

A margem de interpretação e a geração de sentido no fotojornalismo*



Paulo César Boni

*Doutor em Ciências da Comunicação (ECA-USP)
Professor do Departamento de Comunicação (UEL)
E-mail: pcboni@sercomtel.com.br*

André Reinaldo Acorsi

*Graduado em Jornalismo
(Universidade Norte do Paraná)
Especialista em Fotografia (UEL)
E-mail: anjofacinora@yahoo.com.br*

Resumo: O artigo aborda os sentidos denotativos e conotativos das imagens na imprensa e como pessoas comuns as interpretam. Elementos de significação e recursos utilizados pelo repórter fotográfico para aproximar o leitor da mensagem que ele presenciou, fotografou e quer transmitir. A geração de sentido – termo acadêmico para caracterizar o processo indutivo da leitura, utilizado pelos veículos de comunicação, notadamente os impressos, por meio de recursos gráficos, textuais e imagéticos –, seu uso constante pelos jornais e uma discussão ética sobre o procedimento de indução de leitura.

Palavras-chave: fotojornalismo, interpretação de imagens, geração de sentido, ética no fotojornalismo.

El margen de interpretación y la generación de sentido en la fotografía periodística

Resumen: El artículo aborda los sentidos denotativos y connotativos de las imágenes en la prensa y como personas comunes las interpretan. Elementos de significación y recursos utilizados por el fotógrafo periodístico para aproximar al lector del mensaje que él presenció, fotografió y quiso transmitir. La generación de sentido – término académico para caracterizar el proceso inductivo de la lectura, utilizado por los vehículos de comunicación, notadamente los impresos, por medio de recursos gráficos, textuales e imagéticos –, su uso constante por los periódicos y una discusión ética sobre el procedimiento de inducción de lectura.

Palabras clave: fotografía periodística, interpretación de imágenes, generación de sentido, ética en la fotografía periodística.

The interpretation boundary and the meaning generation in photojournalism

Abstract: This article discusses denotative and connotative meanings of images in the press and how people interpret them. Signification elements and resources employed by the photographic reporter to have the message reader get closer to the message he witnessed, pictured and wished to convey. The meaning generation – expression adopted by the academy to name the inductive process of reading used by the various communication channels, more directly the printed, through graphic, text and image resources –, the evidence of the constant use of this device by newspapers and an ethical discussion about the procedure of inducing reading.

Key words: photojournalism, image interpretation, meaning generation, ethics in photojournalism.

No início, os jornais eram compostos quase que exclusivamente de textos. Não havia tecnologia suficiente para a impressão de imagens; nem mesmo o fotojornalismo existia. Assim, o cidadão comum só tinha contato visual com o que estivesse ao seu redor.

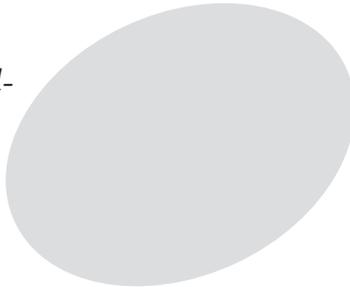
Essa realidade começou a mudar em 1826, com o advento da fotografia. Com o passar do tempo – e em evolução gradual, com o desenvolvimento das técnicas fotográficas e da chegada da fotografia à imprensa, em 1842 – os indivíduos passaram a conhecer bem mais do que os lugares onde moravam e as pessoas de seu convívio.

A imprensa assimilou os novos inventos de forma relativamente lenta; não bastou a invenção da fotografia para que, no dia seguinte, ela estivesse estampada em todos os jornais. A partir dos anos 40 do século XIX

* Trabalho apresentado ao NP Fotografia: Comunicação e Cultura, durante o XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom). Brasília, 4 a 9 de setembro de 2006.

os primeiros entusiastas apontaram suas câmeras para acontecimentos, com o objetivo de registro. Mas faltava – ainda – desenvolver uma técnica para transferir esses registros para as páginas dos jornais.

