, podem se alocar nesta posição tanto o fotógrafo, quanto o editor fotográfico, o repórter de texto⁶ ou mesmo aquele que trabalha na edição das imagens. Além do mais, há diversas situações nas quais o leitor se torna enunciador, ao propor pautas e corroborar na construção das notícias de um modo mais veemente. É nessa complexidade que as enunciações se inscrevem, de um modo tal que o par *enunciado* – que diz respeito ao que é dito - e *enunciação* – aqui refere-se às modalidades do dizer – não se separa.

O enunciado, como diz Peruzzolo (2004, p. 148), “é uma categoria conceitual que usamos para querer dizer que aquilo que é dito é para ser tomado no contexto preciso em que está produzido, que é onde o sentido encontra sua aceitabilidade”, de modo que designa algo que se coloca entre os comunicantes, produzido a partir de uma série de relações (e escolhas), portanto mais que matéria. É no enunciado que os protagonistas do discurso se encontram. A categoria conceitual de enunciação sempre expressa o dialogismo entre os pares eu – tu (enquanto papéis assumidos no discurso), cujas marcas deixadas pelo sujeito enunciador manifestam as incursões que ele faz ao entrar no universo das linguagens ao construir o discurso (PERUZZOLO, 2004). É neste ponto que melhor cabe a questão ‘como ele – o enunciador – faz para dizer o que diz?’.

Por esse motivo o discurso sempre significa relações dialógicas entre sujeitos necessariamente implicados numa enunciação. Esta pressupõe um trabalho anterior ao texto, ou seja, não é apenas o texto, a fala, a imagem, mas um apoderamento da linguagem, uma escolha de elementos e a organização deles, um conhecimento aplicado, a utilização de uma técnica, o manejar de um equipamento; tudo isso é anterior ao texto. Dizemos ainda que, no

⁶ Nesse caso a figura do repórter de texto se insere por uma relação bastante ligada à produção e seleção das fotografias (em muitos periódicos). Muitas vezes é ele quem escolhe as fotos ou quem faz as recomendações de pauta ao fotojornalista.

enunciado há uma heterogeneidade constitutiva dele, pois a enunciação sempre necessita de discursos anteriores que dêem suporte e permitam o dizer que organiza. Há, portanto, várias vozes em um texto.

Convém explicitar a diferença entre as categorias ‘texto’ e ‘discurso’. Em termos semiológicos, os textos são objetos de comunicação entre dois sujeitos que entram em relação de comunicação. Desse modo, o conceito ‘texto’ não designa apenas as palavras ou frases e suas materialidades. É, sim, uma unidade de comunicação constituída pelos traços, palavras e signos que, organizados numa matéria significativa, plenificam-se como organizações, uma tessitura. O discurso, como aparece em Peruzzolo (2004, p. 149),

se caracteriza, pois, como sendo, ao mesmo tempo, *objeto produzido* (pelos sujeitos da enunciação) e *objeto de comunicação* (entre um destinador e destinatário), onde os dispositivos empregados na produção do discurso servem também de meios de persuasão, utilizados pelo enunciador para convencer o enunciatário da “verdade” do que diz no seu texto.

Nesses termos, o texto enquanto discurso é o lugar singular onde se organiza a relação entre os sujeitos interlocutores (eu – tu), ou seja, entre o enunciador, que constrói o dito numa tessitura com sentidos, e o enunciatário, que já tem seu lugar produzido e re-constrói o discurso movimentando os sentidos.

A construção dos efeitos de sentido em imagens está imbricada nos elementos que a compõem, sendo eles organizados em matéria significativa e condicionantes na indicação das significações que o observador da imagem tem. A subjetividade permite que cada ‘ser’ que observa uma fotografia tenha uma interpretação diferente, ainda que aquilo que está dito, na imagem enquanto plano, é condicionado pelos elementos que a compõem e, independente de quem tem acesso a ela, serão os mesmos. Por isso, a Semiologia dos Discursos preocupa-se em desvendar as estratégias discursivas, não deixando de lado as materialidades, que é onde elas se fixam. Ademais, a questão específica da linguagem icônica nos dá condições de chegar aos efeitos de sentido que os elementos imagéticos contêm. Vale lembrar que a subjetividade latente em cada observador faz despertar interpretações carregadas de significações pessoais que esta abordagem não pretende analisar.

A narrativa visual é uma construção que se dá a partir de situações cotidianas, sendo que a cada dia há um novo agenciamento, complexo e não-linear. Mas o que leva à publicação de uma imagem e não outra, isto é, “por que esta imagem, e não uma outra, e qual outra?” (VERÓN, 1989, p. 9). A fim de desvendar o que move os processos de enunciação visual na construção jornalística, recorro a estes estudos teórico-metodológicos a fim de compreender

como a linguagem icônica opera sentidos no dispositivo fotojornalístico. Desse modo, o eixo exploratório para o desenvolvimento do projeto já estava presente na questão ‘como o sentido chega às imagens?’ Barthes (2003) e Joly (2005) enfatizam aspectos co-relacionais a essa questão no intuito de esclarecer os sentidos oferecidos pelas imagens. Esta questão demanda uma série de apontamentos teóricos e reflexivos acerca de como se dá a enunciação da linguagem icônica e a produção dos efeitos de sentido no dispositivo fotojornalístico. Considerando o problema levantado, é possível interrogar: qual a linguagem das mensagens visuais e como ela é utilizada pelo dispositivo jornalístico?

Como idealidades, as estratégias são pressupostas para atingir os objetivos, referem-se a um planejamento subordinado a conceitos. Toda estratégia é a concepção de uma ação organizada que se volta para certos efeitos, onde sempre estão implicados o eu e o outro. São formulações teóricas que concebem determinadas táticas postas em movimento pelas ações que são voltadas para certos efeitos – previstos minimamente. Minimamente porque, por mais que os efeitos sejam planejados e estrategicamente idealizados, sempre há um desvio possível, pois os efeitos sofrem interferências do observador. Pode-se, contudo, criar estratégias desviantes que são atribuições de outros valores sobre o valor já dado à estratégia; ou seja, são realizações de estratégias sobre aquela em oferta e que necessariamente não convergem nos objetivos.

A construção das estratégias do dito passam pelos modos de elaboração de um texto. Assim, ao falar em mídia há quatro grandes estratégias de produção discursiva (informação verbal)⁷: a) do ambiente produtor, b) de recepção, c) de circulação e as d) do analista. Isto significa que todo trabalho que seja direcionado à mídia está baseado em estratégias que lhe são próprias, sendo que cada uma dessas ocorrências produz sentidos distintos. As estratégias são montadas sobre saberes - entram nesse ponto as regras, referências fundantes – que motivam todas as ações (estrategicamente planejadas), dinamizadas quando postas em movimento pelas táticas – já previstas como estratégias.

A matéria significativa para a produção de sentidos é a linguagem. Transformada de algo potencial para algo real, a linguagem é o capital de uma comunidade discursiva que é a condição para a produção e operação de sentidos. Há intrínseca aí uma elaboração social e simbólica que sustenta, junto à linguagem, a ordem dos sentidos. Os textos, tanto verbais

⁷ Apontamentos feitos em aula na disciplina Estratégias Semiológicas dos Discursos Midiáticos, ministrada pelo professor Dr. Antonio Fausto Neto, no primeiro semestre letivo de 2008, Santa Maria, RS.

quanto icônicos⁸, são a materialização por onde podemos ler as marcas que nos levam até os processos significativos que eles instituem. É nos textos que encontramos as marcas para os sentidos. Assim, toda construção de texto requer uma série de estratégias tendo em vistas o fim de afirmar uma verdade.

O sentido não provém da linguagem, mas se explicita e circula pela linguagem que se organiza dentro dos significantes sociais. No que se refere às imagens, leio o modo de composição de uma dada imagem embutido dentro das construções sociais dos significados às quais pertencem. Os objetos são sempre uma relação de significados e sentidos e não simples objetos. Assim, quando olho um dado objeto, como a fotografia no jornalismo, vejo-o como fenômeno da comunicação, portador de sentidos, porque afirma, propõe, descreve... os modos de ser do homem, na busca de sua plenitude (PERUZZOLO, 2006).

De um modo sintético, podemos dizer, que a Semiologia (da terceira geração) procura compreender o funcionamento da enunciação (VERÓN, 2005). Integra na sua teoria os efeitos de sentido e a análise dos processos que vão desde a produção até a consumação dos efeitos de sentidos. O eixo não está na mensagem – que é apenas ponto de passagem - mas na produção e reconhecimento do sentido, isto é, nas relações que fazem ser a especificidade humana. Assim, a mensagem não produz automaticamente um efeito, mas um campo de efeitos de sentido, de um modo tal que passa a sustentar a circulação social das significações. Quando se fala em enunciação,

convém não separar o conceito ‘de enunciação’ do par do qual ele é um dos termos: enunciado/enunciação. A ordem do enunciado é a ordem do que é dito (aproximadamente poder-se-ia dizer que o enunciado é da ordem do ‘conteúdo’); a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao *dizer* e suas modalidades, os *modos* de dizer (VERÓN, 2005, p. 216, grifo do autor).

Nesses termos, os elementos linguísticos estão situados no plano da enunciação, quer dizer, a uma ‘situação de enunciação’. As modalidades do dizer, “em um discurso, qualquer que seja sua natureza, [...] constroem, dão forma, ao que chamaremos de dispositivo de enunciação” (VERÓN, 2005, p. 217).

Tal dispositivo inscreve-se como uma organização discursiva na qual os textos são construídos de modo a compor a imagem de quem fala (*enunciador*) aparente pela relação daquele que fala e ao dito; a imagem daquele a quem a fala está dirigida (*enunciatário*)⁹; e a

⁸ Textos verbais e textos icônicos acionam a representação por mecanismos diferentes, é certo, mas são provenientes da mesma natureza constitutiva e perceptiva.

⁹ Na verdade Verón denomina ‘destinatário’ e não ‘enunciatário’ conforme opto. Como ambas indicam o mesmo lugar a escolha se dá por uma questão de lógica do texto apenas.

relação entre ambos, proposta no e pelo discurso (VERÓN, 2005, p. 218-219). O elo entre enunciador e enunciatário, portanto, fica estabelecido no enunciado.

Um discurso¹⁰ pode estar enquadrado em diferentes modalidades de enunciação, assumir posições distintas em um mesmo dispositivo ou até mesmo em dispositivos variados, visto a complexidade na qual os dispositivos de enunciação se inscrevem (livros, revistas, jornais, etc.). Uma fotografia é um dispositivo e por isso possui relativa autonomia de enunciação (ela é uma tessitura com intuitos específicos se publicada em uma página interna do jornal ou se integrar uma modalidade de enunciação da capa desse mesmo jornal, por exemplo).

1.2 Os *Dispositivos* preparam para os *Sentidos*

Pensar os processos de comunicação fotojornalística, sob a perspectiva aqui empregada, dispensa a ênfase dada ao meio, numa perspectiva tecnicista, como simples canal de veiculação de uma mensagem. O viés de análise, no qual este texto está amparado, considera o meio como um espaço produtor de sentidos e, como tal, indispensável no processo de análise. Assim, as lógicas que regem as ações de comunicação fotográfica estão alocadas em dinâmicas que, estrategicamente, são acionadas tendo em vista um certo fim. Nada está ‘solto’ dentro de uma matriz de sentido, pois ao seu modo – e reconhecido socialmente desse modo – determina a forma de conduta, sua arrumação¹¹. As palavras, portanto, são vazias, visto que os sentidos se implicam nos fenômenos. Daí que as relações de comunicação, estabelecidas entre os sujeitos observantes, são reconhecidas através das marcas enunciativas no discurso fotográfico.

Desse modo, dispositivo¹² é um jogo articulado com elementos, papéis, formas e condutas, é uma organização estratégica. Como uma engrenagem, dentro uns dos outros, os dispositivos acabam por se encaixarem, envolvendo-se em mecanismos, a fim de formar um complexo maior, de tal forma que há dispositivos subordinados e outros nos quais estes se

¹⁰ Não designa aqui o texto, mas se refere ao estado de relação entre os sujeitos falantes.

¹¹ Se pensarmos no modo como compomos uma carta – como ilustra Mouillaud (2002) – a disposição dos elementos e a forma de conduta para produzir sentidos e significados já pertence ao social, uma vez que todos conhecemos e utilizamos esse modo de compô-la. Assim, mesmo o envelope com as escritas ‘destinatário’ e ‘remetente’ partilha da significação na qual o dispositivo “carta” está inserido, e conduz para certos sentidos.

¹² A conceituação de dispositivo é trazida aqui em decorrência das teorias de Mouillaud (2002). Já para Verón (2005), o dispositivo tem outra concepção.

inscrevem. Tais envolturas pré-dispõem os sentidos, ou seja, o dispositivo é fundamental para traçar os sentidos pelos quais somos conduzidos quando temos diante de nossos olhos um determinado dispositivo de enunciação (seja um jornal, uma fotografia, uma reportagem televisiva, por exemplo).

O dispositivo fotográfico, portanto, é composto não apenas por elementos que desempenham papéis e funcionam num processo tendo em vista um certo resultado, mas também fazem parte desse dispositivo as formas e regramentos sociais do que deve ser uma fotografia. Ele não está fora do regramento social (social porque são reconhecidos pelo grupo social) porque é aí que ele é reconhecido como tal, e também onde os elementos se articulam, são conjugados para efetuar uma determinada ação. Além do mais, o regramento social permite que o dispositivo funcione como uma matriz de sentido. Assim, dizemos que são parte do dispositivo as técnicas, lugares, suportes, ou seja, todas as ações que ajudam na produção de um meio.

Segundo Mouillaud (2002), os limites materiais e simbólicos integram o dispositivo (se nem mesmo as preces ou os presentes são o que são sem seus gestuais, o jornalismo não pode ser compreendido fora de sua matriz de sentido), até mesmo o discurso da imprensa segue uma unidade estabelecida pela ordem externa da diagramação da notícia, em detrimento da sua ordem interna. Nessa perspectiva de pensamento se estabelece o cruzamento das teorias de Mouillaud (2002) e Villafañe (2000), isto é, um dispositivo possui seus limites materiais e simbólicos assim como a fotografia é uma materialidade que expande essa característica ao proporcionar que o observador tenha sensações (de movimento ou tensão, por exemplo) e também de interpretações e sentidos. São em tais limiares que penso a fotografia como um dispositivo, portanto, uma matriz de sentido. Além do mais, por sua forma de apresentação já 'leio' fotografia e não outra coisa e, assim, ela se caracteriza como um dispositivo reconhecido socialmente. Outro aspecto é que nas práticas de redação¹³ uma fotografia pode deixar de ser publicada simplesmente porque a diagramação da página prevê uma imagem vertical e não horizontal, como a 'supostamente' apresentada. Evidentemente, as práticas não condicionam apenas aspectos dessa ordem. Se pensarmos nas lógicas de publicação de uma fotografia fica fácil entender que há um fluxo e uma complexidade que regem as práticas, da qual participam o fotógrafo em seu trabalho enunciativo, o repórter de texto, o editor de fotografia, etc.. Há um jogo de interesses que condiciona o fazer fotográfico, visto que mesmo o 'personagem', ao ser fotografado, integra o trabalho enunciativo.

¹³ Observações feitas enquanto repórter *freelancer* de um jornal diário.

Colocamos em movimento a linguagem e suas significações a fim de criar um sentido para os textos (mesmo os espaços vazios – em branco – não são indiferentes ao sentido). Daí que a linguagem, os espaços, parágrafos, enquadramentos, etc., são elementos que, uma vez mobilizados, pertencem à ordem do dito. Assim também uma fotografia é entendida como tal, porque os elementos ali mobilizados fazem dela especificamente uma fotografia e ela, por seu uso em dispositivos jornalísticos está envolta em novas arrumações (que não dispensam os elementos anteriores, mas acoplam a esses novos significados e sentidos). Do mesmo modo, “o discurso do jornal não está solto no espaço; está envolvido no que chamamos de ‘dispositivo’ que, por sua vez, não é uma simples entidade técnica, estranha ao sentido” (MOUILLAUD, 2002, p. 29).

Há uma relação dinâmica entre texto e dispositivo, visto que ambos estão implicados na geração um do outro, eles se precedem, se determinam e são indissociáveis. Os textos são de toda a forma, ou seja, de linguagem sonora, gestual, icônica, etc., e se inscrevem em dispositivos, lugares materiais ou imateriais, que se acoplam uns aos outros, isto é,

o jornal pertence à rede de informações que começou a tecer-se em torno de nosso globo no século passado e que o envolve em um fluxo imaterial que está em perpétua modificação [...] Uma rede que não impõe ao mundo apenas uma interpretação hegemônica dos acontecimentos, mas a própria forma do acontecimento (MOUILLAUD, 2002, p. 32).

Os efeitos de sentido, enquanto materialidade, são elaborações presentes nos textos cujo intuito é nos induzir ao reconhecimento do valor afirmado. Os sentidos são, então, agenciados pelos enunciadores e pelos enunciatários de um texto e, de certa forma, também pelo meio. Na verdade, os sentidos estão instaurados em contextos relacionais, porque só o lugar que os profere não é suficiente para efetivá-los, assim como não o é se for apenas uma meta do enunciador sem a resposta ou aceitação do enunciatário.

É possível dizer que numa imagem os efeitos de sentidos são produzidos pelos elementos compositivos básicos, ou seja, morfológicos, dinâmicos e escalares. O mesmo ocorre com os textos que são atravessados por uma série de estratégias que objetivam um determinado efeito de sentido (de verdade, realidade, afastamento e proximidade, por exemplo). Se pensarmos no contexto de inserção da fotografia na imprensa – que data do início do século XX – saberemos que aí já se configura um efeito de sentido: o de verdade. Tal efeito de sentido é agenciado pelas representações que os sujeitos atribuem, qualquer que

sejam eles, isto é, tanto pelos sujeitos que enunciam quanto por aqueles que observam uma imagem.

1.3 Os processos de comunicação: princípios que regem o viver social

Convém dizer que o fenômeno nomeado pelo termo ‘comunicação’ tem inúmeras teorias aplicáveis, entre as quais creio que nenhuma das teorias convencionais possa respondê-lo por completo. Daí a escolha da fundamentação teórica construída por Peruzzolo, cuja linha de pensamento nos diz que

a comunicação é um processo fundamental e vital. Fundamental porque a sociedade se baseia na capacidade do homem de transmitir suas intenções, desejos, sentimentos, conhecimento e vivências de um a outro. Vital porque a habilidade de se comunicar aumenta as chances de sobrevivência do indivíduo (PERUZZOLO, 1972, p. 34-35).

A comunicação é o processo de interação que institui a vida social. O fenômeno da comunicação é entendido aqui como uma rede relacional na qual nos inserimos e pela qual projetamos nossa natureza social, a trama das nossas vidas. É aí que as relações sociais se constituem, as culturas se estruturam e as sociedades são moldadas. É, portanto, atributo fundamental da vida dos seres sociais, cujas relações vão se diferenciando mais pela capacidade simbólica do que pelo código genético. O entendimento do conceito de comunicação que aqui aparece está amparado no pensamento¹⁴ de que comunicamos *em algo*, portanto, preocupamo-nos com a comunicação como qualidade e não por sua mecânica¹⁵. Desse modo, já adiante, as teorias esboçadas aqui servem de embasamento para o trabalho que segue, como uma proposta de reflexão sobre a comunicação como uma relação. É importante esclarecer isso, pois o termo é bastante complexo e tem aplicações diferentes para áreas também diferentes. Como dito, é um termo com significação bastante ampla que nomeia aqui a complexidade de um campo.

¹⁴ Este pensamento é desenvolvido e teorizado pelo professor Dr. Adair Caetano Peruzzolo, em seu livro ‘A Comunicação como Encontro’ (2006).

¹⁵ O modo de pensar a comunicação como mecânica, concentrada na eficiência do processo (pensando em termos de assimilação da mensagem) está embasado em uma teoria técnica que ignora as relações sociais e a construção dos sujeitos. Por isso já não responde nossas necessidades teóricas e pessoais.

Baseado na proposição de que a comunicação é um processo vital, de relação com o outro, dizemos que esse modelo formulado a partir da rede relacional faz com que o homem, por sua natureza social, se projete para os demais para que possa formar sua própria trama de vida, pois a comunicação “é a *força* que produz o social, que tem sua força na impulsão de ser de todo ser vivo. A comunicação é anterior ao ‘pensamento’ da organização social” (PERUZZOLO, 2006, p. 29, grifo do autor). A representação no mundo humano é cultural, ligada ao pensamento simbólico, mas antecedida pela percepção. Convém esclarecer as categorias conceituais representação e percepção. A percepção, segundo esboça Peruzzolo (2006, p. 33), “é um processo biofisiológico de captação, elaboração e registro dos estímulos que sensibilizam os órgãos sensoriais”. Daí que os limites não estão no percebido, mas na percepção em si, pois só aquilo que percebemos é que nos estimula. Veja-se o caso das cores em uma fotografia, que são estimulantes e criam certos efeitos de sentidos. Mas isso acontece apenas com aqueles que as percebem; um daltônico, por exemplo, não pode ter a mesma percepção de cores que outra pessoa qualquer e, portanto, fará uma representação díspar. Assim também dizemos que há variações como respostas dadas por cada espécie, pois

a percepção é a apreensão sensorial, resposta imediata do organismo às energias que excitam os órgãos sensoriais. É uma pulsão da natureza, que se organiza de acordo com as estruturas prévias das possibilidades biológicas e cerebrais de cada espécie, as quais são as mais uniformes dentro dela. [...] É nessa homogeneidade potencial das percepções dos parceiros que se fundamenta a atuação comunicativa numa sociedade animal (PERUZZOLO, 2006, p. 33).

As representações, originadas a partir das percepções, são construções valorativas dadas aos estímulos que passam a significar algo para o organismo, ou seja, um investimento qualitativo sobre o dado percebido, sobre um objeto ou coisa que, por tais investimentos de valor, passa a ter um sentido. “Por inferência ou associação” a representação “irá orientar a conduta e a ação do organismo que percebe” (PERUZZOLO, 2006, p. 37). Há, portanto, dois modos de representar, ou seja, a representação animal – que atende aos programas, pois as formas de leitura do ambiente significam de acordo com o código genético; e a representação humana – quando a leitura vai além do código genético, regida pela capacidade simbólica. Assim, a representação no nível humano está nos limiares do simbólico, que é uma representação no nível cultural e dominada pelo mesmo. Mesmo assim há uma base biológica, dita infra-cultural, presente quando se elabora uma representação no nível humano.

Na representação não está presente apenas a questão do que se percebe, mas principalmente o que na captura do ver se plenifica como sentido. Assim, na faculdade da representação a coisa percebida já não é mais pura. Vem enriquecida com significações, o que, com frequência, afeta o próprio ato de perceber, que opera segundo interesses do organismo, que, agindo como uma totalidade, pode afetar o modo de perceber (PERUZZOLO, 2006, p. 37).

Convém dizer que “o que determina se uma relação é de comunicação é a operação de representar a matéria constituída entre os comunicantes, que através da ação dão valor significativo ao estímulo percebido e arrumam a reação do organismo” (PERUZZOLO, 2006, p. 38). Isto é, para que haja comunicação é preciso interpretar o significado da mensagem para construir a valor das relações de comunicação – que são definidas no momento da representação. Daí que falar em relação de comunicação supõe um meio de representar – porque é aí que a comunicação se efetiva – marcado pela presença de uma linguagem.

A matéria pela qual a comunicação humana é estabelecida denominamos ‘mensagem’, e esta deve ser interpretada, portanto, representada, pois “o que faz com que uma relação seja relação de comunicação é a representação como meio de comunicar” (PERUZZOLO, 2006, p. 45). Quer dizer que entrar em comunicação diz respeito ao ato de comunicar-se em algo e não de comunicar algo, assim que a relação ocorre *entre* os comunicantes e não *nos* comunicantes.

Em sua gênese, a comunicação é um jogo de valores que ocorre *entre* os comunicantes. É, portanto, uma categoria fundamental de todos os seres que buscam dar respostas às suas próprias necessidades. Daí que nasce a força da comunicação como uma relação. As relações de comunicação vão se diferenciando pela capacidade simbólica (esfera de realizações, pensamentos, etc.) mais do que pelo código genético. Decorre que a dimensão simbólica da qual os humanos são dotados é fundamental na distinção destes em relação aos animais (não humanos). O que ocorre é que enquanto o animal tem o domínio da memória presente e passada, assim como os humanos, o homem tem o acréscimo de uma capacidade simbólica que, em termos simples, é a capacidade de projeção do futuro (do não-ser, a capacidade de projetar um lugar para aquilo que ainda não existe; é o puro pensamento sem materialidades).

Outra consideração é que na relação de comunicação humana sempre há uma representação do outro; há aquele que propõe a relação (organiza-a) e quer convencer aquele que busca a relação (recebe-a) e vai acolher. De qualquer modo, sempre há os lugares que são construídos no momento da comunicação, e sempre há uma busca de si mesmo e pelo outro.

1.4 Aspectos que envolvem a natureza comunicacional: O fluxo fotográfico/midiático

Na evolução dos processos comunicacionais, que fazem hoje da imagem um atributo indispensável ao seu modo de ser, é fundamental traçar aqui os aspectos midiáticos que envolvem o tecer dos sentidos. Evidentemente, a inserção da imagem, fotográfica nesse caso, como um objeto de investigação da mídia requer um olhar cuidadoso para com as estratégias do fazer jornalístico que está incorporado ao midiático. Isso porque todo objeto é sempre uma possibilidade de relação de significados e sentidos e não simples objetos; de tal modo que quando olhamos o objeto 'fotografia' é preciso vê-lo como fenômeno da comunicação.

A forma de comunicar humana se desenvolve historicamente como sistema de respostas aos fenômenos culturais, de tal modo que a organização da mensagem passa a unir diferentes modos de enunciar, trabalhando com a convergência de distintas linguagens em um mesmo dispositivo. A linguagem da imagem fotográfica nos parece naturalmente composta por elementos que lhe são próprios, no entanto, é também um apoderamento de técnicas e elementos de outros campos, como a pintura, a física, a química, a informática, o cinema, etc.. Nesse contexto, o indivíduo recebe um fluxo significativo de mensagens uma vez que tem acesso a tudo que é veiculado, porém escolhe apenas aquilo que condiz com seus interesses pessoais, assim como a interpretação da informação é realizada de acordo com seu repertório e competências. O que faz sentido para o indivíduo é, portanto, resultado de uma atribuição de valor a uma matéria como representação, dada a partir de uma percepção captada por, digamos, uma coleta de dados. Nesses termos, a representação é uma avaliação valorativa maior que a percepção que precisa estar mais objetivamente próxima do estímulo.

O fenômeno nomeado pelo termo midiatização se mostra, para um olhar mais distraído, simples ou pequeno, aparentemente fácil de compreender; no entanto, tratamos aqui de fenômenos profundamente complexos. Se considerarmos a natureza do campo da comunicação (em desenvolvimento) e a produção de mensagens nesse contexto, veremos que há um engendramento complexo de linguagens, técnicas e culturas. A questão se complexifica quando esse campo se expande, de forma que as suas operações vão se constituindo como uma ambiência na qual os demais campos se inserem e se constituem. Isso, portanto, é um alargamento do que estava situado apenas na mídia para outros campos sociais. O campo midiático - ora receptor, ora produtor de sentidos e valores - é o lugar de interação entre instituições e sociedade que, por sua vez, se torna mais complexa quanto mais se midiatiza (FAUSTO NETO, 2006a; 2006b).

A fotografia é um objeto que integra tal complexidade não apenas por sua linguagem e por seus modos de comunicar e produzir sentidos, mas porque, se pensada na esfera da circulação, possui duas particularidades. A primeira é que sua linguagem aparentemente acessível permite que qualquer pessoa a ‘leia’¹⁶ (mesmo os analfabetos ou então pessoas de regiões completamente distintas geográfica e linguisticamente tenham acesso ao texto visual, diferentemente do que ocorre com o verbal) e talvez esse seja um mote à larga utilização pela imprensa. A segunda, intimamente ligada à primeira, quer dizer que tal leitura não é homogênea e nem acabada em si mesma, pois os sentidos se completam apenas nos sujeitos.

Outra questão ganha forma quando tentamos elucidar qual o momento de ‘nascimento’ de um acontecimento midiático. Visto os processos no qual as práticas jornalísticas estão imbricadas, talvez seja prudente afirmar que o acontecimento midiático torna-se tal quando transposto da ordem dos fatos para a ordem da midiatização. Isto é possível em termos de uma publicação pós-fato (como normalmente ocorre com o jornalismo – não pensando aqui no “ao vivo”), pois embora seja o fato relevante para o público, ele só se torna noticiável quando está na esfera midiática, e é justamente aí que ele ganha suas formas. Também porque a enunciação compreende muito mais do que o momento de enunciar, visto que está também na esfera da circulação. Uma fotografia só se torna fotojornalismo quando está inserida no dispositivo jornalístico ou é pensada nesses termos. É o dispositivo que está alocado aqui como uma matriz de sentidos.

Assim, os meios de comunicação são constituintes da realidade social, não mais vistos como aparelhos externos ao homem, que injetam informações, mas como sistema de intercâmbio de respostas às necessidades sociais, como formas culturais. A mídia deixa de ter controle sobre seu público, visto que não há homogeneidade, e sim um público disperso em múltiplos ambientes. A legitimidade do campo midiático está em sua própria natureza cultural, visto que procura atuar de maneira contínua entre pessoas, instituições e campos sociais, constituindo a realidade e o faz recorrendo a dinâmicas e processos inerentes ao seu próprio campo. Suas condições de produção estão relacionadas à temática dos demais campos, e sua autonomia está na capacidade de manejar enunciações dos diversos campos, deixando-se comparecer de regras de outros meios, mas instaurando suas próprias marcas de enunciação. As regras dos campos se interseccionam. Em decorrência, o que vemos é que os diversos campos sociais modificam frequentemente suas estratégias segundo as regras

¹⁶ A palavra ‘ler’ aqui não se aplica ao conhecimento aprofundado que uma imagem necessita, mas apenas quer enfatizar o aspecto de uma linguagem que está aparentemente acessível a todos, ao menos numa leitura superficial.

midiáticas. Há um ajustamento das suas práticas e dizeres para que fiquem em conformidade com as estratégias midiáticas.

Os fluxos, que geram essa nova ambiência, afetam o campo da comunicação propondo um ajuste nas estratégias midiáticas. Assim, a mídia modifica suas lógicas comunicacionais tornando explícitas suas regras para os demais campos e, mais do que isso, passa a mostrar a antessala, os bastidores da sua produção para chamar a atenção para suas práticas, fazendo com que ela permaneça no processo e gerando uma auto-legitimação dos seus atos (FAUSTO NETO, 2006c). Outra ‘consequência’ são os acoplamentos, ou seja, a mídia mobiliza estratégias para remeter a si mesma quando faz autorreferência, chamando atenção para a sua multidiversidade.

Evidentemente, como as regras midiáticas já não são mais pertencentes apenas ao campo das mídias, visto que todos têm acesso e utilizam-nas, essa acaba sendo uma estratégia para fazer com que ela continue existindo como parte do processo¹⁷. Há, portanto, uma afetação tanto por parte dos demais campos sociais que, como já dito, mudam suas estratégias adequando-se ao midiaticizado, quanto do próprio campo midiático que passa a se auto-referenciar, assim como dos indivíduos que são afetados pelas agendas midiáticas – e estes não ficam na posição de receptor apenas, mas passam a fazer parte do processo produtivo.

Resultantes da evolução dos processos, criaram-se novas configurações de tempo e espaço permitindo maior acessibilidade e rapidez na informação. A convergência das tecnologias também modificou os modos de comunicar. Em termos tecnológicos, houve importante mudança uma vez que a fotografia passou a integrar a rotina dos jornais com um fluxo bastante significativo de material. Com o digital, a agregação de um largo volume de fotografias num investimento de tempo (para mencionar apenas um aspecto dessa mudança que abarca também a questão técnica, expositiva, material, etc.) muito menor do que o necessário para sua produção e veiculação. No analógico, os processos se tornam outros e a realidade das redações também. Mesmo a maneira de interagir e relacionar-se com o mundo passa a ser diferente, já que as ofertas e as práticas estão ajustadas aos novos meios em resposta às necessidades dos próprios indivíduos, que em decorrência das novas tecnologias de comunicação, alteram seus modos de viver em sociedade¹⁸.

¹⁷ Pensa-se aqui também no caso da participação dos leitores de jornais impressos ou online com o envio de fotografias para publicação. Há também situações em que o próprio dispositivo jornalístico ensina aos leitores algumas técnicas para a melhoria da qualidade do material fotográfico enviado.

¹⁸ Se no discurso televisivo dizemos que há uma convergência de diferentes categorias de comunicação – som, imagem, texto – a fotografia agrega à sua natureza a capacidade de comunicar por uma linguagem que lhe é própria. O instante capturado expressa uma representação de algo ou de um evento que ocorreu em um tempo maior do que o revelado. A fotografia, portanto, agrega valor à representação que se faz por meio de um

Capítulo 2 - A Natureza da Imagem¹⁹

O aspecto acerca da Teoria da Imagem, que versa sobre a significação plástica define, que normalmente há dois tipos de significação em uma imagem, o componente semântico e a própria significação plástica (VILLAFANE, 2000, p. 171). A significação plástica depende dos elementos que ordenam iconicamente a imagem, principalmente do ponto de vista estrutural e sintático. A ordem icônica “é o princípio que rege a composição” (VILLAFANE, 2000, p.165), sendo ela determinante de estruturas que produzem a significação nas imagens. Assim, toda ordem icônica é uma qualificação, valoração da ordem visual, de modo que “qualquer *qualificação* da ordem visual produz uma significação plástica” (VILLAFANE, 2000, p.166). A qualificação²⁰ limita-se desde uma qualificação naturalizada (que é mais próxima ao real) até uma qualificação transgressora (que rompe os limites da mimesis - natural). A ordem natural depende do meio de representação, enquanto que a transgressão da ordem depende da composição, fundamentalmente. Mas, com essa distinção corre-se o risco de cair na “falácia do meio”, que pode considerar como maior normatividade (e naturalização da imagem) por meios como a fotografia - pela suposta fidelidade ao real, enquanto a pintura teria maior distanciamento e produziria maiores transgressões. Este erro é desfeito, por exemplo, ao analisar o uso de objetivas que alteram a imagem, como a Olho de Peixe. O uso de determinados recursos icônicos (ângulos de tomada fotográfica, objetivas, planos, formas, etc.) gera diferentes significações plásticas. Villafañe (2000, p.172) propõe que tal significação aproximar-se-ia a “*soma de todas as relações produzidas pelos elementos icônicos organizados em estruturas segundo um princípio de ordem, à margem do sentido*”²¹ que, ocasionalmente, a imagem é portadora”. Assim percebe-se que a significação plástica não é o mesmo que o sentido (no uso feito por Villafañe) que a imagem porta. O sentido exige

fragmento de tempo. Ainda, se pensarmos em termos de prática representacional é possível descrever um jeito distinto de relação entre indivíduo e real, ou seja, os indivíduos passam a dar maior importância para a representação do real do que para o real; é como se o registro do ato fosse, de fato, mais importante que o próprio ato; é o real em detrimento da representação desse real.

¹⁹ O termo ‘imagem’ tem sua origem no latim, *imago*, “cujo sentido é o de toda e qualquer visualização gerada pelo ser humano, seja em forma de objeto, de obra de arte, de registro foto-mecânico, de construção pictórica (pintura, desenho, gravura) ou até de pensamento (imagens mentais)” (COUTINHO, 2005, p. 330). Ou seja, o conceito de imagem é eminentemente polissêmico, traço que pode despertar uma configuração mental. É, todavia, um elemento de um campo conceitual. Convém esclarecer que o presente texto versa sobre as visualizações produzidas pelo sistema de câmeras fotográficas.

²⁰ Para ficar mais clara a definição, aqui podemos assemelhar esse aspecto teórico aos graus de iconicidade de Abraham Moles.

²¹ Villafañe usa indistintamente os termos significado e sentido para os quais, no começo do Capítulo I, estabeleci diferenças.

o repertório iconográfico que os receptores comungam e que podem reconhecer na imagem. É também tratado como o componente semântico, que oferece os elementos interpretativos estritamente iconográficos, sem referências estruturais. Ora, o componente semântico não é um elemento fundamental da imagem. Pode haver imagens, com significação plástica, mas sem sentido (VILLAFANE, 2000, p. 171). Pode-se pensar numa linha branca num fundo preto (Figura 1), que em si mesma não tem sentido algum, mas há aí componentes plásticos que denotam a sua significação. Contudo, se a imagem da linha branca não fosse apenas linha, mas a representação de um arame farpado (Figura 2)²² haveria um sentido além da significação plástica.

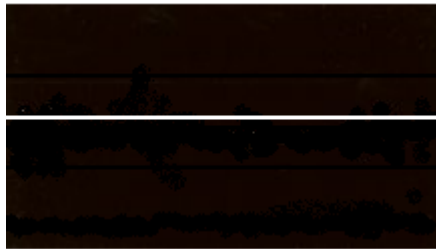


Figura 1 - Linha branca em retângulo preto.

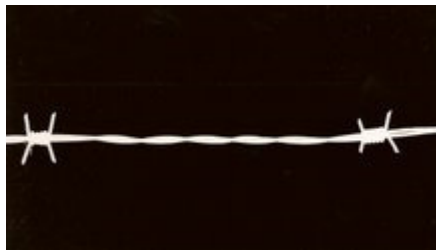


Figura 2 - Representação de arame farpado em retângulo preto.

O que se quer fazer e, portanto, demonstrar é que há um conjunto de significações que estão associadas aos elementos formais de composição. Claro, elas se somam aos significados semânticos na fruição do observador, de modo que endossamos o pensamento de Villafañe (2000, p.172) para quem a análise da significação está associada aos elementos formais da composição, e é indispensável para entender a natureza da imagem e fazer sua leitura.

²² Essa representação foi criada a partir da técnica de fotograma que consiste, basicamente, na projeção da luz do ampliador sobre o objeto disposto diretamente no papel fotográfico. Essa técnica é realizada em laboratório de revelação e ampliação manual Preto e Branco.

As imagens visuais²³ são abundantes em nossa sociedade, visto a necessidade dos indivíduos em dar respostas aos seus próprios anseios. Igualmente, os processos comunicacionais hoje incorporam as imagens às estratégias midiáticas na produção de sentidos e significados. A ‘acessível’ e ‘fácil’ linguagem das imagens visuais faz com que todos tenham alcance – ainda que de forma mínima - à produção, circulação e recepção. Mesmo em relação aos textos verbais, sua ‘superioridade’ está no fato de que todos, mesmo os analfabetos que não os compreendem, podem ‘ler’ alguns significados e, minimamente, chegar a alguma compreensão do significado das imagens.

A categorização icônica que integra a natureza da imagem nos dá elementos para chegarmos a um grau maior de entendimento da sua complexidade que seria, inicialmente, denominado ‘mancha’. Os elementos icônicos²⁴ são as materialidades que ajudam a traçar a possibilidade da configuração de uma imagem e, além do mais, permitem manejar tanto a produção quanto a leitura da imagem. Dubois (2004, p. 63, grifo do autor) compreende ‘ícone’²⁵ como “um signo que remete ao objeto que ele denota *simplesmente em virtude das características que ele possui, quer esse objeto exista realmente, quer não*”. O signo icônico pode ser de natureza visual como também acústica, tátil e olfativa, portanto sua aplicação não está restrita à imagem visual, mas pode ser igualmente estendida aos textos sonoros ou audiovisuais, por exemplo.

As categorias conceituais ‘percepção’ e ‘representação’, das quais falamos nas primeiras páginas, são parte também do processo icônico, pois conferem às categorias visuais suas especificidades a partir do percebido e representado. Mesmo as imagens mentais – o que chamamos de imaginação – estão no nível do icônico, pois independente do meio em que a imagem é produzida, de sua natureza ou do seu grau de iconicidade toda imagem possui um referente na realidade (VILLAFANE, 2000).

Ícone é, portanto, todo aquele tipo de signo que opera por similitude perceptiva representativa entre dois elementos; um conjunto de traços que se aproxima do real (percebido) do objeto²⁶, mas que não tem nenhum elemento material em comum com o

²³ A delimitação se faz pela generalidade do termo ‘imagem’ que pode ser encontrado junto a outras áreas do conhecimento e diferentes teorias bastante distintas daquelas aplicadas aqui. Assim, sempre que aparece a palavra ‘imagem’ aqui se deve atentar para o fato de que a aplicação se dá nos termos indicados no corpo do texto.

²⁴ Tais elementos são aplicáveis a todos os tipos de imagens: de publicidade, televisão, cinema, etc., pois pertencem a natureza das imagens.

²⁵ Para tal conceituação, Dubois lê ícone em Peirce. O signo em Peirce não está ligado às imagens, o que ocorre é que pesquisadores da imagem (como Dubois e Schaeffer, por exemplo) lêem as teorias de Peirce diferentemente, adequando-as aqui.

²⁶ A palavra ‘objeto’ quer designar aqui o referente da imagem. O conceito de referente é trazido por Dubois e aparecerá no texto a seguir.

objeto, portanto, apenas traço. Um ícone de contorno evidente caracteriza menos uma pessoa do que um ícone de grau maior; trata-se de universalizar ou particularizar, pois quanto menos traços a imagem possui em relação ao objeto representado, mais genérica é sua interpretação, logo, mais se universaliza; quanto mais traços, portanto mais semelhanças com o objeto, mais se particulariza. Isso quer dizer que todas as imagens correspondem a um certo grau de realismo em comparação com aquilo que ela representa. Um desenho é menos icônico do que uma pintura, que é menos icônica que uma fotografia. No caso da fotografia, que possui um grau de iconicidade bastante elevado, há certos níveis de aproximação do real, pois uma imagem com contorno bem marcado, mas sem revelar traços da pessoa (o contraluz, por exemplo), pode reforçar a universalização da imagem, enquanto que a fotografia que apresente os traços específicos de uma pessoa é claramente mais particularizada.

Há, portanto, uma dimensão de iconicidade do objeto que diz respeito ao realismo, a quantidade natural que mais se aproxima ou conserva dele mesmo na imagem (MOLES, 1973). Daí que o próprio objeto é o que há de mais icônico (grau máximo)²⁷ e a palavra seria, na escala classificatória²⁸ composta por Moles, a menos icônica (iconicidade nula), pois ela nomeia o objeto e através dela o representamos mentalmente, mas não possui em si traços ou indícios tal como um desenho ou uma fotografia pode conter. Convém ressaltar que nenhuma grafia – traço apenas - possui algum aspecto de corporeidade dos objetos que ela representa. Nesse sentido, o ícone possui certa autonomia em relação ao símbolo, uma vez que “todo el movimiento de la imagen abstracta es el que poco a poco abandona su iconicidad en favor de su **significación**, y adquiere un valor **operatorio**. En ultimo extremo, el signo abstracto no es imagen de nada, sino un código directo de algo: su significación” (MOLES, 1973, p. 48, grifos do autor). Entendo, então, que uma imagem é inteligível na medida em que o receptor tiver competências para ver nela alguns elementos universais dentro de uma comunidade comunicativa. É através da linguagem – e nesse caso, da linguagem da imagem - que vamos além do processo de percepção do icônico, agregando uma significação ao representar; chegamos, portanto, ao conhecimento simbólico²⁹. Se pensarmos, portanto, na natureza constitutiva de uma enunciação visual – na fotografia - é possível afirmar que a iconicidade deve ser lida pelos elementos plásticos, ou seja, aqueles que estão na superfície da fotografia, enquanto que os elementos dinâmicos e escalares integram o simbólico.

²⁷ Note-se que o caráter de iconicidade, de um modo geral, não é o mesmo que ícone, visto que este último é signo, portanto nada tem do objeto representado.

²⁸ O autor, Abraham A. Moles, a denomina “Escala de Iconicidad Decreciente o de Abstracción Creciente”. Disponível em anexo (anexo A).

²⁹ O conceito de ‘simbólico’ para Aumont é (diferentemente do conceito simbólico de Dubois (2004, p. 61)) tudo aquilo que entra na ordem da convenção.

Também há o fato de tornar uma imagem fotográfica menos icônica com intuito de ressaltar seu caráter simbólico, criando certos efeitos de sentido e tornando-a relativamente mais universal. Cabe dizer que o fotojornalismo tem interesse em ressaltar aspectos de concretude e impacto, por isso faz uso de imagens com grau maior de iconicidade (também pelo efeito de verdade que é conferido a).

O simbólico é operado pela articulação da linguagem sempre partilhado por categorias mentais sem desligar-se do icônico. O simbólico está construído na categoria conceitual de significação por uma atribuição de valor. Enquanto o ícone opera por similitude representativa em relação ao objeto real, o simbólico não possui essa característica, pois em si não há nada que contenha uma ligação com o objeto real.

Nesses termos, a indicialidade é considerada um modo de conexão do icônico com o real, pois é por onde lemos, no plano imagético, que aquilo necessariamente houve e foi retratado. Há uma necessária conexão ‘causal’ entre aquilo que existiu e aquilo que fica registrado no plano; uma vinculação com o objeto que a constrói. É a esse aspecto indicial da imagem que se atribui pensar a fotografia como elemento fundante no jornalismo, justificando, assim, seus usos e sua credibilidade. A indicialidade de uma imagem provém de “signos que mantêm ou mantiveram num determinado momento do tempo uma relação de conexão real, de contigüidade física, de copresença imediata com seu referente” (DUBOIS, 2004, p. 61). Com o avanço tecnológico e a incorporação do digital pelos sistemas comunicacionais³⁰ (e uso de programas de edição) aparece a possibilidade de ‘re-construir’ a realidade capturada, daí que a função indicial da imagem se perde. Mesmo um simples corte na imagem já prejudica o que se entende por indicialidade da fotografia e a exime desse seu caráter próprio. Daí que ler as marcas indiciais de uma imagem não é algo simples, pois nós leitores das imagens, ao olharmos as publicações diárias não podemos inferir sobre sua indicialidade. Por mais que elas nos pareçam indiciais não há como certificar-se.

Convém dizer que em termos de imagem, o olhar toma a realidade como se não houvesse mediação, pois as imagens têm a intencionalidade de representar o real. Essa representação é convencional - e o máximo é a fotografia; mas há convenções mais naturais que outras, as que agem sobre propriedades visuais. Por isso mesmo, a fotografia antes de ser uma imagem de algo é um rastro, uma marca (luminosa) que traça numa certa matéria a configuração do que existe de fora. Entre o referente e ela há uma conexão física, entre a

³⁰ Isso não significa dizer que anterior ao digital todas as imagens eram indiciais, pois mesmo com o filme há a possibilidade de manipulação e corte da cena. O que ocorre é um acentuação dessa possibilidade.

marca e um objeto singular. Também há o fato de que não nos chama a atenção que toda captura – fotográfica – tenha uma certa arrumação, um cuidado para propor certos dizeres.

A imagem é uma linguagem muito mais ampla que o olhar, pois assim como a fala expande a cultura do corpo, a imagem amplia a capacidade de olhar. O traço, que não é mais natureza, mas um indicativo de um olhar natural, de um olhar especializado, potencializou o ver, expandindo a capacidade da vista se ocupar dos espaços mínimos. Há, evidentemente, um predomínio intenso do olhar sobre os outros sistemas sensoriais, uma vez que o homem teve que expandir, através da história, as capacidades do olho. Além do mais, a natureza da imagem é diferente da natureza do olhar. Enquanto o olho humano pode aplicar-se ao detalhe³¹, direcionando seu foco de percepção apenas para uma escolha específica, a câmara aplica a mesma intensidade para toda a captura, sem ocupar-se da singularidade, ou seja, o foco central ‘age’ como o olho, mas as laterais têm igual intensidade de captura. A máquina fotográfica ‘vê’ monoscopicamente (como quando fechamos um olho), já a visão humana³² é estereoscópica³³. Portanto, o ver monoscópico da câmara é plano, sem profundidades, sem tridimensionalidade real; há, no entanto, a possibilidade de representá-los simbolicamente na fotografia, ou seja, criá-los através da utilização de elementos morfológicos como é o caso das linhas, planos, pontos, etc. Isto implica dizer que no ato de fotografar a força seletora é das capacidades técnicas da câmara, mas sobretudo resulta do olhar do fotógrafo. Já a percepção visual humana é resultante de uma captação de estímulos que, percebidos, passam a ser representados pelo nosso cérebro. Tal percepção, assim como a interpretação daquilo que vemos, é distinta em cada observador, pois “a experiência de cada um compõe-se daquilo em que lhe é conveniente prestar atenção e que interessa a sua sobrevivência, fazendo portanto parte de seu campo básico de percepção e ação” (PERUZZOLO, 1998, p. 46).

A imagem, portanto, é uma base de comunicação entre os homens. Nós a reconhecemos como uma comunicação visual materializada num fragmento do universo visual perceptivo. Nesses termos, a imagem não diria nada em si, pois não estaria nela o dito,

³¹ “O olho somente focaliza de modo nítido pequenas partes do mundo perceptível e, além disso, o mundo visível não pode ser percebido de uma só vez. O homem, de fato, percebe um acúmulo sucessivo de imagens, mas o aparelho visual as integra de tal modo que o caráter incidental de visão passa desapercibido” (PERUZZOLO, 1998, p. 47)

³² “O ângulo de visão total do olho humano corresponde a aproximadamente 180°, e nele está incluída a chamada visão periférica, que reage principalmente a movimentos e diferenças de claridade, mas que reproduz somente imagens tremidas. Para uma visão nítida dispomos apenas de um ângulo de visão limitado e, portanto, captamos objetos nítidos apenas perto ou no meio do nosso campo visual. Como na fotografia, a foto fica mais nítida porque a íris se fecha mais – uma das razões pelas quais vemos sob luz clara melhor do que no escuro”. (FEININGER, 1985, p. 49)

³³ Diz-se também que na fotografia é possível registrar como na estereoscopia. Este é, por sua vez, um processo fotográfico que produz efeito tridimensional pela utilização de dois registros simultâneos do mesmo assunto, mas em perspectivas diferentes.

mas no olho que capta e interpreta, traduz aquilo que a imagem – como matéria significativa – agencia em sentidos. Assim, sem a capacidade de olhar não há imagem visual. É no olhar que a imagem se torna o que é. Outro aspecto é que a imagem, então, já não pode ser tomada como o real, mas deve ser entendida como uma imagem refletida, como num espelho; que não é a coisa em si, se não um reflexo que lhe é próprio e se parece; uma nova realidade, portanto, a realidade da imagem – que traz em sua natureza indícios de algo dito, comunicado.

2.1 A fotografia como enunciação iconovisual e as estratégias do fotojornalismo

Desde seu surgimento na imprensa (a primeira publicação data de 1880, no jornal *The New York Graphics*, de Nova Iorque) até a Primeira Guerra Mundial, a fotografia servia apenas para ilustrar os periódicos impressos que circulavam na época. Foi no cenário político e econômico da Primeira Guerra Mundial que o fotojornalismo³⁴ se firmou como um modo de informar no jornalismo (GIACOMELLI, 2008, p. 24). A expansão do fotojornalismo pelo mundo, iniciado na Alemanha, seguiu para a França, Inglaterra e, logo, para os Estados Unidos, local onde a mais importante revista ilustrada com fotojornalismo de todos os tempos foi lançada em 1936 – a Revista *Life*. No Brasil, a Revista da Semana foi a pioneira (passou a ser impressa em 1900), mas seguindo pelo mesmo caminho outros jornais e revistas passaram a privilegiar o uso da imagem fotográfica. A grande inserção do fotojornalismo nas publicações brasileiras (e comprovadamente do mundo) ganha atualmente um caráter bem diferente daquele empregado como ilustração, pois há uma preocupação – tanto das editorias como dos profissionais – em trazer uma gama de informações ao plano imagético. Parece-me que o apogeu imagético se concretiza, na grande imprensa, no momento em que fica mais fácil representar as coisas através das imagens do que descrever com palavras.

De qualquer forma, a utilização de fotografias nas edições dos periódicos impulsionou um novo modo de comunicar. O que ocorre é que a fotografia é considerada um forte sistema de comunicação pelo seu apelo à evidência (já que é entendida como garantia de que algo aconteceu) e por ser naturalmente uma linguagem universal. Daí sua relevância e o grande salto na difusão da imagem como informação na mídia, criando novos campos de

³⁴ Há diversas obras que versam sobre a história do fotojornalismo. Este texto se propõe apenas a fazer alguns apontamentos considerados relevantes para contextualizar a discussão, não tendo, portanto, preocupação em discorrer longamente sobre a história do fotojornalismo. Lê-se mais sobre o tema em: COSTA; SILVA (1995) e SOUSA (2000).

representação visual. Além do mais, o fato de uma fotografia representar certo efeito de verdade faz dela uma ferramenta essencial na construção dos valores que sustentam todo o fazer jornalístico.

As práticas do fotojornalismo fornecem elementos além da fotografia para compreensão do texto imagético. A imagem, por si mesma, é capaz de oportunizar interpretações e informações sobre o algo noticiado. Para além da imagem fotográfica o dispositivo e os textos verbais geram ‘amarras’ ao modo de interpretar que deixa de ser um tanto solto, mas traz ao texto uma ancoragem que limita os sentidos. Os estudos que se fazem com o intuito de descrever as relações entre textos visuais e textos verbais já nos fornecem elementos bastante interessantes acerca dessa abordagem. O que pretendo destacar é que ainda que existam elementos externos ao texto visual que contribuem para a criação dos efeitos de sentidos no fotojornalismo, o que uma fotografia comunica é, de fato, muito importante na construção das significações e, por isso mesmo, importante elemento a ser trabalhado.

Devemos entender a fotografia, nos diz Verón (1989), como um dispositivo que se configura numa das estratégias discursivas utilizadas pela imprensa como variação enunciativa dos diversos campos ali encontrados e confrontados (entenda-se ‘ali’ como o meio na qual ela se insere) que são dirigidos ao grande público. Ao pensar a fotografia de imprensa, enquanto senso comum, a entendemos como aquela que fornece a apresentação do fato como uma ‘atualidade do mundo’, ou seja, fica a cargo da fotografia mostrar o instante do acontecimento, do real que se apresenta ao fotógrafo e que pode estar descrito no texto e, por isso mesmo, ela fica disposta ao lado dos fatos e não das opiniões³⁵, pelo seu caráter de ‘verdade’. Crer nisso, porém, é um tanto ingênuo, pois o fotógrafo é também enunciador do discurso fotográfico, o que exige dele uma escolha ao fotografar (capturar num instante uma imagem e não outra). Do mesmo modo, um discurso permite diferentes formas de exprimir o mesmo fato; e é assim que se constrói uma enunciação, há escolhas estratégicas que entram na ordem do dito e das modalidades do dizer. Decorre que o enorme leque de possibilidades discursivas é também determinado pela cultura. Quanto à linguagem, esse universo discursivo parece ter abrangência mais clara do que a imagem, quando se quer conhecer qual é esse universo de possibilidades na imagem. Para tanto se levanta enfaticamente o questionamento: “por que esta imagem, e não uma outra, e qual outra?” (VERÓN, 1989, p. 9), com o intuito de reconstituir o conjunto de possibilidades existentes naquele momento, e compreendê-las em

³⁵ Atenta-se aqui para o fato de que as fotografias aparecem próximas aos textos opinativos, em geral, apenas como retrato daquele que escreve o texto; o que reforça o caráter de verdade.

seu interior, o que determina o sentido desse ato discursivo. Isso, no entanto, deve ser entendido dentro das condições de produção e recepção e não de todo o conjunto de possibilidades do dizer. Além disso, o universo de possibilidades de um discurso precisa ser reconstituído também porque eles acabam por instigar, pouco a pouco, a expectativa do seu público ao mesmo tempo em que os discursos se estruturam.