Acredita-se que a imagem seja “naturalmente legível” porque se faz confusão entre os termos percepção e interpretação



A primeira revista ilustrada, a *The Illustrated London News*, chegou às bancas em maio de 1842, mas a publicação de uma fotografia original – sem a interferência de gravuristas – só ocorreu em julho de 1871, por meio de uma técnica chamada *halftone*¹. O pioneiro no uso dessa técnica foi o jornal sueco *Nordisk Boktryckeri-Tidning*.

A invenção do *halftone* num primeiro momento, não provocou grandes mudanças na forma de produção jornalística, pois o custo dessa nova técnica era muito alto. Outro entrave crucial foi o medo de desagradar o público, acostumado à leveza artística das gravuras, e que poderia estranhar a crueza realística das fotografias.

Assim, os desenhos continuaram a ser a principal fonte de imagens dos jornais, com exceção dos domingos, em que os suplementos passaram a incluir fotos em grande número. Conseqüentemente, os gravuristas de madeira eram mais considerados do que os fotojornalistas, sendo vulgar que as fotografias fossem apenas usadas

¹ Técnica conhecida também por meio-tom ou autotipia. Os tons de cinza da fotografia eram um gradiente de pequenos pontos quase imperceptíveis a olho nu. Depois de impressos em papel, a ilusão de ótica que se tinha fazia com que esses pontos se fundissem e parecessem a cor cinza em vários tons. Quanto maiores os pontos, mais escuro o cinza.

como modelo para os gravuristas de madeira, que chegavam a assinar as imagens nos jornais em detrimento de quem as obtinha (Sousa, 1998:44).

O processo foi se desenvolvendo de forma tímida. Só os grandes acontecimentos mereciam a inserção de fotografias. Nos anos 1920, retratos de políticos e personalidades da sociedade civil passaram a fazer parte das capas dos jornais. Era uma foto única, formal e padronizada, semelhante à atual fotografia de documentos. Foi apenas no final daquela década que imagens congeladas de acontecimentos em pleno andamento começaram a ganhar espaço na imprensa.

O registro de movimento só se tornou possível com a invenção das câmeras *Ermanox* e *Leica* e de objetivas mais luminosas e fáceis de manusear. Com isso, os fotógrafos puderam fotografar sem ser notados pelos fotografados. Era o advento do flagrante. Também surgiram filmes mais sensíveis e o *flash* de lâmpada, que possibilitaram registros em condições precárias de luz.

Em 1933, a *Vogue* publicou a primeira fotografia em cores. Outras revistas ilustradas² aderiram à cor, apesar dos custos e das dificuldades de impressão. No final dos anos 1940, quase todas trabalhavam com imagens coloridas. Nos anos 1950 e 1960, com a segmentação de mercado e proliferação das publicações dirigidas, tanto a fotografia quanto a cor ganharam novos espaços e especialidades. A cor começou a se popularizar também nos jornais, principalmente nas primeiras páginas, a partir do anos 1980.

Foi no final desta década que surgiu, em nível de mercado, a tecnologia digital, que revolucionou a história da fotografia. *Canon*, *Nikon* e *Sony* disponibilizaram seus primeiros modelos digitais e os *softwares* necessários para a edição em 1989.

² Com as evoluções técnicas, tanto nos equipamentos fotográficos quanto nos sistemas de impressão, e a popularização da fotografia, importantes revistas ilustradas surgiram pelos quatro cantos do mundo. Nasceram e se consolidaram a *Life*, *Vogue*, *Picture Post*, *Paris-Match*, *Fortune*, *Look*, *Réalités*, *Der Spiegel* e a brasileira *O Cruzeiro*.