A construção da fotografia como objeto noticioso na imprensa requer uma ponderação acerca do seu valor de testemunhalidade. Ora, se pensarmos a fotografia como um recorte da realidade que é bastante subjetivo uma vez que todo profissional, por mais que busque certa imparcialidade dá ao registro sua interpretação do fato e possui contingências, podemos dizer que tratamos então de realidades construídas e não de relatos testemunhais. Evidentemente, essa realidade construída se dá a partir de elementos concretos, fatos portanto. Mas, qual é o limite que se coloca aí? A linha que separa a *construção da realidade* da *realidade da construção* muitas vezes oscila em diferentes abordagens. Essa discussão pode seguir para apontamentos éticos, por exemplo, mas deixo agora como uma inquietação que se sustenta na idéia de que os meios de comunicação ‘participam’ na construção da realidade.

Evidentemente não é nenhuma novidade dizer que as imagens sempre foram produzidas para algum uso, sem ser uma produção gratuita ou desinteressada. Normalmente a fotografia é alvo de uma subjetividade fácil, atribuída pelo simples gostar ou não gostar - onde a estética fica aparente e provocativa - a fotografia pode induzir apenas vagamente ao pensamento. Muito anterior ao olhar objetivo e analítico de uma imagem fotográfica, a observação cotidiana está atrelada ao referente da imagem e à estética. A fotografia - e não seria diferente - possui suas particularidades em relação ao cinema, à pintura, às animações ou aos textos audiovisuais usualmente disponibilizados no dispositivo televisivo ou mesmo na internet. Embora todas as manifestações imagéticas com recursos e técnicas distintas, há uma relação entre elas (considerando que a origem de uma nova *modalidade* se deve à evolução de outra) provocando um entrelaçamento de práticas, técnicas e linguagens que ora derivam e ora são derivadas. Tal é o hibridismo que em alguns momentos o que define e nomeia a *modalidade* é mais o dispositivo do que a técnica empregada na produção. É nesses termos que se torna possível afirmar que a fotografia possui diferentes valores e características técnicas dependendo do dispositivo ao qual está veiculada. Para tanto, basta pensar na fotografia de revista, cujas especificidades técnicas e estéticas têm maior apelo do que no jornal impresso, que por sua vez acaba priorizando a veiculação da informação. Evidentemente, há aí diversos argumentos que entram para compor o debate, entre elas, o fato

de que a rotina e o tempo de produção são bastante distintos, até mesmo as propostas editoriais são outras.

É óbvio que não se pode pensar a fotografia sem o seu referente, pois ele sempre está ali, colado à imagem; é “aquele ou aquela que é fotografado, é o alvo, o referente”, assim como “o *Operator* é o Fotógrafo. [e] O *Spectator* somos todos nós, que compulsamos, nos jornais, nos livros, nos álbuns, nos arquivos, coleções de fotos” (BARTHES, 2003, p. 20). O referente toma conta da fotografia de um modo tal que de imediato percebemos apenas e, sobretudo, ele – o objeto ou personagem retratado/representado. Nesse sentido, “seja o que for o que ela dê a ver e qualquer que seja a maneira, uma fotografia é sempre invisível: não é ela que vemos. Em suma, o referente adere. E essa aderência singular faz com que haja uma enorme dificuldade para acomodar a vista à fotografia” (BARTHES, 2003, p. 16).

O referente fotográfico possui um aspecto de relação com o real que age diferente das outras formas de representação (como a pintura ou o cinema, por exemplo). Pois, enquanto na fotografia o referente necessariamente esteve lá (aparece aí a função indicial da fotografia), em outros lugares a realidade pode ser apenas uma simulação de algo não visto, talvez puramente ficcional ou imaginado. Mesmo nos textos, onde os referentes podem ser reais, a construção que o faz ser pode estar indissociada do real, do referente. Ainda sobre isso, é conveniente constar que não escapa aos nossos olhos o fato de ser possível criar cenas que não existiram tal qual aparecem no plano (através do programas de edição de imagens), mas mesmo a cena sendo ‘montada’ ainda há um referente, pois aqueles objetos ou personagens que aparecem iconicamente no plano tem uma ligação com o real, portanto existiram.

Esse fato, no entanto, não torna impossível o encontro com o significante da imagem fotográfica, mas supõe ponderar sob seus aspectos, refletir sobre sua própria natureza. Não podemos esquecer que sempre há intencionalidades. Mesmo uma pose diante da lente do fotógrafo é uma intenção de leitura (de um querer mostrar-se assim e não de outra forma). É nesse jogo que estão imbricadas as estratégias. O pensar sobre a fotografia com intuito de chegar ao seu significante sugere a leitura das marcas de enunciação presentes também no plano fotográfico.

Outro aspecto que merece nossa atenção é que a fotografia, em si, não é uma representação³⁶ total de um determinado acontecimento, mas pode produzir uma consciência dele, por meio dos objetos parciais que oferece. Os objetos parciais são simplesmente o

³⁶ O termo ‘representação’ aqui está empregado de certo modo diferente ao que tratamos no início desse texto, quando nos referimos aos conceitos de percepção e representação. Aparece aqui pensando a representação como possibilidade de “amostra” da totalidade de um evento.

recorte de um determinado acontecimento – capturado pela lente num instante. Eles, em si, são inabarcáveis pela intuição humana, e evidentemente também pela fotografia (FLUSSER, 2002). Porém, a fotografia torna-se um todo se admitida apenas enquanto impressão de imagem num plano. Um instante capturado, por ambíguo que pareça, é uma totalidade. A fotografia é a totalidade do instante que atravessou as lentes e ficou impressa no negativo. Ela é em si mesma autoexplicativa, pois não suporta e nem necessita de outros elementos para ser totalidade, mesmo que seja a imagem simples capturada do céu azul até a imagem complexa de uma cidade, por exemplo. O fato de uma fotografia ser autoexplicativa não implica na universalidade de sua interpretação. A tentativa de interpretá-la, por qualquer sujeito, já lhe introduz elementos que não lhe são próprios, mas que o são do sujeito (FLUSSER, 2002).

O sujeito, então, necessita tornar presente os fatos passados por meio de um ‘mecanismo’, que se pode chamar de rerepresentação, que é o que torna presente aquilo que é passado. De modo que a fotografia é uma forma de representação. A memória é outra. A primeira é objetiva, porque imprime mecanicamente, num plano, imagens capturadas instantaneamente. A memória é subjetiva, de tal modo que está à mercê dos lapsos próprios de cada indivíduo e, portanto, não é possível ter certeza objetiva dos fatos tais como ocorreram, nem transcrevê-los de um modo tal qual aconteceram ou foram adquiridos. Segundo Flusser (2002), a fotografia torna presente, na forma de um plano (papel) impresso, o recorte de um determinado fato que ocorreu. Ela é uma representação mecânica de fatos passados (no tempo) e nunca poderá apresentar um ato presente, se conseguisse isso deixaria de ser fotografia. A fotografia não é o real, mas emana do real, “é uma *representação a partir do real*, uma representação onde se tem registrado um aspecto *selecionado* daquele real, organizado cultural, técnica e esteticamente, portanto ideologicamente” (KOSSOY, 2002, p. 59, grifo do autor). Justamente por ser um recorte da realidade a fotografia não pode trazer em si a verdade dos fatos mas apenas há nela a verdade da imagem.

A fotografia sempre é uma representação parcial porque é formada por objetos parciais. Contudo, ela conduz o sujeito à consciência, que se pode chamar de representação total. Uma representação total (embora o termo seja demasiadamente enfático) é aquela que um sujeito tem de determinado acontecimento, que possibilita interpretá-lo de modo subjetivamente completo. A representação total que ela ‘provoca’ é justamente o ponto – circular - que tende a conduzir a interpretação do sujeito. Circular, porque a fotografia não provoca a interpretação do sujeito num sentido especificamente causal, mas diferentemente é efeito e causa simultaneamente, pois o sujeito também determina o que tem de ser interpretado nela (FLUSSER, 2002).

As fotografias publicadas nos jornais impressos de circulação diária já não fornecem notícias de primeira mão. Muito mais eficaz é a televisão e, mais ainda, a internet que possui uma dinamicidade maior na veiculação das informações.

A televisão é, porém, mais efêmera [que as publicações impressas]. As fotografias de imprensa podem ser vistas muitas vezes. As publicações podem guardar-se para ser lidas de novo – talvez anos depois. O olhar pode debruçar-se sobre os pormenores. Há aqui um elemento de permanência (KEENE, 2002, p. 13).

O imediatismo das publicações *on-line* sugere outro tipo de abordagem das imagens. Ainda há poucas reflexões teóricas sobre esse dispositivo – as mudanças são rápidas e as respostas ainda incompletas - mas o que se sabe é que assim como a televisão, há certo caráter efêmero que envolve a publicação *on-line*. Isso porque ainda que esteja ali publicado requer certo cuidado de armazenamento para que não se perca como informação. Quanto à fotografia impressa nos jornais diários, o elemento de permanência permite que o olhar se aprofunde no plano imagético, ainda que as notícias já sejam conhecidas de antemão. Em termos do dispositivo impresso uma série de condições de produção são dadas ao fotojornalismo, isto é, aí aumenta a possibilidade de interpretação e elaboração das fotografias baseadas na pauta, se prevê maior tempo de deslocamento e realização.

A fotografia é um texto porque se deixa ler e também porque forma um todo de significação. Em termos de complexidade fotográfica a informação visual – aquela de que a técnica faz uso – produz certos efeitos e condicionam nosso olhar, isto é,

la existencia de una correspondencia entre las características de la realidad física y las de la realidad perceptiva o fenoménica aparece, en general, como una cosa obvia, como una cosa que no necesita ser explicada, o sea que es vivida como un dato y no como un problema (KANIZSA, 1998, p. 12).

Nossa memória visual sensível nos faz ver além daquilo que está no plano – vemos profundidade, movimento, dizemos ‘esse está perto’ ou ‘aquele está longe’ no plano fotográfico (que é bidimensional), e o fazemos como algo natural, dado, quando na verdade se trata de uma realidade perceptiva apenas; que não supõe uma presença física, mas que esteja perceptivamente presente no plano. Aqui aparece uma relação indispensável que é entender que o objeto real, físico, é pressuposto para que se tenha um objeto fenomênico (de realidade perceptiva). Aplicável em termos semelhantes, mas com as devidas ressalvas, está a representação fotográfica que só se concretiza por sua relação com o referente - real.

Há, como nos diz Kanizsa, um caráter coercitivo na realidade perceptiva, como uma espécie de ilusão que nos persuade; o que cotidianamente temos diante de nosso universo

visual não é simples cópia das coisas existentes em nossa realidade física, mas são, em parte, elaborações resultantes de operações visuais que fazemos (KANIZSA, 1998). Nesse caso, a realidade perceptiva vem amparada nas operações que nosso sistema visual faz a partir de estímulos recebidos como realidade física. Desse modo é que se organizam as mensagens visuais. O que ocorre é que a separação entre a realidade física e a realidade perceptiva não nos é tão evidente nas ações cotidianas³⁷. No caso da fotografia até podemos ler movimento entendendo que, de fato, não há ali movimento; mas mesmo nos textos audiovisuais (como no cinema ou mesmo na televisão) há uma fusão provocada pela percepção que nos persuade, criando determinados efeitos de sentido de movimento.

2.2 Os Gêneros do Fotojornalismo

A definição que utilizo para falar de gêneros fotojornalísticos está baseada nas considerações de Sousa (2004) que define e distingue basicamente pelo número de fotografias (uma única imagem ou um conjunto delas) e pelo tema (notícias, arte, pessoas, moda, ciência e tecnologia, esporte, natureza e ambiente). Convém explicitar que os textos verbais colaboram na identificação e adequação de certas fotografias a um gênero específico, já que uma única imagem pode - em alguns casos - ser enquadrada em diferentes editoriais e gêneros fotojornalísticos.

O que se discute é que boa parcela das imagens feitas para a grande imprensa são fotografias de notícias. Nesse caso, elas são referenciadas como *spot news* e fotografias de notícias em geral (*general news*). Sob a classificação de *spot news* estão as fotografias feitas de acontecimentos únicos, muitas vezes não-previstos cuja garantia de uma boa imagem está mais atrelada à experiência do fotojornalista e por sua capacidade de reagir rapidamente, do que ser resultado de uma pauta planejada, pensada de ante-mão. Nesses casos, as fotografias são resultantes de escolhas hierárquicas e de prevalência dos elementos mais importantes da cena, para que o leitor possa extrair o máximo de informação da imagem e para que tenha o efeito de sentido esperado. Frequentemente, trata-se de acontecimentos cujo registro não foi planejado pelo fotojornalista, mas resulta de um olhar atento aos fatos que acontecem socialmente.

³⁷ Para este aspecto a psicologia teoriza muito bem os processos correlatos. Lê-se mais sobre isso em Kanizsa (1998).

Já as *notícias em geral* (*general news*) são resultantes de pautas planejadas, conhecidas antes mesmo que o repórter fotográfico saia da redação. Permitem, assim, que a atuação e registro se plenifique já que se pode prever qual o equipamento necessário, tempo aproximado de cobertura, pode imaginar qual o tipo de fotografia pretende fazer para gerar determinado efeito de sentido ou então visualizar uma cena plasticamente interessante antes mesmo de fotografar. As ocorrências que se enquadram nessa perspectiva são cobertura de eventos, campanhas eleitorais, festas, espetáculos, cerimônias, entre outros. Principalmente em acontecimentos políticos as cenas se repetem na tentativa de garantir uma boa imagem (por parte dos retratados), como é o caso do tradicional aperto de mão ou então do político cumprimentando a população – estas imagens que representam um artifício dos políticos são as *photo opportunities*. Um recurso bastante utilizado em tais situações é a tentativa de capturar imagens de expressões faciais, exploração de traços próprios de uma personalidade, ou a captação de gestos mais espontâneos. Convém esclarecer que, em geral, uma única fotografia é publicada para representar aquele determinado acontecimento; daí a importância de fotografar e selecionar imagens significativas, que simbolizem o fato da melhor maneira possível³⁸. Por definição, as imagens feitas para compor o *corpus* de análise desta dissertação são classificadas como notícias em geral (*general news*) porque, embora factual, a pauta permitiu um planejamento anterior ao evento – desde a escolha do ângulo, projeção da cena e antecipação do fato.

Há também as imagens fotográficas que possuem um sentido em si mesmas, são as *features photos*. Nesse caso o que mais importa é informar com uma liberdade artística e estilística de modo que surja uma imagem pouco comum sobre o fato, que tenha força visual. Busca-se uma situação inusitada, bem humorada ou interessante minimamente. Em geral, são três os principais tipos de *features*: *de interesse humano* (pessoas representadas de modo natural não posado em um momento ímpar), *de interesse pictográfico* (a força visual está mais atrelada ao bom uso da composição, luz e cores do que ao motivo fotografado) e *features de animais* (trata-se de fotografias de animais em situações cômicas ou inusitadas).

Outro gênero que compõe os estilos fotojornalísticos é a fotografia de *esportes*. Sua força de distinção entre os demais temas fotografados está tanto na dificuldade do gênero quanto na necessidade de capturar a ação demonstrando reação e emoção. É preciso, nesse caso, conhecer o esporte fotografado para poder antecipar-se à cena e posicionar-se melhor para obter boas imagens. Nesse tipo de fotografia o ideal é que a imagem tenha uma elevada

³⁸ Aqui a entrevista com os editores contribui para compreender as escolhas das fotografias que melhor representam o evento fotografado.

definição que permita identificar o motivo e os elementos que compõe aquele esporte (raquete, bola, prancha, bicicleta, etc.) e, melhor ainda quando juntar a isso a expressão facial ou certo indicativo de movimento ao plano fotográfico. Podemos subdividir em dois tipos de fotografias de esporte: as *fotografias de ação esportiva* – aquelas feitas durante o espaço de tempos de um jogo que expressam alguma ação específica daquele esporte – e as *features de esporte* – aquelas em que o interesse humano se sobrepõe à ação esportiva (por exemplo, um jogador chorando ao final da partida). Geralmente são utilizadas teleobjetivas, pois elas permitem fotografar com mais precisão a grandes distâncias.

O desafio das fotografias de *retrato*, outro gênero do fotojornalismo, é evidenciar algum traço da personalidade do retratado, além, é claro, de registrar a aparência, o aspecto físico da pessoa fotografada. Preferencialmente feitas com luz natural, os retratos evidenciam a expressão facial, visto que é um importante elemento da comunicação humana e sua força expressiva. Além do mais, podem ser feitas retratos individuais ou coletivos, posados (por vezes, impondo um sentido a imagem) ou ao natural; isso depende mais do objetivo e do estilo do fotojornalista. *Mug Shots* é uma das subdivisões do que chamamos de pequenos retratos, ou seja, fotografias do rosto e ombros do fotografado. Esse tipo de fotografia é bastante utilizado na imprensa por sua praticidade – tanto ao fotografar como em mostrar/identificar a pessoa perante o público. Há que se ter o cuidado de não enquadrar elementos que dispersem a atenção de quem observa a fotografia, no entanto, gestos com as mãos próximas à cabeça podem ser atrativos. Os planos frontais são mais informativos enquanto que os planos laterais trabalham melhor com questões estéticas. Utilizam-se muito teleobjetivas de 85mm e 105mm porque não deformam o motivo e permitem uma certa distância ao fotografar. Por outro lado, os retratos ambientais fazem a relação do sujeito com o ambiente retratado, enfatizando algum aspecto de sua personalidade. Em geral, essa relação não é despropositada ou casual, mas parte de um olhar cuidadoso, de uma seleção do espaço que seja característico daquela representação e daquele personagem. Além do mais, outros aspectos são observados nesse tipo de fotografia: o vestuário, as expressões faciais, olhares ou gestos que são, antes de mais nada, elementos críticos na geração de sentidos. Em geral esse tipo de retrato é feito com objetivas grande-angular (20mm a 35mm) com ênfase nos objetos e ambiente, com grande profundidade de campo tornando-os nítidos, uma vez que são atributos importantes no processo de construção de sentidos.

Outro gênero do fotojornalismo, o foto-ensaio é um conjunto de fotografias que demonstram um ponto de vista sobre determinado tema. Aqui a principal característica é a manifestação de uma análise da realidade retratada através das lentes fotográficas como a

manifestação da interpretação do fotógrafo sobre o fato. São bastante usuais (nem tanto em publicações jornalísticas) as manipulações, intervenções e edições sem tanto hesitar, já que nesses casos os processos são detectáveis e facilmente visualizados como modo de expressão de uma intencionalidade.

Enquanto o foto-ensaio permite que o fotógrafo manifeste sua opinião através das imagens, a foto-reportagem, mais usual, embora nem tão freqüente, no fotojornalismo, tem como essência a captação que situa, documenta e mostra o desenvolvimento de uma situação real e das pessoas que a vivem. Nesse tipo de abordagem não há uma preocupação em marcar um ponto de vista sobre dado assunto mas, sobretudo, as fotografias vem vinculadas aos textos que servem para orientar a leitura e o olhar das imagens. São menos extensas que os ensaios e não se constituem numa imagem em particular, mas sim num conjunto de fotografias.

Vários outros gêneros podem ser considerados como fotojornalísticos; a fotografia de paisagens ou a de natureza certamente podem integrar essa categoria. O que ocorre é que a prática fotojornalística permite uma gama de experiências fotográficas bastante ampla e, em geral, são muitas as distinções dos gêneros que podemos encontrar.

Capítulo 3 - A significação plástica: leitura e análise de imagem pela linguagem icônica

As análises dos processos de produção midiática têm como objetos de pesquisa, de um modo geral, materiais postos em circulação nas veiculações midiáticas. Em muitos casos se observa que a publicação chama a atenção para algo e desperta uma possibilidade de análise de um determinado processo (seja por singularidade ou constância). Aqui pretendo propor a descrição dos processos de produção a partir do ponto de vista pré-midiático, partindo das experiências características do fazer fotográfico. Tão importante quanto o momento da análise, a produção envolve uma série de estratégias para a construção do texto noticioso – nesse caso, o fotográfico. Estar envolto nesse universo singular permite manejar alguns conhecimentos e propor um pensamento diferenciado, capaz de compor junto à análise pós-midiática uma reflexão aprofundada sobre os processos.

A descrição dos processos do fazer fotojornalístico está alocada num momento posterior ao midiático (pós-midiático), porque ela integra a análise dos objetos imagéticos. Além disso, pensar a produção das fotografias é anterior ao processo de midiatização das imagens, mas nem por isso vem desacompanhada das questões que envolvem a produção midiática. Anterior porque está acoplada aos fatos por si mesma. Tais aspectos são importantes ao pensarmos a fotografia como linguagem capaz de produzir significados e sentidos. Evidentemente, ao falarmos de fotojornalismo concretizamos a relação imagem-texto como uma experiência consolidada que agrega elementos à produção de efeitos de sentidos, pois a fotografia sempre vem acoplada ao texto verbal. No entanto, a perspectiva de análise e observação dos elementos morfológicos da imagem propriamente, parte do pressuposto de que todos observamos imagens antes mesmo de buscar qualquer relação com os textos verbais que aparecem ligeiramente próximos à representação fotográfica. Ao observar tais imagens somos instigados pela linguagem fotográfica a perceber um significado e atribuir sentido ao que vemos.

3.1 Aspectos metodológicos

A escolha do *corpus* de análise se dá pela aplicação da pauta fotográfica a qualquer um dos jornais em questão. Esse critério facilita a contextualização da notícia aos editores e

também a escolha, visto que não se trata de um acontecimento estritamente local, mas sim, nacional. Trata-se do Desfile Cívico, realizado no dia sete de setembro de 2009, na Avenida Medianeira cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul. Embora fotografado num ponto específico do país, há uma inserção cultural na qual todos os jornais do país participam (evidentemente com suas particularidades) e a pauta escolhida está intrínseca aí. A delimitação da escolha estar baseada na publicação da fotografia de capa se dá por dois aspectos, principalmente. O primeiro deles é que a fotografia de capa é, via de regra, a mais importante imagem para publicação da edição, visto que desde a reunião de pauta já se imagina qual será a fotografia veiculada. Há que se levar em consideração vários fatores, entre eles, a contingência das pautas fotográficas, visto que a previsão para a fotografia de capa pode ser uma específica, mas não é inflexível já que os fatos podem mudar a realidade da publicação, compondo a capa com outra imagem³⁹. Evidentemente a escolha da fotografia de capa feita pelos editores é aqui baseada em uma suposta publicação, uma vez que a imagem escolhida é apenas referência aos elementos morfológicos analisados. Ao escolher a fotografia, o editor atenta para esse fato e aponta os motivos para a escolha que servirão de suporte para a análise. As fotografias escolhidas como ‘publicáveis’ pelos editores são flexibilizadas e observadas sob os aspectos editoriais de cada um dos jornais. O segundo aspecto é que dentro das práticas redacionais (aqui falo do lugar e contexto no qual estou inserida como repórter *freelancer*), via de regra, a única fotografia, que tem a prerrogativa de ser escolhida pelo editor de fotografia, é a imagem de capa. Esse fato se dá porque nas práticas cotidianas muitas das escolhas são feitas pelos editores de cada editoria (geral, política, esporte, etc.) ou também por indicação do repórter (de texto ou fotográfico) – em alguns casos o editor de fotografia ou o editor geral interfere nessa escolha (ou se insere nela). A delimitação se dá apenas em caráter empírico já que as formulações teóricas dessa dissertação não têm como preocupação as questões que discorram sobre as capas dos jornais (como contrato de leitura, etc.). Convém esclarecer que não serão ofertadas todas as imagens capturadas durante o evento fotografado, visto que é praxe que os fotojornalistas, ao cobrir determinadas pautas, antes mesmo de ‘descarregar o cartão de memória’ nas redações, já façam uma pré-seleção, e ao disponibilizá-las à equipe de fotografia (ou ao editor de fotografia) escolham algumas imagens (algo entre cinco e dez, aproximadamente) para indexar no sistema e disponibilizar para publicação. É dentro dessa perspectiva que estão

³⁹ Essa variação que está intrínseca ao fazer fotojornalístico é de tal modo que dois, dos três jornais observados, não publicaram imagens do Desfile Cívico de Sete de Setembro no dia posterior ao evento nas capas a não ser nas páginas internas ou contracapa (veja anexos F, G, H, I, J e K). Poderia considerar que não há motivos próprios da pauta se não outra pauta que obteve força maior para ser noticiada.

previstas as escolhas feitas de antemão por mim para ofertar um *corpus* específico aos editores.

A perspectiva deste estudo vem centrada nas produções impressas, pois o dispositivo prepara para os sentidos, e, aqui, pressupõe certas questões teóricas e práticas que não podem ser igualmente aplicadas aos demais dispositivos (televisivo, por exemplo). Pressuposto isso, a publicação impressa passa a ser objeto de estudo sobre o qual serão selecionados os jornais para proceder a entrevista junto aos editores. A seleção se deu a partir do critério de maior circulação local, estadual e nacional, ou seja, respectivamente, Jornal Diário de Santa Maria, Jornal Zero Hora e Jornal Folha de São Paulo⁴⁰. O intuito da entrevista é compreender qual a lógica que movimenta não apenas a produção, mas a circulação das imagens na mídia. Além da entrevista estruturada sob um roteiro básico de questões, cada um dos editores escolheu uma fotografia (entre as ofertadas) para publicação na capa do jornal e explicou o ‘por quê?’ da escolha. A justificativa e os critérios apontados pelos editores são os pontos a serem tomados como base para a análise das estratégias de produção de sentidos, através dos elementos morfológicos da imagem.

A entrevista é uma técnica clássica para obter informação. As informações que busco obter na entrevista junto aos editores visam compreender a lógica que movimenta a produção de sentidos nas veiculações de imagens fotográficas. A riqueza do repertório editorial das publicações diárias pede a utilização de uma técnica de captura de informações - para a construção dessa dissertação – que seja dinâmica e flexível, capaz de absorver aspectos inerentes à realidade das redações. A pesquisa em profundidade “busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (DUARTE, 2009, p. 62). Além do mais, esse recurso permite descrever fluxos, compreender processos, aprofundar temas e ainda nos fornece dados para analisar certos fenômenos. É nesses termos que a tipologia aplicada aos editores caracteriza-se como pesquisa qualitativa, com entrevista semi-aberta. O modelo de entrevista semi-aberta pressupõe um roteiro⁴¹ de questões básicas levantadas a partir de teorias e hipóteses acerca da pesquisa. As questões são flexíveis e é cabível ajustes no momento da entrevista, mesmo tendo o roteiro como guia, de modo que cada questão pode ser aprofundada com questões subordinadas (DUARTE, 2009, p. 66). Os

⁴⁰ Segundo os dados do Instituto Verificar de Circulação (IVC), referentes a dezembro de 2008, a tiragem é de 299.427 mil exemplares/dia para o Jornal Folha de São Paulo (jornal de circulação nacional com maior tiragem); de 187.220 mil exemplares/dia para o Jornal Zero Hora (jornal de circulação estadual, RS, com maior tiragem); e 18 mil exemplares/dia, vendidos, para o Jornal Diário de Santa Maria (jornal de circulação local, Santa Maria, com maior tiragem), segundo dados fornecidos pelo próprio jornal.

⁴¹ Disponível no anexo D.

entrevistados partem de amostras não-probabilísticas, de seleção intencional. A ordem de realização das entrevistas é aleatória, sendo que esta não interfere nos resultados uma vez que a metodologia se aplicará de igual maneira para todos os editores.

Como prática fotográfica foram feitas 647 fotografias do desfile cívico de sete de setembro. Evidentemente pautas como a referida são mais trabalhosas e nos fornecem um número grande de imagens visto a diversidade do evento. É uma pauta diferenciada se pensarmos no tempo que despende (um profissional para cobertura fotográfica durante todo o período do evento), da quantidade de imagens que normalmente se captura e de uma previsão fornecida de antemão à equipe – nesse caso específico, não fosse por um protesto feito por alguns estudantes o desfile saiu exatamente como o esperado. A primeira seleção totalizou 60 fotografias. A partir dessa escolha, uma nova observação das imagens foi realizada para delimitar a quantidade planejada de 10 fotografias⁴² que foram mostradas aos editores. As fotografias escolhidas como uma oferta prévia aos editores foram pensadas não apenas no aspecto da publicação, mas articuladas segundo interesse da pesquisa em si. Assim, entre as 10 fotografias cada um dos editores selecionou uma (ou, com alguma justificativa, duas) como a imagem mais representativa do evento segundo seus critérios. Tais imagens compõem o *corpus* de análise acerca da produção dos efeitos de sentido.

A entrevista realizada com o editor de fotografia do Jornal Folha de São Paulo, Gustavo Schramm Roth contou com a participação do repórter fotográfico Joel Silva. Duas das fotografias apresentadas foram escolhidas, observadas as características de publicação do jornal. A primeira delas⁴³ é justificada pelas linhas, que conduzem o olhar, há também pontos de atenção. Para veiculação, a imagem receberia um corte - conforme se pode observar na imagem abaixo (Figura 3) - visto o projeto gráfico do jornal e a opção por imagens com enquadramento mais ousado. Essa é uma característica bastante peculiar do jornal, há um jeito

⁴² Disponível no anexo B.

⁴³ Aqui a imagem vem com um corte, proposital e sugerido pelo editor. Segundo ele, a editoria opta por fazer cortes mais ousados, com esse tipo de abordagem, deixando o plano bem horizontal. A Segunda fotografia também tem um corte diferenciado, deixando-a mais quadrada – a imagem funcionaria como ‘caramelo’. “A quantidade de fotos varia de acordo com a pauta. Mas o fotógrafo tem que, no mínimo, mandar duas cenas e, essas duas cenas já são duas fotos, três fotos de cada cena; porque a matéria pode sair dentro do jornal e ter uma chamada na capa (...) e jamais pode dar a mesma foto ou a mesma sequência; tem que ser num outro contexto (...). Então ele tem que ter de uma cena uma opção de foto para dar horizontal, de preferência horizontal baixa que é nosso projeto editorial, e uma opção para dar vertical porque pode ter um anúncio de meia página (como tem sempre um anúncio de meia página e se é obrigado a dar uma foto horizontal). Ou se é um anúncio de duas colunas inteiras, tem que dar uma foto horizontal; e você tem que ter uma opção de foto aberta e uma quadrada. Então de uma cena; e da outra cena tem que se ter três fotos – uma opção vertical, uma horizontal e uma que dê um corte quadrado. Aqui na *Folha* tem um negócio que se chama ‘caramelo’ – é uma foto que entra com uma cena ou objeto com espaço para colocar um texto que chama para o caderno. Uma opção de foto feita para dar um corte quadrado que recebe um texto sobre a imagem” (ROTH, 2009).

específico de se fazer a fotografia aqui e essa característica já é observada pelo fotógrafo ao produzir o material para veiculação⁴⁴.



Figura 3 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Folha de São Paulo, Gutavo Roth, com o corte sugerido.

Outra imagem que poderia entrar nas edições da Folha de São Paulo⁴⁵, de acordo com o editor, é a imagem a seguir (Figura 4). O corte seria quadrado para que a fotografia pudesse ser utilizada como ‘caramelo’, designação dada pelo Jornal Folha de São Paulo para imagens com corte quadrado que recebem um texto sobreposto, nesse caso, na parte lateral direita da imagem. Segundo o editor, mesmo com esse corte a fotografia apresenta informações que contextualizam o leitor sobre os fatos acerca do evento fotografado. Tanto a imagem anterior como a mostrada a seguir ficam de acordo com o projeto editorial do jornal.

⁴⁴ “Os critérios aplicados para a escolha da fotografia são os mesmos para a capa e páginas internas? É mais ou menos isso. Primeiro, a foto tem que estar de bem acordo com o projeto editorial gráfico do jornal, e aqui há um tratamento diferenciado e, depois, que ela seja a mais exclusiva possível” (ROTH, 2009).

⁴⁵ Qual a importância da fotografia no conjunto da reportagem? “Toda matéria do jornal aqui precisa ter duas entradas de imagem, falando tecnicamente; nem que seja uma nota, precisa ter uma entrada de arte e uma entrada de fotografia. Agora, quanto que pesa isso depende muito do teor da matéria. A importância da fotografia, no jornal, é muito mais do que a da matéria; tanto é que a matéria deixa de ser publicada porque não tem foto. Não se publica; ela vai para a gaveta e não sai; e a fotografia precisa ser do dia” (ROTH, 2009).



Figura 4 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Folha de São Paulo para ‘caramelo’.

O que se percebe é que esse tipo de corte nas imagens deixa explícito aos leitores o tratamento das imagens pela figura enunciativa do discurso fotográfico. Tal opção é um tanto incomum ao que, normalmente, os dispositivos jornalísticos fazem para representar os fatos, já que a edição das imagens, nesse caso, é mais aparente e, um tanto menos objetiva.

Já para o editor do Jornal Zero Hora, Ricardo Chaves, a imagem abaixo (Figura 5) é a que melhor representa o fato, embora um tanto óbvia, visto que a pauta aborda o Desfile Cívico de sete de setembro⁴⁶. Além do mais, é impessoal (não trata de sujeitos específicos), entretanto, fornece ao público um ‘resumo’ do evento representado. Segundo ele, o veículo pré-dispõe certas escolhas em detrimento de outras, visto os principais interesses de veiculação.

⁴⁶ “Pode parecer um tanto óbvia, mas eu publicaria essa daqui (Figura 5)*. Porque? Porque se trata do desfile de Sete de Setembro e a fotografia mostra isso, mostra o público, ela é impessoal (não traz o José, o Pedro ou o João), ela traz um resumo do fato – se eu fosse do Zero Hora; se eu fosse do MST talvez eu publicasse essa daqui (Figura 7)**. Então dependendo do veículo em que você trabalha se julga o que é mais importante (...). Então precisa se preocupar com a leitura que a fotografia terá, porque é inevitável. Isso não é pensar com a cabeça dos outros, mas ter o mínimo de bom senso”. *Sobre a fotografia **:* no Zero Hora não entraria? “Entraria sim. Não me parece que seja o caso, desconheço os fatos, mas digamos que essas pessoas que estão protestando aqui tivessem inviabilizado a parada, aí talvez a foto seja essa. Mas não, houve um protesto, mas o desfile correu naturalmente, então o fato sobressai (...). A foto que mais sintetiza o evento é que será escolhida” (CHAVES, 2009).



Figura 5 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Zero Hora, Ricardo Chaves.

Os critérios para a escolha de fotografias de capa, assim como para as páginas internas, segundo o editor Ricardo Chaves, se sustentam, sobretudo, na síntese do fato. Em geral, a escolha se configura pela fotografia que esteja bem composta plasticamente entre as imagens que representem o fato mais relevante do dia⁴⁷. A imagem precisa dizer o que foi o evento, de modo que a informação se constitui como prioridade na escolha. Há casos em que a plasticidade se impõe, mas é mais raro; o usual é o fato se sobrepor. Semelhante aos apontamentos do editor Ricardo Chaves, Fernando Ramos – editor do Jornal Diário de Santa Maria – diz que a fotografia de capa trabalha melhor com os elementos plásticos do plano fotográfico. Há na imagem informação, sobretudo porque o que leva uma fotografia se tornar

⁴⁷ *O que leva uma fotografia ser capa do jornal?* “Muita coisa. A gente procura mapear quais são as coisas mais relevantes do dia, dentre as mais relevantes, quais as que os editores e sub-editores acham que pode render algum material mais interessante (...). Mais ou menos dentro do previsto se imagina qual foto é mais relevante. E pode ter também coisas que não estavam previstas, mas que venham a acontecer, e aí eu incorporo novos interesses à busca caso apareça algo fora do previsto (...). Esse é apenas o primeiro aspecto. Se observo uma fotografia que é uma grande imagem, mas que não está entre os assuntos prioritários, não se tem muito interesse nesse assunto, mas a foto é incrível plasticamente. É difícil, mas poderia, exclusivamente, pela plasticidade uma fotografia se impor. É mais difícil, mas acontece. O mais usual é dentro das coisas mais relevantes do dia achar a imagem que plasticamente funciona melhor e aí você junta a melhor foto com a melhor solução visual e tenta achar então, entre os melhores fatos as melhores fotos, aí a melhor foto do melhor fato se usa na capa. Mas, as vezes, o fato não é tão importante, tão relevante e a foto é especialmente boa, aí ela se impõe pela plasticidade mesmo (...). Então, isso de que a plasticidade se impõe: mais ou menos, o jornalismo continua sendo prioridade, mas se não há nada que se imponha jornalisticamente porque não algo que seja plasticamente interessante” (CHAVES, 2009).

capa é a notícia, o fato em si⁴⁸, mas também tem apelos estéticos⁴⁹, de beleza aliado à informação. Na pauta do *corpus*, por exemplo, a força da captação das imagens deve estar relacionada a uma construção da cena com algum tipo de símbolo da pátria, não necessariamente a bandeira, mas uma construção simbólica com cores (verde e amarelo), crianças desfilando, por exemplo, que façam uma referência ao evento em si e que componham plasticamente o plano. O público, nesse tipo de abordagem, tem menor importância visto que não participa efetivamente, mas está ali para assistir. Esses são alguns dos motivos apontados para a escolha da fotografia que, segundo o editor, melhor representem o desfile.



Figura 6 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Diário de Santa Maria, Fernando Ramos.

⁴⁸ “O que leva uma fotografia a ser capa de jornal é o fato em si, a notícia em si (...). O assunto vai levar à capa. Não adianta ser uma foto maravilhosa se aquilo não é notícia. O fato, a notícia que vai eleger a foto – a notícia se transforma em foto. Quando a foto representa esse fato, essa notícia, ela vai ser a capa do jornal. É a maior informação do dia (regional, estadual, nacional). O fato se transforma em foto garantindo a capa do jornal” (RAMOS, 2009).

⁴⁹ “A fotografia de capa é mais bonita do que informativa, mais plástica. Esse é um cuidado que se deve ter. Se a proposta é mostrar a preparação para a semana da pátria, e, se ela aconteceu realmente, precisa mostrar da maneira mais bonita e sensacional que ela foi. Agora, eu não mostraria o protesto, por exemplo; ele não foi tudo o que aconteceu naquele dia, não foi o máximo dos acontecimentos, a menos que tivesse acontecido em todo o Brasil, todos protestassem de maneira igual, numa intensidade maior que o desfile, mas se ele foi menor que o desfile não vai ser capa. Então, na foto para essa pauta sempre se tenta ‘pegar’ algum símbolo da pátria, não necessariamente a bandeira; qualquer coisa verde amarela, com criança desfilando, mas dificilmente com público, normalmente com as pessoas envolvidas no desfile. Até acho que no futebol ou no carnaval o público tem aparecido com fantasias, com mais motivos para fotografar do que no desfile, as pessoas vão ao desfile assistir apenas. O público, nesse caso, quase nunca provoca uma foto sensacional numa situação dessas – então se acaba ficando com elementos do desfile mesmo” (RAMOS, 2009).

Outro aspecto ressaltado na entrevista⁵⁰ é que há o cuidado, na editoria em específico, de não sobrepor interesses menores ao fato de maior importância. É o caso da fotografia abaixo (Figura 7) que, segundo o editor, entraria nas páginas internas do jornal. Isso porque há certos valores do veículo, questões editoriais, que precisam ser avaliados em suas devidas proporções, até mesmo, para saber se a notícia (ou fotografia) entra ou não, porque traduzir o que é a semana da pátria e o desfile cívico em fotografia tem pesos e atribuições diferentes segundo interpretações também diferentes.



Figura 7 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Diário de Santa Maria, Fernando Ramos para as páginas internas do jornal.

A imagem traz informação sobre o evento, no entanto, não como o auge dos fatos do dia, pois “o protesto não parou o desfile”. Isso daria a ela apenas a importância de informação (para publicação interna, como mencionado), como o fato teve menor relevância que o desfile cívico não tem força para ser capa do jornal. A fotografia seria capa, por exemplo, se o protesto tivesse interrompido o desfile.

⁵⁰ “Há o cuidado de não deixar que interesses menores – também em questões editoriais – se sobreponham a interesses maiores (...). Esse cuidado se deve ter, como no caso da manifestação que não sairia publicada na capa porque tem gente que nem viu a manifestação, por exemplo. Pode ter sido sufocada, mas se ela fosse realmente grande ela teria entrado (...). Nas páginas internas a matéria tenta equilibrar; contar que houve o protesto (...), contar o que houve de maior e o dar espaço para o que houve de menor aparecer; mostrar os dois lados” (RAMOS, 2009).

Contudo, a escolha das fotografias fica baseada em critérios subjetivos, visto que a determinação daquelas que melhor representam o desfile está vinculada a um *corpus* ofertado, contingente por mais que os valores de imparcialidade e objetividade sejam prezados no jornalismo.

3.2 A plasticidade das Imagens: os elementos morfológicos como motes para análise das fotografias

Ao assumir que os elementos que compõe a fotografia formam um texto visual, podemos tomá-la como um objeto de comunicação e transmissão de significados e sentidos. Em termos de linguagem, a luz é um valor de composição fundamental para a fotografia⁵¹. Assim como o pintor necessita lidar com as tintas para compor sua obra, o fotógrafo precisa da luz para registrar a imagem num plano. Entre os elementos que fazem a fotografia ser, a luz tem a função de captar e registrar as nuances nas imagens em cores e as gradações de cinza nas fotografias em preto e branco; além disso, ela “dá o clima (atmosfera) de uma foto, e isso já é informação” (GURAN, 1992, p. 33). A imagem é, portanto, uma relação do tema com a luz. Além disso, o posicionamento da câmara e a escolha do melhor local e horário podem alterar a textura, o volume, o contraste e a coloração fotográfica. As fontes de luz para a fotografia não diferem da percepção visual do olho humano. Segundo Aumont (2004, p. 22), “o que vivenciamos como a maior ou menor luminosidade de um objeto corresponde, na verdade, à nossa interpretação, já modificada por fatores psicológicos, da quantidade real de luz emitida por esse objeto, se for uma fonte luminosa (o sol, uma chama, uma lâmpada elétrica etc), ou refletida por ele, em todos os outros casos”. Sendo assim, a percepção visual é compreendida como um processamento de informações que chegam e entram em nossos olhos através da luz, sendo isso realizado em etapas sucessivas. A informação é

codificada – em um sentido que não é o da semiologia: os códigos são, aqui, regras de transformação naturais (nem arbitrarias, nem convencionais) que determinam a atividade nervosa em função da informação contida na luz. Falar de codificação da informação visual significa, pois, que nosso sistema visual é capaz de localizar e de interpretar certas regularidades nos fenômenos luminosos que atingem nossos olhos (AUMONT, 2004, p. 22, grifo do autor).

⁵¹ Não pretendo analisar os efeitos de sentido e significação provocados pela luz, apenas apresento-a como um elemento indispensável, o mais importante, entre aqueles que compõem a natureza da imagem.

Tais regularidades, portanto, referem-se essencialmente à intensidade da luz, seu comprimento de onda e sua distribuição no espaço. A luz é variável quanto à direção, intensidade, tamanho da fonte luminosa e tipo de sombra produzida - aspectos esses que não serão aqui tratados, apenas surgem como apontamentos acerca da natureza constitutiva da imagem fotográfica, visto que não se trata de um elemento morfológico, mas de condição essencial para a existência das fotografias.

Toda a produção icônica possui uma arrumação dos elementos no plano, que se imbricam e se tornam composição. O valor de composição está atribuído ao todo, isto é, “la regularidad, la simetría, el equilibrio, la estabilidad, la armonía, la buena Gestalt, no son propiedades locales, de cada punto, sino *propiedades-del-todo*, son cualidades que se pierden si el todo se descompone en sus partes, y que no existían perceptivamente antes de que esas partes se unificaran en ese todo (KANIZSA, 1998, p. 45, grifo do autor). As ‘*propiedades-do-todo*’ representam o valor de composição que as imagens fixas – a fotografia, nesse caso – possuem como um modo de comunicar. Cada imagem pode ser fragmentada em elementos isolados em um momento analítico e pós-midiático, mas ainda assim, sem perder de vista o valor de composição do todo. Intuitivamente ou não, aquilo que o fotógrafo registra no retângulo fotográfico é um objeto portador de sentidos e significados, por esse motivo não nos ocupamos com as suas intencionalidades.

Os elementos que compõem a natureza da imagem são categorizados como morfológicos, dinâmicos e escalares⁵² e aqui aplicados ao entendimento específico das imagens fotográficas. Estão agrupados no nível morfológico o *ponto*, a *linha*, os *planos*, a *textura*, a *cor* e a *forma*; enquanto que constituem o nível dinâmico o *movimento*, a *tensão* e o *ritmo*; e o nível escalar a *dimensão*, o *formato*, a *escala* e a *proporção*. Dentro dessa proposta de formalizar a sub-divisão da imagem, convém destacar que os elementos morfológicos constituem o espaço plástico, ou seja, possuem uma presença material e tangível na imagem, enquanto que os elementos dinâmicos e escalares não estão representados materialmente, mas se produzem no momento da leitura imagética por associações dos elementos morfológicos (VILLAFANE, 2000, p. 97). O que quero dizer, portanto, é que embora esta pesquisa se aplique especificamente aos aspectos morfológicos, toda a imagem se caracteriza, ao mesmo tempo, por elementos morfológicos, dinâmicos e escalares. Reiterando, é da relação dos elementos morfológicos, cuja materialidade está expressa no plano, que sobressaem simultaneamente os outros níveis (dinâmicos e escalares) e essa interação congrega sentidos

⁵² Essa categorização é proposta por Villafañe (2000) e estudada e desenvolvida pelo Grupo Itaca da Universidad Jaume I (Espanha).

ao todo fotográfico. Por tal afirmação entendo que é possível trabalhar cada um dos elementos morfológicos decompondo – analiticamente – a fotografia em aspectos isolados (ponto, linha, planos, textura, cor e forma), mas a análise de fato deve ser observada a partir do todo, ou seja, mesmo esmiuçando seus aspectos compositivos, é a relação de todos os elementos que vão significar e criar sentidos. Esse é o caso do ponto, como se verá a seguir, que é constituído de certa significação, mas se absorvido pela linha e possivelmente a linha pela forma, agrega novos e diferentes valores de composição à imagem.

A relação entre os elementos morfológicos no plano é estabelecida na medida em que a importância de cada um deles pode variar de acordo com a situação de aplicação em dada imagem. Nesse sentido é que a complexidade, afirmada por Villafañe (2000), adquire força ao manifestar a capacidade de que alguns elementos têm de assimilar outros mais simples, como é o caso da linha que absorve o ponto e da forma que absorve a linha. O ponto é o mais simples elemento icônico, mas não menos complexo, visto que sua simplicidade plástica é, contudo, um fenômeno de natureza dinâmica. Trata-se não apenas do ponto como forma gráfica, mas, sobretudo, nas fotografias (e imagens em geral) como pontos de fuga, centros geométricos, pontos áureos, influenciando plasticamente nosso olhar e produzindo sentidos e significados.

Las propiedades que definen al punto como elemento plástico son: la dimensión, la forma y el color. Las innumerables posibilidades de variación de cada una de ellas, hacen posible que el punto, por sí solo, pueda cumplir perfectamente cualquier función plástica (VILLAFANE, 2000, p. 99).

O ponto como forma gráfica, contudo, já não reflete um aspecto da natureza da imagem analógica, ou seja, o grão por suas características mais elementares proporciona uma alta concentração de pontos em uma imagem ampliada, o que já não ocorre nas imagens elaboradas com tecnologia digital, pois o formato do pixel não chega a ser um ponto (semelhante ao grão) e, por isso mesmo, já não possui a forma do ponto ao ser ampliado. Enquanto o grão decorre dos sais de prata fotossensibilizados quando expostos à luz, o pixel é resultado de impulsos elétricos armazenados em um sensor digital⁵³. São, portanto, de

⁵³ Diferente do filme, a câmera digital possui um sistema de processo que converte a imagem em sinal digital e armazena no chip ou cartão de memória da câmera. O que ocorre é que “O sensor sensível à luz toma o lugar do filme no plano focal da câmera. Cada pixel nesse sensor cria um sinal elétrico, que é processado eletronicamente e então convertido em sinal digital. Este é que é registrado na memória da câmera” (HEDGECOE, 2007, p.28). O sensor digital, conceitualmente falando, “se compõe de milhares ou milhões de minúsculos elementos pictóricos, os ‘pixels’. Estes medem individualmente a intensidade de luz que os atinge e criam um sinal eletrônico. Pixels diferentes registram as três cores primárias e, coletivamente desenvolvem uma detalhada fotografia ponto a ponto da imagem. Quanto mais pixels têm um sensor, mais detalhada será a fotografia

naturezas diferentes que se constituem o grão e o pixel. Tal aspecto é relevante para a discussão apenas quando tratamos de grandes ampliações, aqui nos concentramos no ponto como uma unidade significativa. Nesse sentido, na ação digital também há a função pontual, porque nela sempre haverá pontos geométricos, pontos de fuga, pontos áureos, linhas e formas.



Figura 8 - Ampliação da fotografia para demonstrar a imagem pixelada.

Uma das principais propriedades do ponto está justamente em sua natureza dinâmica, capaz de criar tensões visuais. As tensões visuais são geradas em dependência da localização do ponto que é dinamizada pelo elemento pontual situado sobre o plano da representação, ou Plano Original (PO) – abordado a seguir - como nomeia Villafañe (2000). Em outras palavras, o ponto interfere no equilíbrio e nas tensões imagéticas que se criam nas fotografias. Há, contudo, quatro modos de relação entre o ponto e o PO. O primeiro deles ocorre quando um ponto manifesto materialmente ou por estímulo coincide com o centro geométrico da imagem, originando um equilíbrio de tensões, uma vez que sugere ausência de dinamismo na imagem. É o caso da fotografia (Figura 9) escolhida do editor do Jornal Folha de São Paulo para fazer um ‘caramelo’. Porém, como se verá na Figura 10, a sugestão de corte proposta pelo editor

produzida” (HEDGECOE, 2007, p.28). A câmera Nikon D80 possui o sensor CCD (*Charge-Coupled Device*) em formato DX, medindo 23.6 x 15.8mm, com 10.2 megapixels. Uma câmera com formato *full frame* com a mesma quantidade de pixels teria uma qualidade melhor de imagem. Isso porque o sensor *full frame* é semelhante ao filme 35mm, medindo em média 24mm x 36mm e, assim, os pixels estão mais afastados e armazenam uma imagem mais limpa, sem tantos ruídos como aquelas com sensores DX.

modifica essa relação do ponto que fica ligeiramente afastado do centro geométrico da imagem, proporcionando um efeito de dinamicidade maior.



Figura 9 - Fotografia escolhida pelo editor do Jornal Folha de São Paulo, sem o corte.

Aqui (Figura 9), o olhar é imediatamente direcionado ao centro devido ao ponto de maior atenção estar no centro geométrico da fotografia. A imagem sugere falta de dinamicidade, pois além do centro geométrico estar coincidindo com o elemento de maior atenção, o ‘fora de foco’ aplicado aos planos adicionais diminui a importância dos demais elementos representados no plano. É uma imagem muito mais estática, do ponto de vista dos efeitos de sentidos, do que expressa movimento, devido à ação do ponto. Além do mais, cria-se aí um efeito perturbador; é como se o olhar não pudesse vagar na superfície da imagem e, necessariamente, precisasse ficar alocado no centro geométrico. Entretanto, nas imagens onde o ponto é deslocado levemente em relação ao centro geométrico, a tensão criada pelo estímulo visual manifesta uma atração entre eles e proporciona dinamismo à imagem.



Figura 10 - Fotografia com o corte sugerido pelo editor.

Há também o fato de que, cortada, a fotografia representa o personagem voltado para o interior da imagem. Esse aspecto acentua a direção do olhar para a fotografia (Figura 11) em si que é diferente de um corte na outra extremidade, cujo observador seria conduzido a sair do plano fotográfico.



Figura 11 - Demonstração do corte como relação de direção do olhar.

Decorre que uma linha visual, ou vetor de direção, é criado por dois pontos em um espaço delimitado pelo retângulo fotográfico, o que torna a imagem mais dinâmica. O efeito dinamizador de grande escala se produz quando o ponto não está alocado no centro de atenção da fotografia, mas se afasta para uma das laterais da imagem, como no primeiro exemplo acima (Figura 10), onde o corte faz com que o personagem representado esteja voltado para o interior da imagem, alocado nos pontos áureos.

Os pontos áureos ou Regra dos Terços que consiste, basicamente, em pensar a cena com uma divisão (mental ou material) de duas retas paralelas na vertical e outras duas na horizontal, formando nove quadrantes de mesma proporção, como se mostra a seguir (Figura 12).



Figura 12 - Demonstração dos Pontos áureos ou Regra dos Terços.

A cada ponto onde as linhas horizontais e verticais se cruzam denominamos pontos áureos, que são os centros de maior atenção da imagem. Assim, “a composição em que o centro de atenção coincida com um ponto áureo será mais dinâmica e harmoniosa, enquanto aquela em que o centro de atenção estiver no centro geométrico [...] tenderá para o estático” (GURAN, 1992, p. 31). Há modos de compor a imagem dispondo os elementos no plano a fim de criar harmonia, tensão ou equilíbrio e os pontos áureos agregam sentido a isso. Não significa, entretanto, que para ter harmonia o objeto fotografado deva absolutamente estar coincidindo

com os pontos áureos. A coerência compositiva que determinará isso depende da imagem em questão e do efeito de sentido que se quer dar à imagem. No caso da fotografia acima, a regra dos terços mostra a dinamicidade da imagem, pois os elementos estão dispostos no plano de modo a distribuir importância na cena. A composição, por exemplo, na imagem abaixo (Figura 13), destaca a bandeira como um elemento de força maior no PO, criando certa tensão. A tensão, destaca Villafañe (2000, p. 147) “siempre es producida por los propios agentes plásticos encerrados en la composición” visto que “toda proporción que se perciba como una deformación de un esquema más simple, producirá tensiones dirigidas al restablecimiento del esquema original en aquellas partes o puntos donde la deformación sea mayor”. Podemos afirmar que a representação da bandeira, na fotografia, é um ponto que interfere na relação de equilíbrio e tensão visual, enfatizando e sobrepondo-a como o elemento de maior atenção da imagem em relação aos pontos áureos, provocando certo desequilíbrio, tanto pelo seu ‘peso’ como pelo destaque das cores no plano. Além do mais, escolha pela imagem aqui parece estar amparada muito mais nas significações semânticas do que plásticas. Tal idéia é comprovada quando o editor diz que, para ele, a força da captação desse tipo de pauta deve estar relacionada à construção da cena de um modo simbólico, utilizando elementos que remetam ao evento.



Figura 13

As linhas, por seus aspectos mais elementares, constituem plasticamente a natureza da imagem. Além do mais, indicam direções bastante marcadas que conduzem o olhar observador pela sua capacidade de “crear vectores de dirección que aportan dinamicidad a la imagen” (VILLAFANE, 2000, p. 103). Observa-se que na fotografia (Figura 5) as linhas conduzem o olhar, criam vetores de direção e compõem simetria e alinhamento, representando uma certa ordem no primeiro plano. Isso ocorre também pela capacidade das linhas em separar os planos destacando áreas de intensidade visual bastante distintas, nesse caso não apenas pelas linhas, mas também pelas cores. Note-se que a representação dada no primeiro plano ganha destaque pela linha que se forma exatamente na separação entre o primeiro plano e o plano de fundo. Há diversos vetores que indicam direção na imagem. Todos conduzem o olhar para uma direção única, propiciando harmonia e articulação dos elementos situados no primeiro plano e plano de fundo.

O olhar é conduzido pelas linhas, elementos plásticos no plano, que determinam a direção de leitura da imagem para o plano de fundo onde está o público em desfoco, produzindo o efeito de sentido de massa homogênea. Em termos semânticos, pode-se dizer que essa fotografia representa dois tipos de massa: o público e os soldados. Além da representação do público de maneira caótica (desfocada), onde não aparece o rosto de ninguém, não se ressalta nenhuma instituição, há a representação de componentes do Exército, dispostos com certa homogeneidade. A diferença é que o povo como massa caótica não está ordenado, não representa nenhuma instituição, não há personagens que estejam representados ou individualizados, portanto, ressalta-se aqui o efeito de sentido de universalização, uma vez que qualquer pessoa que observa a imagem pode estar nesse lugar. Embora o Exército possua uma ordem institucional, tenha certo padrão de vestimenta e conduta, a fotografia mostra os soldados de costas, o que parece ressaltar não as singularidades dos soldados, mas o fato de estarem na posição correta e reagirem segundo os comandos. Nessa perspectiva de pensamento podemos ler as placas de sinalização de trânsito – também vetores de direção - como elementos que corroboram para a ideia de que há uma direção estabelecida a seguir, visto que elas proibem retornar ou virar à esquerda – há a determinação de direção e essa é a única. Também, numa leitura mais livre, poderíamos interpretar as placas como ‘esquerda proibida’, relacionando a uma questão com viés político, e, portanto, direita livre⁵⁴; e relacionada à questão existencial a placa de ‘proibido retornar’

⁵⁴ Semelhante a essa idéia, a fotografia ‘Adeus, Ditadura’ do fotógrafo Domício Pinheiro, trabalha o uso das placas de sinalização como agregador de sentido à imagem.

poderia advertir a impossibilidade de se voltar atrás. Além dessa ordem há o efeito de sentido de movimento, de repetição, que pode ser lido pelo posicionamento corporal representado principalmente nos braços, mãos e pés. A repetição do movimento congelada no instante fotográfico traz aqui a sensação de regularidade e uniformidade. As cores compõem um vetor de direção predominado pelo tom verde-oliva que inicia no primeiro plano e conduz nosso olhar pela diagonal até o canto superior direito da imagem. Também a direção é estabelecida pela cor preta da boina dos soldados que esta alocada na linha dos três terços (na fotografia essa é uma das linhas padrão), exatamente todos na mesma altura. Na verdade, há diversos indicadores de direção nesta fotografia. Mesmo na linha horizontal inferior, base da imagem (Figura 14), há triângulos que formam vetores de direção e dão dinamicidade à ela.



Figura 14

As linhas de contorno e sombreado estabelecem volume e profundidade aos objetos e planos. Tanto na figura 14 quanto na figura 15, as linhas garantem profundidade e volume, além de criar perspectiva e direcionar o olhar.



Figura 15

A força desta imagem está principalmente nas linhas que criam a perspectiva e na proposta informacional de representação da mulher à frente do batalhão. Contudo, as linhas curvas em perspectiva (representadas graficamente no plano) garantem a sensação de movimento e dinamicidade à representação. Além do mais, a seta que aparece no PO (Figura 24) também funciona como vetor de direção. Certamente, com um leve corte, a imagem (Figura 16) ganha mais força pelas linhas e acentua a sensação de movimento pela ênfase no joelho levantado.



Figura 16 - Imagem com corte sugerido por mim.

Ou então, numa proposta de re-enquadramento da cena (conforme apontou o editor da Folha de São Paulo) com um corte mais ousado (Figura 18), ela ganharia em condensação da informação, visto que a cena fica, assim, apenas com os elementos de maior importância, sem dispersar atenção, mas também poderia perder em movimento e dinamicidade. Parece haver uma quebra no ritmo se compararmos com a imagem original (Figura 17). Além do mais, resulta numa aproximação do batalhão, que praticamente aparece posicionado no centro da imagem.



Figura 17 - Fotografia original.



Figura 18 - Fotografia com corte sugerido pelo editor.

O corte (que será discutido com maior propriedade quando abordada a questão dos planos) proporciona um novo enquadramento da cena e é bastante usual nas veiculações diárias de informação. Na imagem (Figura 18), evidentemente, não há uma perda significativa de informação, visto que o corte determina um novo quadro de observação ainda bastante informacional. Perde-se, contudo, alguns elementos plásticos (como a seta - vetor de direção, e a textura do asfalto, por exemplo) que poderiam agregar certos efeitos de sentido de movimento e dinamicidade, ou seja, neste corte se perde a força plástica do movimento, criando certa tensão. Porém, como a imagem é por si bastante dinâmica essa perda não chega a anular tais efeitos de sentido. No entanto, embora a representação da mulher esteja num primeiro plano (na fotografia original, Figura 17), com o corte a cena re-enquadrada suprime elementos morfológicos do plano. Em termos de semântica da imagem referida, é bastante significativo o fato de uma mulher estar à frente do batalhão (composto exclusivamente pelo sexo masculino), embora o editor Gustavo Roth não tenha apontado esse aspecto ao justificar a escolha. Ainda que a expressão facial da capitã seja séria, demonstrando sobriedade e responsabilidade perante o grupo e autoridades é possível perceber cuidados tipicamente femininos pelo uso de maquilagem, batom e brinco.

A linha, segundo Villafañe (2000), é um elemento visual de primeira ordem com usos bastante frequentes nas comunicações midiáticas que se estabelecem pela linguagem das imagens fotográficas. Há grafias que se constituem basicamente por linhas (limitam estruturas, criam formas, planos e paisagens, etc.) e, convém dizer, as linhas são características de todas as imagens fotográficas. Isso implica dizer que este elemento icônico é, de um modo simples, mas eficaz, aquele que condiciona a direção de leitura da imagem. Na fotografia em análise (Figura 17), ficam facilmente visíveis os vetores de direção que conduzem o olhar. Contudo, a imagem traz em sua composição formas, linhas e cores que compõem plasticamente o plano. As linhas oblíquas que se formam na fotografia (Figura 15, marcadas na cor amarela) conferem certa sensação de ritmo e, até mesmo, efeito de sentido de tridimensionalidade à imagem. Isso porque, como explica Villafañe (2000, p. 148),

la oblicuidad es la más dinámica de las orientaciones espaciales, dinamismo que se ve muy aumentado en el caso en que la orientación oblicua no sea la común del objeto que se representa. Dos son los fundamentales en este sentido, que producen dinamismo en la gran mayoría de las imágenes fijas:

- La oblicuidad se separa de la orientación principal (horizontal-vertical) propia de los estados de reposo y estatismo.
- En todas las representaciones en perspectiva central, la oblicuidad siempre está presente en la representación de la tridimensionalidad.

A concentração de linhas oblíquas cria efeito de sentido de tensão dinâmica à imagem assim como a maioria das pessoas que observam linhas curvas tem a sensação de movimento. As linhas diagonais que se formam enfatizam o aspecto compositivo em relação às margens da fotografia reforçando uma tensão dinâmica à imagem e criando vetores de direção. Isso porque

as linhas oblíquas dramatizam a tomada e conduzem o olhar de canto a canto da foto. Podem também dar a sensação de movimento à cena. O que torna as linhas diagonais muito fortes como instrumento de composição é o modo como elas interagem com o quadro retangular da fotografia. Sua utilização cria uma foto dinâmica simplesmente porque elas desafiam as margens retas e paralelas do visor (HEDGECOE, 2007, p. 182).

Nota-se que a composição ganha força com as linhas oblíquas interagindo na relação com os elementos no plano fotográfico (na fotografia 19, marcadas suavemente na cor amarela).



Figura 19 - Demonstração das linhas oblíquas.

Outro aspecto que compõe a natureza da linha como tal é sua capacidade de separar os planos, sobretudo pelos contornos que diferenciam áreas com intensidade visual distinta (VILLAFANE, 2000). Essa característica é também reforçada pela diferença cromática que acentua zonas com cores e intensidades distintas sem que, necessariamente, a linha exista como tal, como bem podemos perceber a seguir (Figura 20).



Figura 20 - Fotografia original.

A profundidade de campo, terceira dimensão, também é um efeito criado a partir da disposição das linhas no plano. As linhas que criam a perspectiva no plano fotográfico produzem a sensação de profundidade. Além do mais, as linhas de contorno, objetuais e de sombreado descrevem, basicamente, a grande versatilidade dos usos e atribuições das linhas em composições imagéticas. A linha objetual não é simplesmente um elemento plástico de composição senão constitui a estrutura formal do próprio objeto, ou seja, a identidade visual dos objetos e personagens é dada, sobretudo, por ela. Reconhecemos na imagem (Figura 21), por exemplo, a bandeira pelas formas que compõem o próprio objeto (sabemos disso pelas nossas experiências e repertório iconográfico) assim como na imagem, de um modo tal, reconhecemos dado objeto principalmente pelas linhas dispostas no plano. Evidentemente, as cores, tons, formas, etc., podem interferir positivamente nessa percepção, mas esses aspectos serão tratados logo em seguida.



Figura 21 - Fotografia original.

Como será visto mais adiante, as cores definem e formam linhas, mesmo se a imagem fosse em preto e branco poderíamos reconhecer a bandeira, visto que as linhas objetuais nos dão condições de interpretar a representação como bandeira. Há outras linhas que compõem a imagem, como as três hastes e o mastro que sustentam a bandeira, mas acabam gerando uma interferência que, por um lado pode ainda ser positiva ao conduzir nosso olhar que percorre a representação da bandeira, desce até o personagem pela haste e novamente volta à bandeira pelo direcionamento dado pelas linhas justapostas.

As linhas também conduzem para a concentração dos elementos no plano proporcionando maior atenção e interesse ou, pelo contrário, geram distensão na composição. Verticais e horizontais, as linhas tendem a criar o efeito de sentido de estatismo, no entanto, “a sensação produzida por uma fotografia de um grupo de pessoas em pé, em que as pessoas se assemelham a uma série de linhas verticais paralelas pode ser de hieratismo” (SOUSA, 2004, p.74). Sob esse aspecto é interessante observar que, na fotografia acima, as pessoas estão em pé, compondo linhas verticais, o que tem a ver com a formalidade típica do evento, ao aspecto hierático como se fosse um certo ritual ou cerimonial (o mesmo pode ser dito para as outras duas fotografias em análise – Figuras 17 e 20), típico de solenidades cívicas.



Figura 22 - Fotografia original.

A fotografia acima (Figura 22) possui dois planos claros. O primeiro plano é o da Capitã da Brigada Militar. O segundo é o dos policiais. A capitã que presta continência está nos pontos áureos da imagem. O segundo plano dos policiais em desfoco também está na linha superior da regra dos terços. Quase ao centro geométrico da imagem está uma seta que determina a direção da segunda linha pontilhada da direita para a esquerda e nela há uma fila de policiais que marcham na sua direção. Na primeira linha pontilhada no chão da direita para a esquerda há uma seta de volver (que aparece pela metade), a qual mudaria a direção do desfile, mas nela ninguém está marchando. Contudo as duas setas, que são sinais de trânsito, estão aí por coincidência com as linhas traçadas especialmente para o desfile e que a fotografia capta para a montagem estratégica da produção de efeitos de sentido.



Figura 23



Figura 24

A composição da imagem da mulher, em primeiro plano, marchando e prestando continência é equilibrada. Demonstra-se isso ao se passar uma linha diagonal do cotovelo do braço direito dela até a extremidade do suporte (solto) da espada e uma linha traçada verticalmente em 90 graus com o chão em relação à imagem da mulher é estabelecido o ponto médio de equilíbrio do corpo.



Figura 25 - Fotografia com traços perpendicular e diagonal.

O sentido de profundidade é claro, mesmo em desfoco, embora tenha se utilizado uma teleobjetiva (78mm). Nesse caso, a perspectiva é marcada pelas linhas e posições dos planos. As marcas no chão são importantíssimas para enfatizar a profundidade, pois orientam o olhar para o ponto de fuga da perspectiva. Do mesmo modo, a linha (média) formada pelos capacetes brancos orientam o olhar para o mesmo ponto de fuga.

As linhas do chão são fundamentais para marcar a tridimensionalidade da imagem. A profundidade fica mais evidente com essas linhas. Nesse caso elas compensam a falta de perspectiva dos elementos do plano de fundo próprios da teleobjetiva. A vantagem também é que o grau de distorção da perspectiva é mínimo, pois, nesse caso específico, ela depende mais da morfologia da imagem do que especificamente do equipamento utilizado na sua produção. A passagem da bidimensionalidade do Plano Original para a leitura da tridimensionalidade da imagem depende, fundamentalmente dos planos, das linhas e da textura ao produzirem o efeito de sentido de perspectiva. Pois, na imagem, o sentido tátil não percebe a profundidade e, portanto, somente a visão pode perceber os elementos imagéticos em sua tridimensionalidade.

O plano, como elemento morfológico, integra a teoria da imagem composta por Villafañe e em verdade, aqui está distinto em duas grandes possibilidades interpretativas

(entre tantas interpretações possíveis do termo, como o próprio autor menciona). O plano da representação ou plano original (PO) é um espaço físico que se constrói a partir do suporte da imagem, onde se constitui o espaço plástico, ou seja, “la estructura espacial de la imagen, que constituye un parámetro de significación por encima de su propia materialidad” (VILLAFANE, 2000, p. 108). Nesses termos, o plano fotográfico atualmente faz surgir um problema de relação entre a fotografia e seu suporte, pois as imagens são registradas em sensores digitais e, logo dispostas em telas de computadores, o que se configura como espaço plástico da imagem já não é o mesmo quando impressa na página de um jornal, tampouco poderia ser entendida da mesma maneira se ampliada⁵⁵ em papel fotográfico. Assim, o que ocorre é que a plasticidade aqui se modifica quando o suporte também já não é o mesmo. A imagem que aqui serve como objeto de análise, se impressa possui uma materialidade distinta daquela empregada nos suportes digitais (como na máquina fotográfica, por exemplo), e não é o mesmo que aquela disposta na página do jornal. Além do mais,

el plano, como elemento icónico, tiene una naturaleza absolutamente espacial. No solo queda ligado al espacio de la composición, sino que, además implica otros atributos como los de superficie y bidimensionalidad, por lo que, generalmente, se representa asociado a otros elementos superficiales como el color o la textura (VILLAFANE, 2000, p. 108).

Assim, o conceito ‘plano’ também se aplica à bidimensionalidade da imagem. Os planos servem para compartimentar e fragmentar o espaço plástico, inclusive sugerindo a terceira dimensão da imagem através da articulação, mediante linhas e outros planos, dos espaços bidimensionais. Ora, é fato que não há terceira dimensão da fotografia, senão pela articulação dos planos na materialidade plástica. “A fotografia é uma unidade de significação precisamente porque se consubstancia num plano” nos diz Sousa (2004, p. 67). É fato que a existência de alguns planos na fotografia está atrelada também à intencionalidade do fotógrafo, que ao enquadrar a cena, determina o espaço visual correspondente à realidade que ele quer representar. Nesses termos é que o re-enquadramento, conforme Sousa (2004, p. 67), cria um novo recorte da cena representada com um foco de atenção mais preciso, sem que elementos desviantes chamem a atenção de quem observa a imagem.

⁵⁵ Uso o termo ‘ampliada’ porque a ‘revelação’ da fotografia só é possível ser pensada no contexto da fotografia analógica, que é revelada através de processos laboratoriais químicos.



Figura 26

Na fotografia (Figura 26) que acabamos de observar, o único plano em foco é o da bandeira e a menina que a segura. Tanto um elemento quanto o outro estão nos pontos áureos do PO. Portanto, direcionam a atenção aos pontos que se mostram relevantes na imagem. O segundo plano, que não é tão evidente, é o da menina que carrega a placa “música”. O terceiro é a linha formada pelos componentes da banda e as três barras de metal verticais ao chão, e no quarto plano está a massa da população e o fundo da imagem com construções e árvores. A direção do olhar da menina do primeiro plano, que parece ser a única concentrada na direção do desfile, cria um vetor de direção. Todas as pessoas dos outros planos, desfocados pelo uso de uma teleobjetiva, estão olhando para várias direções que não a mesma daquela que carrega a bandeira e, por conseguinte, a mesma direção do desfile; aí estão manifestos os significados semânticos. O efeito de sentido que isso produz é de ordem e orientação precisa no primeiro plano e de uma certa confusão naqueles que estão nos demais planos. Isso talvez possa ser relacionado ao lema focado em primeiro plano da bandeira “ordem e progresso” e a direção firme que a moça ao carregá-la assume. O foco de interesse pode estar em outro lugar, tanto para a personagem (em desfoco) que carrega displicentemente a placa “música” e olha para a sua direita e não para a direção do desfile, quanto aos componentes da banda que parecem olhar, em sua maioria para um ponto atrás da personagem que carrega a bandeira. Assim, focar em primeiro plano a bandeira e a menina enfatiza os valores expressos na bandeira e pode mostrar certa incoerência nos demais participantes do desfile. Contudo, há interpretações ideológicas que se poderia tratar aqui que não interessam a essa pesquisa, pois extrapolam a análise morfológica.

Os planos que constituem plasticamente a fotografia são tipificados e nomeados, em geral, de maneira distinta entre os autores. Certo é que os planos compartimentalizam o espaço fragmentando da imagem em diferentes ‘níveis’ de informação, dando a sensação de proximidade ou afastamento a quem observa. Sousa (2004) sugere quatro tipos de planos. Os planos gerais, “são planos abertos, fundamentalmente informativos, e servem, principalmente, para situar o observador, mostrando uma localização concreta” (SOUSA, 2004, p. 67). Em geral as fotografias jornalísticas utilizam muito esse plano, pois há uma quantidade de informação bastante relevante nas imagens. Os planos de conjunto são “mais fechados, onde se distinguem os intervenientes da ação e a própria ação com facilidade e por inteiro”, enquanto que os planos médios relacionam os temas fotografados “aproximando-se de uma visão mais ‘objetiva’ da realidade” (SOUSA, 2004, p. 68). O grande plano, segundo Sousa⁵⁶, por sua vez, enfatiza as particularidades, o detalhe, com a escolha de ângulos mais fechados e, frequentemente, as fotografias são menos informativas que nos demais planos, porém bastante expressivas.

Além desses elementos, o ângulo de tomada fotográfica também se materializa nos planos fotográficos configurando elementos importantes na produção de efeitos de sentido. O ponto de vista é considerado tomando o posicionamento e inclinação da máquina e do fotógrafo em relação ao tema e pode variar entre normal, alto, baixo e muito baixo (FISTAROL, 2004, p. 55). Pontos de fuga, linhas verticais ou horizontais e subjetivações são facilmente alcançadas com a variação da angulação pelo ponto de vista, mas a criação dos efeitos de sentido depende do contexto em que são utilizadas. Se a máquina está num ponto de vista alto (também conhecido como plano picado), ou seja, inclinada de cima para baixo a cena terá um efeito de sentido de submissão, derrota, fragilidade, inferioridade ou repressão. Em termos de Teoria da Enunciação, toma-se esse uso do equipamento fotográfico como intervenção do enunciador no seu dizer. Já com o ponto de vista baixo, isto é, com a máquina voltada para cima (ou plano contrapicado), pretende-se destacar a grandeza, domínio, exaltação, alteza, enfim, aspectos de superioridade na elaboração dos efeitos de sentido (o ângulo muito baixo apenas acentua essas características – que aqui não serão abordadas - mas pode gerar os mesmos efeitos de sentido). O mais usual no fotojornalismo, no entanto, é o ângulo normal, próximo ao nosso ângulo de visão. Isso porque a pretensa objetividade informativa consiste em mostrar a realidade da maneira mais próxima e comum àquela que vemos cotidianamente. Justamente por isso, são bastante utilizadas as objetivas padrão

⁵⁶ Esse plano também é usualmente chamado de Plano Detalhe ou Close.

(50mm). Note-se que praticamente todas as imagens analisadas aqui são feitas com ângulo normal, exceto pela fotografia do protesto (Figura 27), cujo ângulo de tomada está com leve ponto de vista alto, ressaltando efeitos de sentido, por exemplo, de repressão, e pela fotografia apresentada a seguir (Figura 28). Nessa também há um pequeno deslocamento do ponto de vista, assim como da imagem capturada do protesto, ainda que nesse caso mais sutil e quase imperceptível.



Figura 27



Figura 28

Outro aspecto é que as imagens feitas com teleobjetivas, como é o caso dessa fotografia (Figura 29), comprimem os planos, aproximam objetos ou pessoas e propiciam uma profundidade de campo limitada (HEDGECOE, 2007, p. 46-47).



Figura 29

A fotografia acima (Figura 29) foi feita com uma Nikon D80, lente 18-135mm que equivale a uma 28-202mm em relação ao comprimento focal de 35mm. As informações priorizadas nessa fotografia compõem-se basicamente de uma escolha feita por enfatizar os elementos dispostos no primeiro plano – aproximados pela teleobjetiva⁵⁷ - desfocando os demais. O uso da teleobjetiva é ditado pela necessidade de trazer as informações ao plano fotográfico quando se está a uma distância considerável do tema; além do mais, elas “comprimem a perspectiva, dando a idéia de maior proximidade entre os planos, produzem pouca profundidade de campo e precisam de velocidades mais altas de obturação para evitar fotografias tremidas” (KEENE, 2002, p. 158), exatamente como acontece na fotografia acima. Note-se que os planos comprimidos são facilmente visualizados. Isso também integra a enunciação de uma imagem. Escolher o que priorizar, quais informações transmitir e quais ocultar são parte da construção dos efeitos de sentido da enunciação fotográfica midiática. A escolha das objetivas, por exemplo, integra – ainda que indiretamente – a composição dos planos. Se a situação fotografada pede uma grande-angular visto que o acontecimento deve ser todo enquadrado no plano fotográfico e há pouco espaço no ambiente o que ocorre é que essa escolha “acentua a perspectiva, dando mais importância aos objetos mais próximos, produz maior profundidade de campo, o que a torna mais tolerante em relação aos erros de focagem, e pode ser usada à mão com velocidades mais lentas” (KEENE, 2002, p. 158). Na fotografia abaixo (Figura 30), a objetiva ultragrande-angular (18mm) possui basicamente as mesmas especificações que as

⁵⁷ Veja no anexo ‘E’ a tabela apresentada por Hedgecoe (2004) sobre ângulos de visão e distâncias focais.

grande-angulares, embora com algumas acentuações. Um aspecto é “o poder de manipular a perspectiva – a objetiva amplia qualquer coisa próxima da câmera e dá ênfase ao plano de fundo” (HEDGE COE, 2004, p.44).



Figura 30

Esse tipo de objetiva organiza uma simetria composta por dispor os elementos mais importantes no centro do visor para que a imagem fique mais natural, uma vez que, se o motivo principal está mais próximo da objetiva, pode provocar distorções. Elas são bastante efetivas quando há pouco espaço para fotografar uma grande área ou uma área próxima como é o caso dessa imagem (Figura 30).



Figura 31

Além de planos, linhas e pontos, as formas são parte da plasticidade da imagem. Há, contudo, uma diferenciação conceitual trabalhada por Villafañe (2000, p. 126) sugerindo a aplicação do termo ‘forma’ ao referir-se

al aspecto visual y sensible de un objeto o de su imagen, al conjunto de características que se modifican cuando dicho objeto cambia de posición, de orientación o, simplemente, de contexto. Aquellas otras características inmutables y permanentes de los objetos sobre las cuales reposa su identidad visual, las designaré con el término de estructura o forma estructural.

Assim, a estrutura consiste naquele aspecto básico do objeto, que não muda e, por isso mesmo, permite seu reconhecimento. A conceituação também vem calcada aí, já que é garantida pelo reconhecimento do objeto como tal. Nessa perspectiva também se assume que “la simplicidad dentro de la representación icónica es, asimismo, la única norma natural existente” (VILLAFANE, 2000, p. 126), ou seja, uma imagem é tanto mais simples quanto mais reconhecível ela for, por seus traços e formas, portanto. As imagens mais complexas ou com um número maior de elementos representados podem trazer interpretações igualmente mais complexas, como é o caso da imagem abaixo (Figura 32). Há diversos elementos que são reconhecidos pelas formas representadas no plano, ou seja, reconhecemos as faixas, bonés, seres-humanos, etc, mas mais do que isso podemos reconhecer outros elementos por suas formas e aplicar a eles significação. O chapéu de palha, sob o viés dos significados semânticos de ordem cultural, faz uma alusão ao Movimento dos Sem Terra (MST), o ponto de interrogação da faixa principal pode nos remeter a uma foice e, ainda, a escrita icônica da faixa nos lembra gotas de sangue pela forma como foi apresentada. Nesse caso, a faixa ao centro gera certa tensão, como se fosse escudo dos manifestantes ou então aquilo que separa manifestantes dos policiais.



Figura 32

O que pretendo ressaltar é que as significações semânticas carecem de relação necessária entre as formas e objetos que reconhecemos e suas representações mais ou menos expressivas.

Se uma imagem é tanto mais simples quanto mais reconhecível ela for, ou seja, quanto mais os significados semânticos nos são acessíveis, então, na fotografia acima podemos identificar e reconhecer os elementos representados no plano de modo a interpretar a informação ‘corretamente’. Esse fato condiz com os valores informacionais que sustentam e justificam a utilização das fotografias nos dispositivos midiáticos, pois quanto mais facilmente identificáveis e simples forem as imagens mais força informacional elas possuem, segundo o editor de fotografia Fernando Ramos. A simplicidade dos elementos não contradiz a boa composição fotográfica e tampouco suprime as informações apresentadas no plano, pelo contrário, na medida em que o reconhecimento das representações fotográficas torna-se automático as informações são transmitidas de um modo mais eficaz junto aos observadores. É a esse aspecto que se refere o editor Fernando Ramos, ao explicitar que a identificação e interpretação da fotografia – de capa principalmente - deve ser rápida, pois ao olhar para a imagem o leitor precisa entender o que está sendo dito ali, qual a informação para que tenha interesse pela notícia. Da mesma forma, o editor Ricardo Chaves afirma que a função da fotografia sempre foi ‘fiscar’ o leitor, visto que é a primeira coisa que se observa na página de um jornal. Segundo ele, somente após sermos ‘fiscados’ pela imagem é que realizamos a leitura das manchetes, títulos e legendas.

A relação que estabelecemos com os elementos do mundo é, muitas vezes, resultante da experiência da visão, com a qual aprendemos a ver e a identificar. Além do mais, a visão nos

oportuniza experimentações de efeitos de sentidos tácteis até mesmo quando temos uma superfície lisa e plana a nossa frente. É nesse sentido que alguns autores apontam a textura como elemento originalmente criado por um efeito da luz, e aqui está geralmente associada à cor e ao plano, ainda que não necessariamente. Fato é que há uma ligação entre os dois elementos (textura e luz) uma vez que

la textura es pues, junto con la luz, el elemento visual necesario para la percepción espacial y la visión en profundidad depende además de ella en gran medida, ya que ésta es el producto de la conjunción de dos imágenes dispares; si no existe disparidad, la percepción es más dificultosa (VILLAFANE, 2000, p. 110).

A textura é um elemento icônico, plástico, com qualidades tácteis e ópticas já que “son dos, pues, las modalidades de sentido afectadas por este elemento; aunque también se consideran superficies texturadas aquellas que solo afectan el sentido de la vista y que suponen transformaciones de experiencias táctiles en representaciones visuales” (VILLAFANE, 2000, p. 110). A textura do asfalto, na imagem abaixo (Figura 33), corrobora o sentido de perspectiva da imagem. No primeiro plano aparecem claramente as variações do asfalto e quanto mais a imagem se afasta da base, criando efeito de profundidade, menor a percepção dessas variações de textura. A textura pode ser percebida também no traje da capitã, pelos detalhes lidos – dobras da roupa, ondulações, amassamentos, partes integrantes - que não são percebidos do mesmo modo no restante do batalhão e da população no canto superior esquerdo da imagem. As dobras da vestimenta da capitã afirmam o significado semântico de marchar e, um pouco menos evidente mas perceptível, as vestimentas dos soldados também permitem ler esse ‘movimento’. Assim, há uma certa idéia de unidade e simetria que se estabelece na imagem pela textura que remete ao movimento que se faz para marchar.



Figura 33

Assim, a textura se caracteriza por duas dimensões básicas, isto é, uma plástica e outra perceptiva. No plano imagético podem existir elementos com a potencialidade de nos fazer interpretar informações de textura através de nossa experiência sensorial. Sob esse viés é que se moldam os efeitos de sentidos, ou seja, há como aspecto plástico, no plano, uma materialidade que fornece um certo estímulo para que se formem os sentidos de textura. Sobre o aspecto da materialidade é certo que, na fotografia analógica, a textura poderia ser obtida por uma combinação de tipo de película (filme), modo de exposição e impressão em determinado tipo de papel. Ocorre que a textura hoje perde em alguns aspectos materiais em virtude do digital. Creio que não seja o fato de afirmar uma não existência de textura como plasticidade, mas há uma outra forma, criada pelo pixel apenas. Certo é que há um nível de plasticidade que podemos aplicar ao termo textura; na imagem em análise, o efeito de textura é induzido pela plasticidade compositiva que pode ser lida pelo jogo de luz e sombra que se estabelece junto às cores no plano. O efeito de sentido de textura se mantém pela conexão necessária entre os elementos formais de plasticidade e interpretação da imagem. A textura, no caso, é visual, é a visualidade do tátil.

Quando falamos em textura, a referência se faz em relação aos estímulos sensoriais percebidos e representados a partir do plano fotográfico. Evidentemente, não há textura alguma no plano, mas uma certa arrumação dos elementos morfológicos - cor e plano - e também pela associação desses à luz, como fator estimulante do registro fotográfico. A textura, desse modo, aparece representada no plano pelo jogo de luz e sombra que dão as nuances de cores nas vestimentas dos soldados, criando espaços de sombra, portanto, em tons

escurecidos. Há uma leve sensação de textura também se observarmos com maior atenção as boinas pretas (Figura 34); contudo essa sensação pode ser maior ou menor dependendo do dispositivo midiático em que a imagem for veiculada (pela qualidade do papel, tipo de impressão, etc.) e também do tamanho que irá representar o plano fotográfico que pode trazer maior ou menor gama de informações plásticas e aparentar mais ou menos efeitos de sentido de textura.



Figura 34

A cor está carregada de sentido e é uma das experiências visuais mais penetrantes que (quase) todos temos em comum (DONDIS, 1976). Enquanto instrumento visual de comunicação, deve ser considerada de modo sério para a utilização eficaz no jornalismo. “A cor é, certamente, um dos mediadores sîgnicos de recepção mais instantânea na comunicação jornalística e, mesmo assim, sua expressão não vem sendo utilizada com muita eficiência e respeito a critérios que definem o jornalismo de qualidade” (GUIMARÃES, 2003, p. 21). Uma capa de jornal bem construída, com imagens e cores que informam já estabelece a “primeira leitura”, “as cores irão informar, em primeira mão, qual é a notícia principal da edição” (GUIMARÃES, 2003, p. 37). Portanto, ela se constitui como uma valiosíssima fonte de comunicação visual. Para dar conta da complexidade do uso das cores para a informação e especialmente para o jornalismo, Guimarães (2003) cria o conceito de *cor-informação*. Esse conceito é utilizado para mostrar que a cor pode organizar, hierarquizar informações e atribuir e fixar um significado específico a determinado fato. Segundo ele, esse conceito de cor-informação tem duas dimensões, uma pragmática e outra semântica. A dimensão pragmática

da cor diz respeito a relação entre a cor e o signo, enquanto a cor atualiza a informação no signo. A dimensão semântica aparece na medida em que a cor é um “componente de complexos significativos (os textos) organizados por sistemas de regras (os códigos) e que, sendo necessariamente um dos elementos da sintaxe visual, é responsável pela construção de significados, em caráter informativo” (GUIMARÃES, 2003, p. 32). A dimensão semântica é que mais me interessa aqui, dado que ela está mais ligada aos elementos morfológicos componentes da fotografia.

Para Dondis (1976), a cor pode ser definida e medida em três dimensões: matiz, saturação e brilho. No primeiro caso, pode-se afirmar que há três matizes primários, ou seja, o amarelo, o vermelho e o azul. Cada matiz tem suas características próprias e os grupos e categorias das cores compartilham de efeitos comuns. Elas são denominadas ‘matiz’ porque “são as únicas que não podem ser decompostas em outras e que, por outro lado, não podem ser obtidas através da mistura de outras cores” (PERAZZO; RACY; ALVAREZ, 1999, p. 28). No caso do amarelo, é a cor mais próxima da luz e do calor, enquanto que o vermelho é o mais emocional e ativo. Ambas tendem a expandir-se enquanto que o azul, cor mais passiva e suave, tende sempre a contrair-se.

A saturação, segunda dimensão da cor, refere-se a 'pureza' da cor, ou seja, a ausência de cor cinza na formação das cores primárias ou nos matizes primários e secundários. O termo 'saturação', não se refere à conotação de 'exagero' ou 'excesso' conforme o uso comum, mas seu uso aqui é conforme ao do campo da óptica, refere-se à qualidade de apresentação de modo mais intenso e puro de um determinado matiz (GUIMARÃES, 2003). Quanto maior a saturação, menor a quantidade de cinza. Segundo Guimarães (2003), a saturação pode depender tanto das possibilidades técnicas e orçamentárias, quanto da escolha de um determinado padrão de editoração. O excesso de saturação resulta, às vezes, numa forma de desvalorização da cor-informação produzindo, o que Guimarães (2003) chama de ação negativa da cor. De modo que, em vez de o uso da cor ser mais informativo, pelo excesso e falta de um padrão de organização da página do jornal ou revista, a cor produz o efeito de confusão. Para o jornalismo, o importante é que a cor seja uma dos elementos de informação. Assim, a cor-informação pode ser incluída, segundo Guimarães (2003, p. 20) “como parâmetro para o uso na mídia. Ou seja, a cor pode ser usada com parcimônia e nos espaços que lhe dêem significância, e efetivamente, natureza comunicativa”.

O brilho é entendido como o terceiro elemento dimensional da cor, ou seja, a obtenção do clareamento ou escuridão de uma imagem, variando a gradação da tonalidade. Esse processo, de modo algum, afeta os valores de tonalidades da imagem (DONDIS, 1976).

Embora Villafañe (2000) também apresente estes três elementos há uma ressalva em sua teorização acerca de tais aspectos quando diz que há uma certa ambiguidade já que os elementos estão condicionados por intensidades e estímulos, ou seja, baseiam-se em experiências físicas e sensoriais e, assim, não dependem unicamente de como aparecem no plano. O brilho, diz o autor, que normalmente corresponde à intensidade, tem seu caráter ambíguo já que depende também da sensibilidade da retina diante dos estímulos. Há aqui um fator proeminente. Embora eu busque compartilhar a experiência cromática tentando desvelar os significados e sentidos presentes plasticamente no plano fotográfico não há como abarcar completamente todas as significações na análise. É por esse motivo que o avanço nas considerações da cor requer estudos mais aprofundados.

A cor, ressaltado, é o mais complexo dentre os elementos morfológicos, não apenas por ser naturalmente complexo devido a suas qualidades físicas, ou porque há diversas teorias que versam sobre o tema⁵⁸, mas sobretudo porque a cor está relacionada à experiência do observador em relação a imagem observada. A experimentação da cor está associada a um sentido apenas, que é a visão, o que sugere que

algo que esteja molhado pode ser visto, ouvido (pense numa torneira gotejando) e sentido; mas uma coisa amarela só se pode ver que é amarela. Você não pode ouvir ou cheirar o amarelo; você não pode tocar ou provar. Isto sugere que a cor não é uma coisa fixada a um objeto ou superfície, mas um evento desencadeado somente no observador (TOM; BANKS, 2007, p. 10).

Como símbolo, as cores podem diferir culturalmente, mas como significados plásticos possuem um reconhecimento que vai além das diferenças culturais estabelecidas. As cores predominantes na imagem (Figura 34) simbolizam o Exército Brasileiro, visto que cultural e socialmente, as identificamos e relacionamos a essa instituição. A capacidade de agregar informações que constituem nosso repertório cultural ao observar uma imagem qualquer também faz parte das possibilidades de produção de efeitos de sentidos, o que demonstra que as associações mentais que fazemos a partir das cores diferem culturalmente. A cor, por depender da aprendizagem, “pode nos informar sobre inúmeros fatos” (GUIMARÃES, 2003, p. 41). Numa comunidade comunicativa em que não se tenha absolutamente nenhum contato com o Exército Brasileiro e nem mesmo se tenha informações sobre ele fica muito mais difícil, se não impossível, a identificação da instituição simplesmente pela cor apresentada na imagem. Outro aspecto é a potencialidade da cor informar campos de diferenciação, assim

⁵⁸A Introdução da obra 'As cores na mídia' (2003) de Luciano Guimarães traz algumas indicações sobre a variedade e quantidade de obras sobre a teoria das cores.

diferencia-se tanto os componentes do Exército (instituição) como dos espectadores que aparecem numa massa multicolor (GUIMARÃES, 2003).

É sabido que as cores, predominantemente, os tons de verde, são estrategicamente pensadas para ações militares de diluição entre outros elementos formais (como de camuflagem), por essa razão são tons discretos e com menor saturação. Quanto aos aspectos plásticos, a textura que é atribuída pelo contraste das cores, ainda que predominantemente frias, possuem intensidade de tons. Cria-se certa tensão pelo contraste cromático estabelecido entre o primeiro plano (representação dos soldados) e o plano de fundo (representação do público), isto é, por serem cores mais fechadas e em tons frios é ressaltada certa característica de sobriedade e homogeneidade, enquanto que a massa que forma o público está representada com uma heterogeneidade cromática evidente. Nota-se que o tom verde-oliva da roupa dos soldados é menos saturado que o verde da bandeira nacional – que aparece na outra fotografia (Figura 31), por exemplo. Essa constatação fica mais evidente se observarmos as cores dos trajes no primeiro plano, que possuem uma cor base de fundo de diferentes tonalidades sobrepondo-se de modo aleatório, dando o caráter de pouca saturação e camuflagem.

Outro aspecto dessa fotografia é que, no plano de fundo em desfoco, as cores vermelha, amarela, branca, azul e verde se sobressaem como pontos específicos de atenção, dada sua saturação; as outras cores, no mesmo plano, tendem a se dissolver formando manchas de cores frias, justamente, porque são cores de menor saturação.

As cores nas representações podem ser simbólicas e ainda provocar respostas emocionais diante de estímulos visuais. Esse fato faz da fotografia em cores uma importante aliada do jornalismo na construção das notícias, visto que, de fato, associamos mais facilmente os sentidos e significados quando temos o elemento ‘cor’ como um agregador de informação (GUIMARÃES, 2003). Note que na imagem que segue (Figura 35), embora seja a representação do mesmo fato que acima (na Figura 34), há diferenças na composição sem as cores.



Figura 35

Evidentemente, nosso olhar já está condicionado a associar as cores que vimos na primeira imagem ou mesmo por associações com aquelas que percebemos no mundo, visto que as cores no plano fotográfico funcionam como correlatos sensíveis da realidade. No entanto, como as nuances e gradações de cinza não nos dão as cores como elas são na realidade, poderíamos muito bem atribuir outras tonalidades e aí o sentido poderia ser outro, bastante distinto. Isto é, o morfológico gera significações específicas do icônico. Observa-se que a massa da população e até mesmo as placas de trânsito aparecem mais que o primeiro plano focalizado com predominância de cinza, justamente, por causa da cor branca que atrai o olhar e faz ressaltar as formas em vez dos tons cinza que produzem o efeito de sentido de homogeneidade. Além disso, a ênfase recai sobre a linha determinada, principalmente, pela cor preta das boinas que está alocada na horizontal superior da regra dos três terços. A linha visual que se cria (também na imagem colorida) aqui parece reforçada e com um efeito de sentido marcado pela frieza da composição em preto e branco.

O que ocorre é que a variação cromática em cor e preto e branco alteram completamente os sentidos das informações transmitidas, sendo que os efeitos de sentido são próprios de cada uma das escolhas. Isto quer dizer que, segundo Guran (1992), ao optar pelo uso do preto e branco, o fotógrafo chama a atenção para a representação do essencial, das ideias, sendo que se torna um código diferenciado da nossa forma natural de ver a realidade. Desse modo, o preto e branco tem maior poder de penetração e interpretação das situações, enquanto que a fotografia em cores pretende imitar a realidade. Assim, a imagem colorida é

entendida como a representação mais fiel da realidade, pois estamos habituados às cores, uma vez que é desse modo que vemos o mundo. Nas práticas midiáticas, a fotografia colorida é a mais utilizada atualmente, devido a sua semelhança com a realidade, o que lhe confere um caráter de maior verossimilhança. Ambas utilizam técnicas e processos diferentes, também quanto ao impacto causado no leitor, porém, são de naturezas semelhantes. Assim, uma mesma imagem ser apresentada em cores ou em preto e branco, implicará em variações determinantes quanto aos sentidos.

Segundo Cese (1996, p. 153) “piú del colore, il bianco e nero consente una personale interpretazione della realtà, perché offre la possibilità di una maggiore astrazione da essa”. Fato é que somos mais facilmente impressionados com fotografias coloridas, pois as cores nos chamam a atenção, buscam nosso olhar, exigem nossa interpretação, se parecem com o real. Já as imagens em preto e branco não. Elas não nos mostram a nossa realidade em cores, apenas em tons cinza, preto e branco, por isso mesmo é possível interpretarmos diferentemente tais imagens. Muito embora artistas prefiram ainda a imagem em preto e branco, o fotojornalismo faz sua opção, quase que exclusivamente, pela cor.

Guimarães (2003, p. 99) nos diz que “para a monocromia de uma imagem se tornar significativa, é preciso que a natureza policromática do meio seja evidente, isto é, que o receptor perceba que essa imagem é desprovida de colorido tão somente por opção do emissor”. Na imagem colorida, preserva-se a maior força representativa da fotografia. Por isso, a cor é um elemento icônico de significação. Daí que o uso proposital das cores vermelho e preto na fotografia abaixo (Figura 36) não poderia ser identificado na interpretação em preto e branco (Figura 37) e tampouco a imagem teria o mesmo significado (e o manifesto perderia alguns elementos de protesto, portanto). Mesmo a representação de sangue na faixa e a utilização das cores vermelhas nas grafias das palavras ‘assassinos’ (aparece nas duas faixas) não têm o mesmo tom de protesto sem as cores. A relação que podemos atribuir ao uso da cor vermelha que está presente nas palavras ‘MST’, ‘Elton Brum da Silva’, ‘primavera’ e ‘assassinos’ e nas pinturas faciais, assim como nas roupas de alguns manifestantes (e é provável que despropositadamente na roupa do observador na janela) remete significativamente mais efeitos de sentidos ligados a atitudes ativas, de caráter mais emocional. A cor é vermelha, diferente das cores do exército que são mais neutras e passivas (feitas para que não haja distinção, mas que fique camuflada), sobressai-se na representação como uma cor extremamente ativa e atrativa, trazendo maior dinamicidade à imagem. Note-se que a sensação de movimento se configura na imagem em cores e que somos atraídos à observar mais as cores do que os outros aspectos da imagem. O mesmo não ocorre na

representação em preto e branco, cujas faixas brancas se sobressaem em relação aos demais tons (escuros em sua maioria) na fotografia valorizando, nesse caso, o texto verbal (aqui parece que o texto verbal ganha força porque não compete com as cores). Contudo, a escolha de publicar uma fotografia sem cores, que não seja por restrições técnicas ou financeiras, pode acarretar, conforme Guimarães (2003), numa sonegação de informação, dado que a significação das cores é um componente do próprio fato, o que não fica explícito na imagem em preto e branco.



Figura 36



Figura 37

Os estudos apontam para uma variação em termos de percepção das cores, ou seja, cada um de nós pode ver certa nuance de cor ao observar a mesma imagem: “uma cor, ou uma composição de cores, pode significar algo completamente diferente para cada pessoa que olha

para ela” (TOM; BANKS, 2007, p. 10). De fato, ao observarmos a imagem abaixo (Figura 38) podemos inferir uma certa tonalidade, atribuir conceitos e nome às cores visualizadas, mas como podemos saber se o outro que observa vê exatamente do mesmo modo que eu; podemos concordar que há a cor amarela, por exemplo, mas qual variação do amarelo posso ver e qual você vê? Qual delas se parece mais com o real amarelo do original imagem? Há o real amarelo da imagem ou apenas podemos afirmar que percebemos algo amarelo?



Figura 38

Ainda que seja um elemento plástico e, em decorrência, tenha uma presença tangível na imagem, sua natureza dinâmica pode apontar para transmissão de certos estímulos sensoriais. Como experiência sensorial, a cor requer basicamente três elementos: um emissor energético (luz), um meio que module essa energia (objetos) e um sistema receptor (retina). Para Villafañe (2000), não há como definir a cor se for dissociado qualquer um desses elementos. Além do mais, sempre há uma condicional variável segundo estímulos sensoriais, ou seja, de qualquer maneira a cor física pode ser observada em certa medida, mas somente a experiência sensorial é que dá a dimensão real da cor.

Entre os elementos morfológicos, a cor contém principalmente propriedades espaciais e dinâmicas. Sua apresentação no plano fotográfico contribui para a criação de espaços plásticos da representação (até mesmo tridimensionalidades). Numa perspectiva cromática e valorista, as intensidades cromáticas constituem um espaço de profundidade basicamente por composições de claro e escuro, proporcionadas por contrastes acentuados (VILLAFAÑE,

2000). Na fotografia em análise (Figura 38), é notado que as cores constituem os espaços de iluminação no plano, criando nuances e variações de profundidade progressivos e formas visualmente estabelecidas pelos contrastes. As relações plásticas que se instituem no plano fotográfico pela cor não ficam apenas no eixo espacial, uma vez que as propriedades cromáticas estabelecem ritmos à imagem (mesmo que o ritmo não tenha uma presença plástica na fotografia é possibilitado por relações dos elementos morfológicos).

Para Cese (1996, p. 158), “la temperatura cromática della luce, dunque, può influire notevolmente sull’atmosfera di una fotografia a colori, creando o accentuando una dominante calda o fredda, secondo i casi”. As temperaturas, ou qualidades térmicas (VILLAFANE, 2000) de cor criam atmosferas, movimentos, sensações, etc. O que se pretende enfatizar é que as cores quentes

producen una sensación de desplazamiento de la imagen hacia el observador, y los fríos parece que se alejan a éste. Estos movimientos horizontales de acercamiento y alejamiento que producen gran dinamismo en la composición, pueden adoptar también otra forma dinámica: un efecto centrífugo en el caso de amarillo y el resto de los colores cálidos, o un efecto centrípeto propio del azul y los colores fríos. Un círculo amarillo se expande, posee un movimiento excéntrico; uno azul se comprime (VILLAFANE, 2000, p. 121).

Na fotografia abaixo (Figura 39), o amarelo produz a sensação de expansão, captando nosso olhar e direcionado para o centro da bandeira onde está o azul que concentra nosso olhar para dentro, conforme Villafañe, criando um movimento centrípeto de compressão. O verde, nessa composição, configura-se como um ponto de equilíbrio. Note-se que na imagem a força visual está concentrada na bandeira pelo seu centro geométrico estar alocado em um ponto áureo da fotografia, assim como pela força das cores que nos chamam a atenção. A dinamicidade das cores nessa imagem é que dá a sensação de tridimensionalidade, dado que somente resta o sentido da visão para perceber que os elementos estão dispostos em pontos diferentes. Sem a fotografia somente percebemos a distância ao associarmos o sentido da visão ao do tato. Claro que isso não se aplica à percepção de distâncias no espaço astronômico, ou da medição por anos-luz, no qual a visão é predominante, como exemplifica Guimarães (2003). Assim, a composição tem outro peso numa fotografia em preto e branco. A imagem (Figura 40), como se pode perceber, perde bastante força compositiva; o predomínio fica sendo das linhas, não do objeto significativo.



Figura 39



Figura 40

As cores podem ser classificadas em tonalidades quentes ou frias⁵⁹. Para tanto, utiliza-se como critério de classificação o percentual de predominância entre as mais quentes ou mais frias. Além disso, considera-se também a sua intensidade e posição na composição. Podemos compreender as cores também como dominantes de cor, sendo que ela aparece “numa imagem quando sua intensidade é maior que a das outras cores, independentemente da área maior ou menor que ela ocupe na composição. Tudo depende da relação formal e cromática estabelecida na composição” (PERAZZO; RACY; ALVAREZ, 1999, p. 42). Assim, classificam-se como cores de tonalidades matizes quentes: o vermelho e o amarelo (e suas variações). Entenda-se que “o conceito quente advém de sua *maior intensidade*. As cores quentes são em geral *mais luminosas* e colocam as áreas por elas preenchidas num plano mais à frente” (PERAZZO; RACY; ALVAREZ, 1999, p. 40, grifo do autor). Elas despertam

⁵⁹ Em anexo (C) a escala cromática de tons.

sentimentos de calor, produzem sensações mais prazerosas e agradáveis. As cores de tonalidades matizes frias, por sua vez, são as cores azuis e verdes (e variações). Assim, “o conceito frio advém da *menor intensidade* dessas cores. As cores frias são em geral menos luminosas e colocam as áreas por elas preenchidas num plano mais atrás” (PERAZZO; RACY; ALVAREZ, 1999, p. 40, grifo do autor). É importante ressaltar que uma cor pode parecer fria ou quente, dependendo da relação estabelecida com as demais cores de uma determinada gama. Um verde médio, em contato com uma escala de vermelhos e amarelos, pode parecer frio. Já frente a uma escala de vários tons de azul, o mesmo verde parecerá quente.

A fotografia em cores tem o privilégio, por seus valores, de representar melhor a realidade do que numa imagem em preto e branco. Pela sensibilidade artística do fotógrafo, por exemplo, é possível criar valores de composição que estejam mais fortemente ligados às cores do que propriamente aos elementos de composição em si, (como linhas, formas, ângulos). Segundo Cese (1996), criam-se composições puramente com conteúdos cromáticos, combinando contraste e harmonia. Contudo, observe-se o fato de que os processos de edição das imagens podem alterar – ainda que sutilmente – os efeitos de sentido que se formam. Evidentemente se trata de uma leve edição, semelhante ao que se faz nos veículos midiáticos para as publicações diárias. Nesse caso, apenas um ajuste na temperatura de cor e saturação. Note-se que a diferença, que pode parecer sutil para um olhar mais superficial, é bastante significativa. No primeiro caso (Figura 41), as cores frias ressaltam aspectos de maior sobriedade, frieza e até um certo distanciamento – a esses efeitos de sentido se valem as cores frias; enquanto que no segundo exemplo (Figura 42) parece haver mais afetividade e calidez, onde sobressaem aspectos mais emocionais e atrativos.



Figura 41



Figura 42

Cabe dizer que a fotografia é um texto e, como texto, possui uma materialidade sob a qual se manifestam indícios/marcas que possibilitam chegar aos seus modos de produção. É através dos aspectos plásticos, ou seja, dos elementos morfológicos que podemos analisar a produção de sentidos e significados tanto das manifestações tangíveis no plano, quanto dos elementos dinâmicos e escalares das imagens (que não possuem presença material). Envolta em regras e estratégias, a fotografia congrega elementos à significação midiática quando seu uso está intrínseco a produção comunicacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde seu surgimento na imprensa, a fotografia evoluiu muito. Antes sua função estava voltada para a ilustração das reportagens, de modo que sempre vinha acoplada aos textos verbais para deixar a publicação mais leve. Atualmente, o teor informacional que constitui a prática fotográfica-jornalística vem carregado de significações e sentidos, sobretudo compondo o repertório informacional dos sujeitos. O caráter informacional e 'objetivo' das fotografias é atributo indispensável nas veiculações impressas diariamente, visto o caráter de testemunhalidade e os efeitos de verdade que confere. A fotografia permite aproximação aos fatos, quase como se não houvesse mediação e, esse aspecto, parece-me condicionante para justificar o uso das fotografias nas publicações impressas. Fotografia e realidade parecem indissociáveis. Sinalizou-se isso quando se falou do valor de iconicidade da imagem fotográfica. Crê-se que o aspecto fotografia versus realidade seja inerente aos efeitos de sentido de verdade e de testemunhalidade aos quais os textos visuais vêm acrescidos no jornalismo. O referente adere à fotografia de modo tal que temos dificuldade em ver a fotografia em si. Note-se aqui, por exemplo, a 'naturalidade' com que lidamos com a semântica das imagens enquanto que os significantes iconográficos carecem de um olhar mais aprofundado.

O aspecto indicial ao qual a fotografia vem vinculada revela a relação entre aquilo que aconteceu e foi registrado e aquilo que fica impresso no plano – há, em virtude, uma vinculação ao objeto que a origina. As fotografias possuem essa particularidade de representar a realidade, descrevendo-a através de sua linguagem carregada de significados e sentidos. No entanto, a indicialidade não pode ser lida em análise visto que não há como saber se a fotografia ofertada nas páginas do dispositivo jornalístico está exatamente da mesma forma que capturada. Observa-se que o *corpus* analisado é indicial na medida em que aos editores foram ofertadas imagens tal e qual foram capturadas – indiciais, portanto. No entanto, continuam indiciais apenas as escolhidas pelos editores dos Jornais Zero Hora e Diário de Santa Maria, enquanto que as potencialmente publicadas no Jornal Folha de São Paulo perdem essa característica devido ao corte. É prática dos veículos de comunicação certa edição do material produzido – evidentemente atentos para questões éticas e de maiores manipulações – conforme apontaram os editores. Um aspecto intrigante é que a edição do material produzido parece, em muitos casos, 'facilitar' o trabalho de enunciação fotográfica visto que se pode trabalhar (re-compor a cena) posterior ao registro fotográfico.

A larga utilização das imagens pela mídia tornou o público mais próximo e também mais participativo em relação aos processos que envolvem o fazer fotográfico. Não apenas a mídia impressa, mas também a televisão e a internet aproximam o público ao contingente imagético diário expandindo a quantidade de imagens veiculadas e tornando o próprio público enunciador de textos imagéticos. Esse fato, contudo, parece não ter aperfeiçoado o olhar analítico ou crítico dirigido às imagens, menos ainda despertou a capacidade de leitura imagética pela maioria da população que recebe cotidianamente uma quantidade grande de imagens. No entanto, creio que a leitura imagética seja aquela que oportuniza ao olhar a expansão do lugar comum. Através do conhecimento da linguagem da fotografia e do entendimento de sua capacidade de criação de sentidos é que se pode sair do senso comum e compreender as estratégias envolvidas no fazer imagético. É possível construir um conhecimento original no que se diz sobre as imagens já que os sentidos se completam apenas naquele que vê as imagens. Não se trata de julgar as imagens como verdades absolutas naquilo que dizem ou na sua produção de sentidos, mas sim de entendê-las pelas circunstâncias nas quais elas se inscrevem.

Há na fotografia certa materialidade que estimula e evoca interpretações carregadas de informações. Contudo, é um tanto difícil ler criticamente imagens. O texto verbal possui uma imediaticidade de entendimento maior que a imagem entretanto, noutra nível, esta se parece mais acessível que os textos verbais. Nesse sentido, torna-se desafiadora a tentativa de compreender as minúcias da linguagem visual. A necessidade de chegar aos sentidos e significados, conforme proposto no projeto de pesquisa desta dissertação, foi dificultosa em diversos momentos, visto a pouca fluência que ainda tenho em termos de leitura de imagens. No entanto, a análise dos elementos morfológicos 'aperfeiçoou' meu olhar. A reflexão proporciona uma revisão da prática jornalística educando o olhar não apenas para a leitura pós-midiática, mas sobretudo para a composição das cenas. Pensar os elementos plásticos da imagem para o momento da produção parece-me um aspecto muito importante, pois a teoria começa a refletir diretamente na prática (tanto que as fotografias, se feitas agora, após a construção do conhecimento, seriam outras bastante distintas e mais atentas aos elementos morfológicos). Além do mais, a aproximação entre teoria e prática me faz pensar nos meus ideais de pesquisa, desde a elaboração do projeto até a conclusão deste estudo (que não chegam a ser absolutamente conclusivos, mas ficam aqui indicativos de novas possibilidades reflexivas).

O ato de perceber a fotografia, principalmente na mídia impressa deve ser simultâneo ao momento da observação, caso contrário, incorre o risco de não haver transferência de

informações, isto é, ela deve assumir a posição de *lead* visual, permitindo que o leitor tenha, de imediato, conhecimento daquilo que é abordado. Tal aspecto é apontado pelos editores como elemento imprescindível às fotografias jornalísticas, visto que sua importância está baseada na possibilidade de chamar a atenção do observador, despertando nele certo interesse pelo conteúdo informacional. A importante afirmação de que 80% da força do jornal está na fotografia – feita, em entrevista, pelo editor Gustavo Roth⁶⁰ – justifica, sobretudo, a investigação crítica dos elementos do plano imagético. Se o que faz ‘vender’ as informações do jornal são as fotografias, além da representação dos fatos no plano é preciso trabalhar de modo harmônico o aspecto compositivo da imagem.

Podemos ficar a par e entender as particularidades de determinados acontecimentos mesmo sem nossa presença física no local – e é isso que acontece com a maior parte de informações que o jornal nos transmite diariamente. Esta transferência de informação costuma ser imediata, segundo Fernando Ramos. Além do mais, as fotografias servem para ancorar o sentido sobre o que trata a matéria, ou seja, são um contrato enunciativo que se encontra no lugar do “fazer-criar”, que produz o efeito de sentido de realidade e, por sua vez, são reconhecidas como figuras do mundo real, expressando um valor de verdade. Daí que a fotografia registra imagens de pessoas, lugares, fatos, etc. (como eles se apresentam a nós) e a imprensa se utiliza dela para produzir credibilidade e persuasão.

Como o sentido chega às imagens? Essa pergunta norteou leituras, provocações pessoais e discussões teóricas para, finalmente, instituir-se em análise. As operações de produções dos textos supõem certas estratégias e têm como pressuposto persuadir alguém sobre determinado valor. Tais estratégias são lidas pelas marcas presentes plasticamente no plano fotográfico através dos elementos morfológicos, de modo que os efeitos de sentidos das fotografias são aspectos que emanam da esfera plástica da imagem, mas que recebem influência do repertório cultural de cada sujeito. Portanto, a gama de efeitos de sentido não pôde ser abarcada completamente na análise aqui proposta. Além do mais, os significados

⁶⁰ Qual a importância da fotografia no jornal? “Oitenta por cento da força do jornal é a fotografia. A foto é que faz com que o leitor compre o jornal, que ele abra o jornal para ver o que tem lá dentro, que faz com que assine o jornal” (ROTH, 2009). “A gente vive num país que, culturalmente, as pessoas estão acostumadas a ver ‘figurinhas’. A fotografia é o fator que atrai o leitor [...] O ‘fisco’ é feito pela fotografia, tanto que a primeira página tem fotografia e pequenas chamadas (textos não muito grandes) que atraem para dentro do jornal. Então, é um desafio do fotojornalismo [...], ao cobrir uma pauta, fazer com que seja uma foto informativa e que seja plástica, bonita, que o leitor olhe e identifique logo o que é aquilo” (Joel Silva, repórter fotográfico do Jornal Folha de São Paulo, colaborador da entrevista realizada com o editor Gustavo Roth).

plásticos e os sentidos estão numa relação de interdependência, de modo que não se pode realizar uma análise estritamente semântica de uma fotografia, nem inversamente. Ressalto aqui o aspecto de que os sentidos não se realizam nos textos, mas emergem aos olhares de cada observador a partir das marcas deixadas nos textos visuais.

O que leva à publicação de uma determinada fotografia e não outra, e qual outra? Considerando a questão exposta nas primeiras páginas desta dissertação a reflexão se estrutura a partir de dois eixos – a teoria das imagens e a entrevista com os editores. Assim, é possível esboçar que a publicação das fotografias no jornalismo impresso está fortemente ligada aos fatos noticiosos, isto é, o principal elemento é o informacional, desde que o plano esteja bem composto plasticamente. A adequação da linguagem das mensagens visuais, manifesta materialmente no plano fotográfico pelos elementos morfológicos, é observada pelos editores como indispensável ao modo de composição da cena fotográfica, sobretudo valendo-se da forma como se dá a representação do evento no plano imagético. Os sentidos e os valores postos em movimento no momento da escolha das fotografias não ocorrem apenas ao compor as páginas dos jornais. O público, embora tenha acesso ao grande número de informações veiculadas, escolhe apenas aquilo que condiz com seus valores pessoais, isto é, aquilo, que faz sentido para o sujeito que recebe as informações, resulta de uma atribuição de valor à matéria representada.

A fotografia, assim como a pintura e as ilustrações, constitui-se basicamente de elementos visuais que se caracterizam como informação. Como informação, cada elemento no plano possui uma significação particular e estabelece uma relação com o todo. A fragmentação dos elementos para análise específica não interfere nas significações criadas no todo, mas parecem direcionar o olhar para elementos mais visíveis quando esmiuçado. Outro aspecto a considerar é que vejo, na análise, apenas aquilo que já foi. Debruço-me sobre o momento do que, como fato, já ocorreu e foi registrado pela câmera e pelo olhar seletor do fotógrafo, foi publicado, lido e interpretado. A leitura analítica a que estou propondo reflexão caracteriza-se como pós-facto, embora a prática de captura das fotografias, a qual me propus, fornece os elementos da produção muito pertinentes à construção do aprendizado teórico. Olhar aquilo que já está construído me possibilita uma série de apontamentos, inacessíveis em outros tempos que não esse, como por exemplo, a possibilidade de pensar, a partir dos elementos apontados pelos editores para a publicação das fotografias, quais realmente estão manifestos no plano imagético como efeitos de sentido. Sobre o que quero chamar atenção é que a dissertação se compõe de um objeto que não está centrado no pré-midiático ou no midiático, mas sim no pós-midiático. Esse é o momento de reflexão e análise das estratégias

que foram pensadas, programadas e veiculadas nos momentos anteriores. No caso das fotografias, a análise da produção de efeitos de sentido tem essa particularidade de ser uma observação que na maioria das vezes não ocorre de modo tão elaborado no momento do fazer fotográfico. No *corpus* analisado muitos dos aspectos trabalhados nas imagens já haviam sido observações minhas no momento da produção, isso porque o trabalho estava integrado ao meu repertório.

Não raro, pautas pensadas para o jornalismo diário e impresso são potencialmente aplicáveis a outras mídias. Isso ocorre porque os fatos são tratados de forma bastante semelhante por mídias distintas, mas para a escolha da publicação sempre é levado em consideração o dispositivo, uma vez que ele prepara para os sentidos. Muitas das fotografias capturadas no evento poderiam estar destinadas a publicações de outra ordem, como revistas, blogs, websites, etc., pois que, fornecido um conjunto de imagens, seria possível ao leitor o entendimento e apreensão das informações de um modo mais completo. Uma característica do jornalismo impresso diário é que, em geral, uma única fotografia é utilizada para representar todo um fato noticioso, daí que a transferência de informação tem que ser imediata ao instante de observação. Aspectos técnicos e qualitativos também diferem quanto aos dispositivos. O *on-line*, por exemplo, tem como característica o imediatismo da veiculação⁶¹, visto que a qualidade técnica nem sempre é prioridade. Já nas edições impressas se priorizam imagens cuja relação entre informação e qualidade técnica seja atributo básico da composição. Além do mais, a fotografia impressa tem em si um elemento de permanência, que permite que o olhar se aprofunde. Esse aspecto talvez esteja intimamente ligado ao nosso aprendizado e convivência com os materiais impressos, uma vez que o dispositivo ‘virtual’ – embora bastante intrínseco a nossa realidade atual – seja um fenômeno recente.

Há, não obstante, um aspecto intrigante, que permite reflexão acerca dos aparatos tecnológicos aos quais temos acesso usualmente. Se pensarmos nas facilidades que a tecnologia digital nos proporciona ao realizarmos buscas textuais não podemos aplicar o mesmo mecanismo para as imagens, já que sua natureza não dispõe de elementos semânticos que possam ser reconhecidos por palavras. Nesse caso a busca se concretiza apenas se a imagem vir acoplada ao texto. Como seria um buscador de imagens? Deveria, parece-me, trabalhar com os elementos morfológicos, aspecto esse próprio da natureza dos textos visuais (e não dos textos verbais). Ora, se a tecnologia, com todos seus avanços, disponibiliza uma

⁶¹ “Internet tem fluxo muito intenso e tudo igual. Muitas pessoas já vieram me comentar uma foto determinada de uma capa de jornal, mas nunca ninguém veio me dizer sobre uma foto de um site [...]. Começa que na internet o formato é muito pequeno (embora se possa clicar e abrir a foto o que melhora um pouco), e a própria resolução em dpi, a resolução de tela, é um tanto ruim” (CHAVES, 2009).

série de possibilidades à sociedade atual o quesito imagético ainda é bastante limitado. É nesse sentido que a necessidade de estudar a gramática da imagem ganha força, não apenas para compreender sua linguagem como também para usufruir de suas especificidades objetivas. Nesse sentido, o avanço mais significativo até o momento é da *University of Applied Sciences*⁶², de Berlim, que está desenvolvendo um software de busca semântica para as imagens. A partir de uma palavra chave o software inicia a busca, primeiro, por palavras-chaves ligadas a tal e, depois, pela similaridade da imagem. Nota-se que de qualquer maneira há uma relação com o texto verbal. O verbal é condição necessária para a realização de buscas imagéticas, ao menos com os mecanismos desenvolvidos até agora. Parece-me que a maneira para se chegar a ela é através dos elementos morfológicos. Aí está outra questão: através de uma busca unicamente pelos elementos morfológicos não haveria necessidade de tradução para as diversas línguas (como ocorre com os textos verbais). Eis aí a manifestação da universalidade da imagem. O texto iconovisual, por sua natureza, possui a vantagem da não particularização a uma determinada cultura ou mesmo um alfabeto específico, já que sua universalidade é natural. Evidentemente não entramos no mérito da interpretação da imagem que pode sofrer interferências segundo o repertório cultural de quem a observa, trata-se apenas de pensá-la como um texto acessível.

As imagens, convém lembrar, são sempre representações dos fatos, portanto, não expressam tudo aquilo que o fato em si contém, logo, são parciais. Por mais que pretendam abarcar o todo como registro polivalente do fato, isso não é possível, visto que há no plano fotográfico apenas um recorte favorecido pelo olhar enunciador (do fotógrafo, do editor, e do diretor) e completado pelo enunciatário. Tanto o enunciador quanto o enunciatário são sujeitos interpelados por questões subjetivas. Esse aspecto fica visível na medida em que os editores, munidos de justificativas precisas, escolheram fotografias diferentes para representar o mesmo evento. Daí que a escolha das fotografias como produtos para veiculação nos jornais impressos não implica, necessariamente, em observações mais aprofundadas dos elementos morfológicos, mas entende-se aí que estes são condição para publicação. Essa afirmação é possível visto que a entrevista possibilitou observar os critérios de escolha das imagens, sendo aí o caráter informacional o aspecto mais enfatizado. Evidentemente, aspectos compositivos são observados como pré-requisitos mínimos para publicação das fotografias, no entanto, não são observados em profundidade no momento da escolha, visto as contingências da rotina das redações. Dado que as justificativas dos editores se baseiam, sobretudo, nos aspectos

⁶² <http://www.pixolution.de/index.html>

semânticos das imagens não se pode desconsiderar a leitura e entendimento dos elementos plásticos no plano fotográfico, visto que o segundo é condição para o primeiro.

A seleção das fotografias pelo profissional é sempre subjetiva, por mais que se preze pela objetividade no fotojornalismo. Na ocasião do desfile, as fotografias selecionadas para mostrar aos editores (para que eles apontassem quais teriam a possibilidade de publicação) foram dez. Hoje, dada a trajetória de pesquisa e experiência de análise do material produzido, certamente a escolha para compor o *corpus* seria outra. Atribuo esse fato há dois elementos, basicamente. O primeiro deles é que o desligamento, por algum tempo, de algumas imagens faz despertar outros efeitos de sentido ao observá-las novamente. O segundo fator condicionante é que as teorias, análises e entrevista com editores, feitas durante a dissertação, proporcionaram um crescimento analítico e interpretativo acerca das imagens. O olhar – creio que não poderia ser diferente - não é mais o mesmo.

Creio que seja relevante enfatizar o aspecto da escolha por determinadas abordagens. Evidentemente, faz parte do processo de construção de todo texto a delimitação por dialogar com determinados autores (em detrimento de outros) e de fazer opções metodológicas as quais constituem a pesquisa. Nesse contexto, é que a delimitação pela observação dos elementos morfológicos em textos visuais vem amparada pelo crescente interesse de pesquisadores em investigar as imagens. Além do mais, o icônico, quando acoplado ao texto verbal já possui outro foco, outros aspectos a serem analisados, portanto, produzem outros sentidos e significados que não foram aqui observados. A entrevista com os editores cumpriu o papel de conexão prática com os aspectos teóricos e analíticos. Além disso, mostrou-se como uma ferramenta adequada para obter maiores elementos de análise e, sobretudo, para amparar metodologicamente a escolha das fotografias nos critérios de produção e circulação midiática. Houve, todavia, uma certa dificuldade em inserir algumas peculiaridades e relevâncias na dissertação, principalmente, em fazer dialogar teóricos intercalados com a ‘voz’ prática das redações.

As fotografias que aqui compõem o *corpus* são classificadas como gênero ‘notícias em geral’ (*general news*) visto que se trata de uma pauta planejada de um evento específico. Contudo, mesmo quando se trata de pautas planejadas há, evidentemente, a possibilidade de que outras ocorrências venham a acontecer. No desfile cívico, por exemplo, não estava prevista a manifestação que ocorreu paralela ao ato solene. Especificamente, esta imagem pode ser destacada como *spot news*, ou seja, um registro não planejado resultante de uma ação não convencional, visto que não havia um conhecimento prévio do acontecimento.

Um aspecto preponderante jornalisticamente, é que o registro fotográfico é resultante de um recorte expressivo dado o acontecimento (único e não repetível). Diferentemente do texto que é elaborado após a ocorrência dos fatos, a imagem é a captação do instante flagrado pelas lentes e pela agilidade do repórter fotográfico. Sua importância como registro documental, portanto, é considerável.

A comunicação não-verbal que se institui nos dispositivos jornalísticos é bastante densa de significações e sentidos. Num primeiro momento de observação da página/capa de um jornal o que logo se percebe são os elementos não-verbais, tais como as imagens, cores e *layout*. Nesse contexto informacional, a cor aparece como um dos elementos plásticos extremamente rico em aspectos analisáveis, tanto por sua complexidade quanto pela quantidade de publicações que versam sobre. Essa especificidade poderia atribuir ao elemento morfológico um estudo próprio, único e com campo amplo a ser analisado. Em certos momentos desta pesquisa, a complexidade da cor exigiu certa seleção no olhar analítico, fazendo-me optar para os aspectos tratados aqui nesta dissertação. Na mesma linha de pensamento poderia dizer que cada um dos elementos que integram a complexa rede de significações plástica das imagens poderia ser aprofundado em estudos posteriores a esse trabalho.

Pretendeu-se fundamentalmente destacar a natureza plástica da fotografia, desvelando alguns dos aspectos relevantes da percepção dela (VILLAFANE, 2000), uma vez que somos estimulados por experiências sensoriais ao observar os elementos morfológicos no PO. A fotografia abarca uma possibilidade de interpretação, análise e aprofundamento teórico denso sob seu próprio condicionamento e nuclearidade, isto é, sua linguagem nos dá elementos suficientes para pensá-la como um importante objeto de comunicação. Sob a proposta de pensar a produção de efeitos de sentidos gerada pelos elementos no PO poder-se-ia dizer ainda que, nas três principais imagens, em análise, do desfile cívico de sete de setembro, a ênfase recai sobre os pontos de interesse comum – meus e do público, eu diria – isto é sobre os personagens do desfile, sobre aqueles que se propuseram a prestar homenagem à pátria. Esse fato pode ser notado (nas três fotografias) pela representação do público em desfoco e disperso no plano, sem identificar ou individualizar qualquer sujeito presente como observador do evento.

**Figura 43****Figura 44****Figura 45**

A escolha, entre outras, integra a enunciação visual, da qual fiz parte como figura enunciativa ao me colocar como repórter fotográfica do evento, com o propósito de pensar como o momento da produção pode (ou não) interferir na elaboração dos significados e sentidos presentes nas fotografias. Contudo, reforço que, embora a linguagem da imagem possa ser aqui esmiuçada e aprofundada como conhecimento, os elementos presentes materialmente no plano tem determinadas significações em vista de que os efeitos de sentidos só podem concretizar-se no olhar-observador da imagem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUMONT, Jacques. **A imagem**. 8ªed. São Paulo: Papirus, 2004.

_____, *et all.* **A estética do Filme**. São Paulo: Papirus, 2003.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**: Ensaio Crítico III. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

_____. **A Câmara Clara**: nota sobre a fotografia. Trad. Júlio Castañon Guimarães. 8ª impressão. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2003.

CESE, Carlo Delle. **Fotografia**: Guide Pratiche Mondadori. 2ª ed. Milão: Arnoldo Mondadori Editore, 1996.

CAMARGO, Isaac Antonio. O uso da fotografia e a construção do objeto noticioso na edição da mídia impressa. In: FAUSTO NETO, Antônio; HOHLFELDT, Antonio; PRADO, José Linz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.). **Práticas Midiáticas e Espaço Público**. Coleção Comunicação 10 (Compós Volume 1). Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

CAMARGO, Hertz Wendel de. Narrativas visuais na página: a fotografia e a diagramação dos sentidos. **Revista Discursos Fotográficos**, Londrina, v.4, n.5, p.38-58, 2008.

CHAVES, Ricardo. **Entrevista concedida pelo Editor de Fotografia do Jornal Zero Hora, Porto Alegre**. Porto Alegre, 25 nov. 2009.

COSTA, Helouise; SILVA, Renato Rodrigues. **A fotografia moderna no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ - FUNARTE, 1995.

COUTINHO, Iluska. Leitura e Análise da Imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Orgs.) **Métodos e Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

DONDIS, Donis. **La sintaxis de la imagen**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1976.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico**. 8ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2004.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 1988.

FAUSTO NETO, Antônio. Enunciação, auto-referencialidade e incompletude. **Revista Famecos - mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, p.78-85, 1994.

_____. Ver para mandar olhar. **Revista Ecos**, Pelotas, v.7, n.2, p.05-17, 2003.

_____. (org). **Os mundos da mídia: Leituras sobre a produção de sentidos midiáticos**. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2006a.

_____. **Midiatização, prática social – prática de sentido**. Rede Prosul, paper – CNPQ/Unisinos 2006b

_____. O discurso político entre recusas e controles das estratégias enunciativas midiáticas: observações sobre a midiatização da campanha eleitoral de 2006. **Revista Galaxia**, São Paulo, n.11, p.143-165, 2006c.

_____. Mutações nos discursos jornalísticos: da ‘construção da realidade’ à ‘realidade da construção’. In: **Edição em Jornalismo: Ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006. p. 46-63.

_____. A midiatização jornalística do dinheiro apreendido: Das fotos furtadas à fita leitora. **Dossier de Estudios Semióticos - La trama de La Comunicación**, Rosario, v.12, p.117-131, 2007.

FEININGER - **Curso de Aperfeiçoamento em Fotografia**. [S.I.]: Editora Ediouro, 1985.

FISTAROL, Eliane. **Fotografia: Técnica e Linguagem**. Chapecó: Argos, 2004 (Série Comunicação & Artes, 01).

FLORES, Valdir do Nascimento [et al.]; **Dicionário de Linguística da Enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009.

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

GIACOMELLI, Ivan Luiz. Critérios de noticiabilidade e o fotojornalismo. **Revista Discursos Fotográficos**, Londrina, v.4, n.5, p.14-36, 2008.

GUIMARÃES, Luciano. **As cores da Mídia: a organização da cor-informação no jornalismo**. São Paulo: Anna Blume, 2003.

GURAN, Milton. **Linguagem Fotográfica e Informação**. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1992.

HEDGECOE, John. **O novo manual de fotografia: guia completo para todos os formatos**. 3ªed. São Paulo: Editora Senac, 2007.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. 9ª ed. Campinas, SP: Papirus, 2005.

KANIZSA, Gaetano. **Gramática de la visión: percepción y pensamiento**. 1ª reimpressão, Barcelona: Paidós, 1998.

KEENE, Martin. **Fotojornalismo: guia profissional**. Lisboa: Dinalivro, 2002.

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

LIMA, Ivan. **A fotografia é a sua linguagem**. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

LÜERSEN, Angélica. **A produção de efeitos de sentido em fotografia jornalística**. Santa Maria, 2008. 60. Monografia (Conclusão de Curso) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal de Santa Maria.

MOLES, Abraham A. Hacia una teoria ecologica de la imagen? In: THIBAUT-LAULAN, Anne Marie. **Imagen y Comunicación**. Valência: Fernando Torres, 1973. p.47-70.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

PERAZZO, Luiz Fernando; RACY, Ana Beatriz Fares; ALVAREZ, Denise. **Elementos da cor**. Rio de Janeiro: Senac, 1999.

PERUZZOLO, Adair C. **Comunicação e Cultura**. Porto Alegre: Sulina, 1972.

_____. **A Circulação do Corpo na Mídia**. Santa Maria: Imprensa Universitária, 1998.

_____. **Elementos de Semiótica da Comunicação**: quando aprender é fazer. Bauru, SP: Edusc, 2004.

_____. **A Comunicação como Encontro**. Bauru, SP: Edusc, 2006.

_____. O olhar cotidiano: estratégias sob a imagem. In: FELIPPI, Demétrio de Azevedo Soster e PICCININ, Fabiana (orgs.). **Edição de imagens em jornalismo**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2008.

_____. **Discursividade teleinformativa: o dispositivo de Enunciação**. Texto em construção para uso de Grupo Imagem do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM, 2009a.

_____. **Sentido e efeitos de sentido**. Texto em construção para uso de Grupo Imagem do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM, 2009b.

RAMOS, Fernando. **Entrevista concedida pelo Editor de Fotografia do Jornal Diário de Santa Maria, Santa Maria**. Santa Maria, 27 out. 2009.

ROTH, Gustavo Schramm. **Entrevista concedida pelo Editor de Fotografia do Jornal Folha de São Paulo, São Paulo**. São Paulo, 21 set. 2009.

SCHAEFFER, Jean-Marie. **A Imagem Precária**: sobre o dispositivo fotográfico. Campinas: Papyrus, 1996.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.

_____. **Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TOM, Fraser; BANKS, Adam. **O guia completo da cor.** São Paulo: Editora Senac, 2007.

VASQUEZ, Pedro. **Fotografia: reflexos e reflexões.** Porto Alegre: LPM, 1986.

VERÓN, Eliseo. Que voit-on du monde/Imagens dans le discours de la information. In: _____. **La recherche Fotografique.** Paris: Editions Hazane, 1989, p.41-43. Tradução de Adair Caetano Peruzzolo para uso do Grupo Imagem do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM.

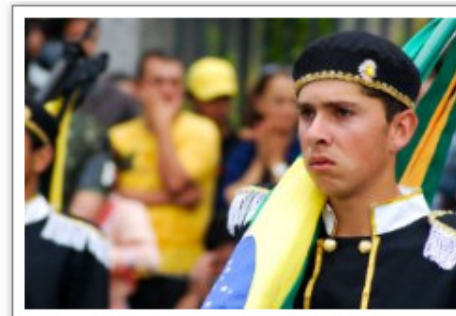
_____. **Fragments de um tecido.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005.

VILLAFANE, Justo. **Introducción a la teoría de la imagen.** Madrid: Ediciones Pirámide, 2000.

ANEXO A - Escala de Iconicidad Decreciente o de Abstracción Creciente

N.º	Definición	Criterio	Ejemplos
0	El propio objeto.	Puesta eventualmente entre paréntesis en el sentido de Husserl.	La vitrina de un comercio, la exposición. El tema del lenguaje natural de Swif a Laputa.
1	Modelo bi-o tridimensional en la escala.	Colores y materiales arbitrarios.	Muestras fácticas.
2	Esquema bi-o tridimensional reducido o aumentado. Representación anamorfósica.	Colores o materiales escogidos según criterios lógicos.	Mapa en tres dimensiones, globo terráqueo, mapa geológico.
3	Fotografía o proyección realista sobre un plano.	Proyección, perspectiva rigurosa, medias tintas, sombras.	Catálogos ilustrados, carteles.
4	Dibujo o fotografía llamados «desviados» (operación visual de lo universal aristotélico). Perfiles dibujados.	Criterios de continuidad del contorno y de cierre de la forma.	Carteles, catálogos, prospectos.
5	Esquema anatómico o de construcción.	Abertura del cárter o de la cubierta. Respeto a la topografía. Arbitrariedad de los valores, cuantificación de los elementos y simplificación.	Corte anatómico, corte de un motor de explosión. Plano de los circuitos de un receptor de radio. Mapa geográfico.
6	Vista «brillante».	Disposición perspectiva de las piezas según sus relaciones de proximidad topológica.	
7	Esquema de principio (electricidad y electrónica).	Substitución de los elementos por unos símbolos normalizados. Paso de la topografía a la topología. Geometrización.	Plano esquematizado del Metro de Londres. Plano del circuito de un receptor de TV o de un sector de radar. Esquema unifiliforme de electrónica.
8	Organigrama o esquema block.	Los elementos son unas cajas negras funcionales, enlazadas por unas conexiones lógicas: análisis de las funciones lógicas.	Organigrama de una empresa. «Flow chart» de un programa de ordenador. Serie de operaciones químicas.
9	Esquema de formulación.	Relación lógica y topológica en un espacio no-geométrico, entre elementos abstractos. Las uniones son simbólicas, todos los elementos son visibles.	Fórmulas químicas desarrolladas. Sociogramas.
10	Esquemas de espacios complejos. esquemáticos (flecha).	Combinación, en un mismo espacio, de representaciones de elementos esquemáticos (flecha, recta, plano, objeto) pertenecientes a distintos sistemas.	Fuerzas y posiciones geométricas sobre una estructura metálica; esquemas de estática, gráfico, polígono de Cremona.
11	Esquema de espacio puramente abstracto y esquema vectorial.	Representación gráfica en un espacio métrico abstracto, de las relaciones entre magnitudes vectoriales.	Gráfico vectorial de electro-técnica. Triángulo de Kapp. Polígono de Blondel para un motor asincrónico. Diagrama de Maxwell. Objetos sonoros, triángulo de las vocales.
12	Descripción en palabras normalizadas o en fórmulas algebraicas.	Signos puramente abstractos sin conexión imaginable con el significado.	Ecuaciones y fórmulas. Textos.

ANEXO B – Seleção de fotografias apresentadas aos editores



ANEXO C – Escala Cromática

Escala cromática de tons em modo menor



Escala cromática de tons em modo maior



ANEXO D – Roteiro da entrevista com editores

QUESTIONARIO

Nos seus critérios:

- a) Qual a função da fotografia no jornal?
- b) Há diferença da função da fotografia para publicações impressas ou on-line?
- c) Como julga que se atribui o caráter de objetividade à fotografia?
- d) Qual a importância da fotografia no conjunto de uma reportagem? (no contexto informacional)

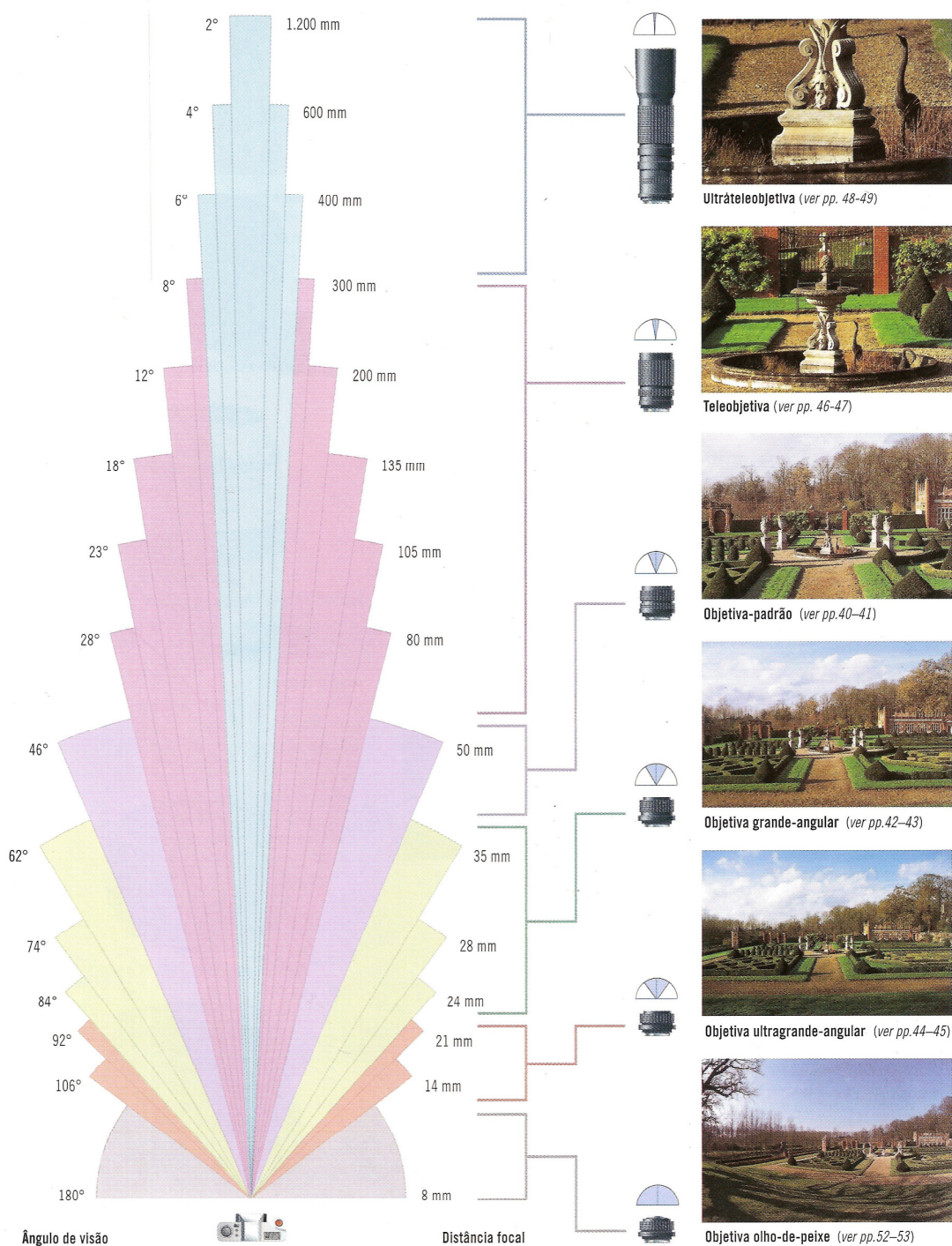
Sobre as práticas da editoria de fotografia:

- a) A partir de uma pauta dada é a matéria que orienta a escolha da fotografia ou é a fotografia que orienta a construção da matéria?
- b) O que leva uma fotografia a ser capa da edição de um jornal?
- c) Rotineiramente qual o momento de escolha da fotografia de capa?
- d) Há algum tipo de edição ou tratamento das imagens?

Dadas as fotografias **do desfile cívico**:

- a) Quais são os critérios de escolha para a fotografia?
- b) Os critérios se aplicam da mesma maneira para a fotografia de capa e interna?
- c) Há critérios diferentes para a edição impressa e edição on-line?
- d) Eu creio que os veículos tenham determinados valores que são levados em consideração no momento da escolha das fotografias (ou mesmo na elaboração das pautas). Isso se confirma?
- e) Quais são esses valores?
- f) Como eles aparecem (ou como estão manifestos nas imagens)?

ANEXO E – Tabela de ângulo de visão e distâncias focais (HEDGE COE, 2007)



ANEXO F - Capa Jornal Diário de Santa Maria, de 08/09/2009

DIÁRIO DE SANTA MARIA

Um jornal do Grupo RBS

TERÇA-FEIRA
8/09/2009

RS 1,00

ANO 8 NÚMERO 2.248

www.diarism.com.br

MAIS



TEATRO
Espetáculo no Teatro de Mei o, hoje, mistura elementos do circo ao teatro. Diário 2



TELEVISÃO
Straker (Lima Duarte) e Opash (Tony Ramos) descobrem que são pai e filho. Diário 2



ZOM
Pity vem a Santa Maria, conta Francisco Dalcol. Diário 2



TÊNIS
Fabrício Nils foi um dos campeões da Copa ATC. Página 14

diarism
com.br



Uma galera de torcedores do desfile de 7 de Setembro em Santa Maria

TEMPORAL

Destruição em Itaara

A chuva de granizo deixou Itaara destelhada ontem. Mais de mil casas tiveram os telhados destruídos por causado temporal, segundo a prefeitura – no ginásio municipal, 230 famílias aguardavam lonas na noite de ontem.

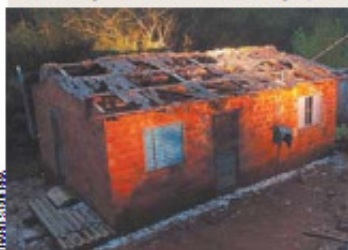
A prefeitura pretende declarar emergência na manhã de hoje. Santa Maria também teve prejuízos: cerca de 300 casas danificadas pelo granizo e alagamentos foram registrados em vários pontos da cidade. A prefeitura abriu

os ginásios do Centro Desportivo Municipal (CDM) e do Ocho (na Colônia Tancredio Neves) para receberem desabrigados, mas até as 22h30min nenhuma família foi para esses locais. Nos bombelitos, chegou a faltar lona.



FOI ASSUSTADOR

Casas foram destelhadas em Itaara (na foto abaixo, uma totalmente destruída do Parque Serrano). Com seu celular, o leitor Guillermo Cervi Prado (foto acima) registrou o tamanho do granizo na chácara da família logo após o temporal. As marcas também ficaram nos carros (abaixo). Em Santa Maria, uma cascata virou cachoeira (abaixo, à dir).



Casas destelhadas e alagamentos por toda parte em Santa Maria

Outras sete cidades da região também sofreram prejuízos

Páginas 10 e 13

ANEXO G – Contracapa Diário de Santa Maria, de 08/09/2009



DIÁRIO DE SANTA MARIA

TERÇA-FEIRA, 8 DE SETEMBRO DE 2009



FALE COM O DIÁRIO

Av. Maurício Brosky Sobrinho, 25
Baixo Patronato - CEP 97020-440
☎ (51) 3220-1700

ASSINATURAS
ATENÇÃO AO ASSINANTE:
 ☎ (51) 3220-1818
PARA ASSINAR:
 ☎ (51) 3220-1717
 R\$ 2650 assinaturas mensais
 (diário em casa ou carta)
 ou 6000 publicações
 apartir de R\$ 14,50

MÚNCIOS
CLASSIFICAÇÃO:
 ☎ (51) 3220-1808
Formas de atendimento:
 em toda a rede de lojas, de 9h às 18h
 em todo o Brasil, de 9h às 18h
PUBLICIDADE:
 ☎ (51) 3220-1898 ou 3220-1834

AMANHÃ NO DIÁRIO

ELIMINATÓRIAS

Nilmar será titular quarta

FRANCO GONÇALVES - ITAIPAVA



Ex-Intar vai defender a Seleção frente ao Chile, em Salvador (BA)

FILIADO AO IVC

7 DE SETEMBRO



CHARLES GUERRA

Bonito de ver e ouvir

Quem acompanhou o desfile na Avenida Medianeira, na manhã de ontem, ficou admirado com o que viu. Bandas de escolas do Exército e da Brigada Militar brilharam o evento em homenagem à Pátria. Páginas 8 e 9



SÃO GABRIEL

Morto é achado com mãos amarradas e saco na cabeça

Página 5

FORÇAS ARMADAS

Brasil deve gastar R\$ 31 bi com aviões e submarinos franceses

Página 6

conexão *Wando*
 atrações: Avenida Trés Clubes (ATC) | 7 ilhas de Alimentação | 1 Espumante por pessoa
 Ponto de venda: Monet Plaza Shopping | Informações Fone: (51) 8122.0586
 26 setembro 2009 | 21h30min | Dedê e Gibão / DJ. Gerson Druzian | Apoio: DIÁRIO DE SANTA MARIA

Bazar Dois Irmãos Muitas opções de bom gosto para presentear. Venha conferir! **Cartão Dois Irmãos** Até 5 X sem juros

O TEMPO

Tempo segue instável
 Nesta terça-feira, a frente ainda causa chuvas em boa parte do Estado, da maneira forte no nordeste do Estado. À tarde, as temperaturas ficam amenas. Somente na fronteira com o Uruguai, o dia fica nublado e frio. Na quarta-feira, o tempo melhora, mas ainda chove no norte e nordeste gaúchos. A entrada de uma massa de ar frio dá às temperaturas baixas em todo o Estado.

Próximos dias em Santa Maria

TER	QUA	QUI	SEX	SAB
Chuva 12°/22°	Nublado 9°/19°	Parcialmente 9°/19°	Chuva 11°/19°	Chuva 10°/17°

Fonte: SMDA Weather

Cléides Pousadouro Nélito Erbeiro Cláudio Perceira Geada Neve

Temperaturas mínimas

0° 5° 10° 15° 20° 25° 30° 35°

Hoje na região

min (C)	max (C)	min (C)	max (C)		
Agudo	10	22	Restinga Seca	12	21
Capão do Sul	10	24	Rosário do Sul	14	21
Diamante de Azule	12	22	Santa Margarida	14	21
Dona Francisca	14	21	Santa Maria	14	22
Fazenda do Soturno	12	21	Santana da Boa Vista	14	22
Franqueado	12	21	São Gabriel	14	21
Itaora	10	22	São João do Polvoreiro	12	21
Itacurubi	12	22	São João do Sul	12	21
Itapuaçu	12	21	São Martinho	12	21
Jari	10	21	São Pedro do Sul	12	21
Júlio de Castilhos	10	22	São Tereza	10	21
Lavras do Sul	14	21	São Vicente do Sul	12	21
Máscara	12	21	Serra dos Aires	12	21
Nova Esperança do Sul	14	22	Tupaciguara	12	21
Nova Palma	12	22	Uruguaiana	12	21
Paraná do Sul	12	21	Vila Nova do Sul	10	22
Pineira Grande	10	21			
Quatroas	12	21			

LUAS

0% 100% 100% 100%

45 115 155 205

Ponto: 18h30min | Ressaca: 09h45min

Para saber a previsão do tempo pelo celular: Envie texto para 70900 para 4505. O custo de R\$ 0,31 por mensagem vale para celulares Claro, Vivo e TIM. Para celular de outros provedores, entre em contato com 4505.

ANEXO H – Capa Jornal Zero Hora, de 08/09/2009

www.zerohora.com

ZERO HORA



O ÚLTIMO DIA PARA VOTAR
NA SELEÇÃO GRE-NAL
ESPORTES E ZEROHORA.COM



ESTAMPAS
PARA
DECORAR
Casa&Cla

ROTEIRO
PARA O
PANTANAL
Viagem



PORTO ALEGRE, TERÇA-FEIRA, 8 DE SETEMBRO DE 2009 - ANO 46 - Nº 16.078

SC/PR - R\$ 2,50/ DEMAIS REGIÕES - R\$ 3,50/ URUGUAI - \$ 46

R\$ 2,00

Crime recua

Prisões de traficantes sobem e roubos caem

Segurança relaciona queda de 19% nos assaltos às ações que ampliaram em um terço as prisões de traficantes. **Página 42**

Brasileirão

O Raio X dos goleadores

A cada 3,8 chutes a gol, Jonas marca, revela prancheta dos quatro artilheiros.



HOUE DISCUSSÃO?

Jonas e Tcheco são foco de polêmica

Atacante e meia teriam batido boca depois do jogo contra o Vitória.

Esportes

Abuso punido

Velocidade puxa festival de multas no feriadão


Da noite de sexta até as 19h de ontem, foram 3.930 autuações em blitz nas rodovias gaúchas. **Pág. 38**


Efeitos do El Niño


Chuva e vento acima de 100 km/h no RS



Região Central (na foto, Santa Maria) foi uma das mais atingidas pela chuva com vendaval que sacudiu parte do Estado ontem

 **Granizo desabriga famílias em Itaara**

 **Confira o mapa dos estragos**

 **Vem nova onda de frio intenso**

Páginas 4 a 6 e 46



Por que Sarkozy e Lula estão afinados

Negócio na área militar consolida aliança entre França e Brasil. **Págs. 8, 10 e 12**

ANEXO I – Contracapa Jornal Zero Hora, de 08/09/2009

ZH

www.zerohora.com

TERÇA-FEIRA
8 DE SETEMBRO DE 2009DIÁRIO DE
FICHAMENTO
DESTA EDIÇÃO

22:30

Porto Alegre (RS)
Av. Ipiranga, 1075.
CEP 90169-900**HOJE EM ZH**

Primeiro caderno	54 páginas
Segundo caderno	17 páginas
Visões	8 páginas
Copa 6/14	12 páginas
Total da Edição	88 páginas
Classificação Capital	38 páginas
De Leitor	2
Informe Especial	3
Reportagem Especial	4 a 6
Política	8 a 14
Economia	18 a 28
Indicadores	26
Mundo	30 a 31
Saúde	32 a 41
Polícia	42 a 43
Tempo	46
Esportes	47 a 53
Almanaque Galvão	54
Memória	55
Postal Sentinela	55

**PARA FALAR
COM ZH****ASSINATURAS**
www.zerohora.com/
assinaturas**ATENDIMENTO
AO ASSINANTE:**Para ligações de Porto
Alegre e de celular:**(51) 3218-8200**

Demais cidades:

0800 6428200
assinantes@zerohora.com.br**PARA ASSINAR:****0800 6428222**Atendimento ao
Ponto de Venda:**0800 6424088****REDAÇÃO****(51) 3218-4300**
leitor@zerohora.com.br**ANÚNCIOS**

www.zh.com.br

TELEANÚNCIOS:
32.139.139

teleanuncios@zerohora.com.br

COMERCIAL:**(51) 3218-4900**
comercial@zerohora.com.br

9 770 04 887028

www.zerohora.com

**ZEROHORA.COM****Em site, as atrações do
Porto Alegre Em Cena****MERCADO****O momento da
bolsa de valores**Ibovespa reage e já é mais
rentável que produtos de
renda fixa, mas investidores
inexperientes precisam ser
cautelosos. **PÁGINA 18****EDITORIAIS***Corrida às armas abecda o acordo com a França e O reatante da Espinosa trata do agronegócio.* **PÁGINA 16****EM DESTAQUE NA RBS TV** *deixa hegeh***Desfechos de Caminho das Índias**Shankar
e Opash
finalmente
descobrem
que são pai
e filho.No altar: Tarsos e
Tônia, e Afida e Dario.Zeca e o serviço
comunitário.Norminha
e Abel
reatam
casamento.Yvone escapa
da prisão.

DE CABEÇA NO BRASIL

**A** coreografia com bandeiras dos estudantes de Novo Hamburgo foi uma das mais inusitadas
celebrações do 7 de Setembro no Rio Grande do Sul. **PÁGINA 32****COLONISTAS DE ZH****MOACYR SCLiar****O segundo surto de
gripe A e a vacina**Afinal, se o H1N1
pode ser esperto, nós
também podemos.**PÁGINA 2****ROSANE DE OLIVEIRA****Lei deve valer
também para Marina**Advogados gaúchos
cobram fidelidade
partidária no MPE.**PÁGINA 12****MÁRIO MARCOS DE SOUZA****Gaciba agora
apita na várzea**Na coluna, o momento do
árbitro que rodou três vezes
nos testes físicos da CBE.**ESPORTES****JÁ FOI DITO** "Ponha uma sela em seus sonhos antes de cavalgá-los", **MARY WEBB**, escritora inglesa (1881-1927)

ANEXO J – Capa Jornal Folha de São Paulo, de 08/09/2009

FOLHA DE S. PAULO

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO

TERÇA-FEIRA, 8 DE SETEMBRO DE 2009
ANO 89 ★ Nº 29.378

EDIÇÃO SÃO PAULO/DF, CONCLUÍDA ÀS 23H08 ★ R\$ 2,50

Brasil vai comprar caças franceses

Gov. anuncia decisão paralela a mega-acordo com a França para adquirir submarinos e helicópteros

Fiscalização flagra trabalho escravo em obra do PAC

Fiscais encontraram e resgataram 98 trabalhadores em regime análogo à escravidão numa obra do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), em Goiás, informa **Eduardo Scolese**.
O resgate foi numa usina hidrelétrica, de responsabilidade da Votorantim Energia e que tem o apoio do BNDES, que injetou R\$ 249,9 milhões na obra.
O Grupo Votorantim desembolsou R\$ 420 mil com as rescisões dos trabalhadores, que não recebiam salários desde maio. **Pág. A8**

Gov. de SP 'congela' área de 200 Ibirapueras na Cantareira

O governo de São Paulo decretou o "congelamento" de 29 mil hectares na serra da Cantareira (região metropolitana de São Paulo).
A área, equivalente a 200 parques Ibirapuera, ficará restrita a estudos científicos, com exceção das obras públicas já licenciadas.
Segundo o decreto, a medida vai durar sete meses, período em que serão feitos estudos para definir o que fazer no local, que abriga mata atlântica nativa, mananciais de rios e animais em risco de extinção. **Pág. C1**

Alemanha perdoa desertores das forças nazistas

A Câmara Baixa do Parlamento alemão vota hoje a invalidação da sentença dos chamados "traidores do nazismo". A deserção das forças de Adolf Hitler era rapidamente punida na Segunda Guerra Mundial. Cerca de 30 mil soldados foram condenados — dos quais estima-se que mais de 20 mil tenham sido mortos. **Pág. A13**

ONU defende nova moeda internacional

A ONU defendeu a criação de uma nova moeda global contra a especulação financeira para substituir o dólar.
Uma das hipóteses levantadas pela Unctad (braço da ONU para comércio e desenvolvimento) é criar uma espécie de banco central global para emitir uma moeda "artificial". **Pág. B1**



Os presidentes Nicolas Sarkozy e Luiz Inácio Lula da Silva assistem a um desfile do Sete de Setembro, na Esplanada dos Ministérios

O DASSAULT RAFALE F3
 >> Pode efetuar ações diferentes, como combate aéreo, ataque a solo, reconhecimento etc.
 >> Só a França opera o caça, que perdeu todas as concorrências que disputou até agora

36 caças foram encomendados → Custo estimado de cada avião: **R\$ 257,6 MI** Incluindo armamentos, logística e suporte

País fabricante: França



Com o apóstolo Estevam Fernandes, Kaká participa da cerimônia de lançamento da reconstrução de templo da igreja Renascer em Cristo, cujo teto desabou em janeiro e matou nove pessoas logo depois de um culto, no Cambucí (região central de SP) **Pág. C5**

O governo anunciou que abriu negociação para a compra de 36 aviões de combate franceses, em comunicado paralelo à divulgação do mega-acordo militar entre Brasil e França.
No principal negócio do país na área desde a Segunda Guerra Mundial, o Brasil comprará helicópteros, submarinos convencionais e tecnologia para desenvolver um modelo nuclear. Com a aquisição dos aviões, uma conta que pode chegar a R\$ 10 bilhões será adicionada ao acordo de R\$ 22,5 bilhões — a serem pagos em 20 anos.
Como a Aeronáutica, que receberá os caças, não finalizou relatório sobre o modelo francês e outros dois competidores, o anúncio da opção pela França surpreendeu os meios militares.
Um fator que pode ter sido decisivo para a celeridade do anúncio foi "a intenção da França", comunicada pelo presidente francês, Nicolas Sarkozy, de adquirir dez unidades de uma futura aeronave da Embraer.
O ministro Celso Amorim (Relações Exteriores) afirmou que Paris garantiu transferências tecnológicas amplas, ponto central do interesse brasileiro. **Pág. A4**

MARCOS NOBRE
Explicações do governo sobre os contratos são insuficientes **Pág. A2**

ELIANE CANTANHÊDE
Acordo procura neutralizar força dos EUA após a Guerra Fria **Pág. A2**

EDITORIAIS **Pág. A2**
Leia "Estratégia do silêncio", que questiona aspectos do acordo militar com a França e "Obama em queda".

RODÍZIO EM SP **C2**
Não devem circular hoje: **7h às 10h** e **das 17h às 20h**. Cartões com placa cujo final seja **3** ou **4** **Pág. C2**

saúde
Vírus está associado ao **câncer de próstata**, afirmam cientistas **Pág. C11**

ilustrada
Chávez vai a Veneza para assistir a filme em que é retratado por Oliver Stone **Pág. E4**

JOÃO PEREIRA COUTINHO
Na presença de uma mulher bonita, os homens são a prova de que Darwin estava certo **Pág. E9**

HYUNDAI
i30 A NOVA SENSÇÃO DA HYUNDAI.
2.0 CVT 145 CV
CÂMBIO AUTOMÁTICO MULTIMARCHAS

8 AIR BAGS

HYUNDAI
www.hyundai-motor.com.br

ATMOSFERA **Pág. C2**
Fracasadas de chuva na Grande SP
mínima **17°C**
máxima **30°C**
há um ano mín. 12,6°C máx. 21,9°C

ISSN 1414-5723 2 9378
9 771414 572032
Esta edição tem 60 páginas 286.177 exemplares
Estão inclusos 8 páginas do Foleto

ANEXO K – Folha Corrida do Jornal Folha de São Paulo, de 08/09/2009

FOLHA corrida

NOTÍCIAS EM 5 MINUTOS

TERÇA-FEIRA, 8 DE SETEMBRO DE 2009 • C12



Na crise

A inglesa **Naomi Campbell**, 39, afirmou que, com a crise, os grandes anunciantes estão deixando de usar modelos negros em suas campanhas. "As pessoas, em pânico por causa da recessão, não arriscam colocar uma garota de cor na sua campanha", disse, ao jornal "Telegraph".

Shaun Curry - 12.fev.08/France Presse

Teles não cumprem meta da portabilidade

Trocar de operadora mantendo o número de telefone, um serviço conhecido como portabilidade numérica, está se tornando uma operação cada vez mais complicada no Brasil. Tanto é que a taxa de portabilidade está muito abaixo do que projetou a Anatel. A agência contava com 1,5 milhão de pedidos por mês, mas o número de agosto ficou em 320 mil. Desde que o serviço entrou em vigor, em setembro de 2008, os pedidos somam 2,6 milhões.

O que compromete a qualidade do serviço é o volume de pedidos não efetivados e a quantidade de cancelamentos. A **Folha** apurou que até 23 de agosto só 75% dos pedidos foram contemplados num prazo de até cinco dias úteis — limite máximo previsto pela Anatel. Técnicos acusam as operadoras de cancelarem os pedidos dos clientes deliberadamente para evitar multas.

Dinheiro B8



» **CHOQUE NA ESPLANADA** Seguranças tentam conter cerca de cem estudantes que derrubaram grades e ocuparam área livre da Esplanada dos Ministérios, onde ocorreu o desfile de Sete de Setembro; o protesto era contra a permanência na presidência do Senado de José Sarney, que não participou do evento. Brasil A8

Rápidas

→ JUSTIÇA PUNE 3 POR PLANEJAR ATENTADO

O Reino Unido condenou três muçulmanos britânicos que planejavam explodir aviões que partiriam de Londres com destino à América do Norte usando bombas feitas com explosivos líquidos. O plano foi descoberto em 2006. Mundo A14

→ CENTRO DE SP AMANHECÉ COM LIXO

Avenidas como Prestes Maia e São João amanheceram repletas de lixo ontem. Por conta da queda na receita, o prefeito Gilberto Kassab (DEM) cortou recursos destinados à limpeza urbana. Cotidiano C3

→ MASSA SE RECUPERA DE CIRURGIA

A Ferrari disse que a cirurgia plástica a que o piloto se submeteu ontem foi um sucesso. Foi a segunda operação após o acidente em 25 de julho, quando uma mola do carro de Barriello se chocou contra seu capacete. Esporte D4



» O governador **José Serra** (PSDB) não participou ontem do desfile em São Paulo, no Sambódromo (foto). Seguindo a assessoria de imprensa, ele sofreu uma "forte indisposição". Brasil A8

» O churrasco oferecido a Sarkozy no Alvorada não deu certo. As laterais de vidro da churrasqueira estouraram, crivando a comida de vidro. A saída foi servir uma moqueca. Brasil A4

» O bolero usado por **Marisa Leticia** no desfile é da Associação das Rendeiras dos Morros de Mariana, no Piauí. Elas também fizeram o vestido que a primeira-dama usou na 2ª posse, em 2007.



+Colunas

CARLOS HEITOR CONY

O fio da navalha
Uma curiosidade gráfica e histórica está ocorrendo nos eventos sobre os 70 anos do início da Segunda Guerra Mundial. No subconsciente da humanidade, os nomes que ficaram como símbolos da guerra foram os derrotados Hitler e Mussolini. Opinião A2

BENJAMIN STEINBRUCH

Interesse nacional
A estatização de setores produtivos não é recomendável, a não ser em casos altamente estratégicos. São enormes os riscos da forte presença estatal. A história — não só a brasileira — está cheia de exemplos em que grupos políticos se apropriaram de empresas públicas. Dinheiro B2



» **NA MIRA** O americano George Clooney deixa lancha em Veneza, onde, hoje, vai participar do festival; a expectativa é que ele oficialize o namoro com a italiana Elisabetta Canalis

Você viu?

» **MULTA POR USAR CALÇA EM PÚBLICO**
A jornalista sudanesa **Lubna Ahmed al Hussein** foi sentenciada a pagar multa de US\$ 200 por ter usado calça em público. Ela correu o risco de ser condenada a receber 40 chicotadas. Lubna foi detida em julho, em um restaurante, vestida com uma calça comprida.

Leia amanhã na Folha

INFORMÁTICA
Maior feira de eletroeletrônicos da Europa mostra como será a casa do futuro

Folha Online
Kennedy Alencar: Para Lula, Sarkozy é o cara

» folha.com.br/092506

DE OSASCO **A CASCA**

Em todo o Brasil e para todo lugar, tem sempre SEDEX bem pertinho de você.

De Osasco (São Paulo) a Casca (Rio Grande do Sul), todos os municípios brasileiros contam com a rapidez e a segurança do SEDEX para enviar ou receber encomendas.

SEDEX
MANDO, CHEGO.

CORREIOS
www.correios.com.br

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](#)