● Análise e leitura crítica de imagens

O estudo e a análise de imagens propiciam eficácia em sua leitura crítica; aumentam o conhecimento e aguçam os sentidos. Com eles, cresce o prazer e a informação no contato com a fotografia. Nas duas últimas décadas, mais acentuadamente, alguns estudos procuraram explicar como as fotos são lidas, ou seja, analisadas.

Joly (1996:41) aponta a primeira dúvida que pode vir à mente quando o assunto é a análise de imagens: “Para que analisar uma fotografia que, reproduzindo o real, parece naturalmente legível?” Segundo ela, as pessoas acreditam que a imagem é “naturalmente legível” porque há uma confusão entre os termos percepção e interpretação. Quando se reconhece um ou outro motivo na imagem, percebe-se seu conteúdo. O passo seguinte é a interpretação, quando se decifra o que esse conteúdo representa para cada um.

Reconhecer motivos nas fotografias e interpretá-los são dois raciocínios distintos, embora a maioria tenha a impressão de que sejam a mesma coisa. Decifrar os significados por trás de sua aparente naturalidade é o objeto da análise.

Depois de perceber que a fotografia não é naturalmente legível e que oculta uma série de conteúdos interpretativos, a autora lança a segunda dúvida: “Será que a minha interpretação é condizente com a interpretação do autor?” Ela própria alerta que essa é uma questão quase insolúvel.

Tome-se o exemplo de um repórter fotográfico num dia de trabalho. Ele vive num determinado lugar e tempo histórico e passou por experiências que formaram seu repertório pessoal. A soma de tudo isso influencia na sua forma de fotografar e no sentido que atribui às fotografias produzidas.

Ao voltar para a redação, o material que traz já está fora do contexto, ou seja, não está mais no ambiente e nas condições em que foi produzido. Nas páginas do jornal, o material se afasta ainda mais do seu contexto original. A leitura dessas imagens, por sua vez, é feita

por leitores que não estiveram no local e no momento da fotografia e que possuem repertórios sógnicos diferentes do repórter. Ao final desse processo, torna-se difícil a leitura do leitor “coincidir” com a que o fotojornalista fez do acontecimento.

● Os sentidos da mensagem

Segundo Lima (1988:22), a leitura de imagens acontece em três fases consecutivas. A primeira delas é a percepção. Nesse momento os olhos percebem as formas e tonalidades de uma forma muito rápida. É uma fase puramente ótica.

A leitura de identificação, segunda fase, acontece intercalando ações óticas e mentais. É o nível de leitura em que se reconhece os componentes da fotografia. Até aqui, a leitura de todas as pessoas coincide quase totalmente. A fase seguinte, no entanto, varia muito de indivíduo para indivíduo devido à diferença de repertórios.

A terceira fase é a de interpretação, totalmente mental. É nesse momento que as pessoas buscam interpretar a mensagem. É um exercício pessoal, alicerçado pelo repertório de cada protagonista.

A teoria proposta por Lima apresenta uma estreita relação com a de Barthes apresentada no livro *O óbvio e o obtuso* (Figura 1). Este separou as mensagens fotográficas em literal e simbólica e utilizou uma publicidade de massas para exemplificá-las. Ao olhar o tomate representado na foto, pode-se pensar no legume tomate, que seria a mensagem literal (percepção e reconhecimento, segundo Lima) ou em uma macaronada italiana, que seria a mensagem simbólica (interpretação).

Um signo tem apenas um significante (forma), mas vários significados (conteúdos). Por isso a fotografia jornalística, assim como qualquer outra mensagem, pode ser polissêmica, isto é, apresentar vários sentidos e interpretações.

Publicidade das Massas Panzani, estudada por Barthes



Figura 1

Fonte: Barthes (1990)

Para entender-se a polissemia e o sentido das imagens, pode-se tomar um exemplo simples: a foto de um pepino. Em seu significado original, ele é apenas uma hortaliça. Mas, no sentido metafórico, essa hortaliça tem sido usada para representar problema e serve como analogia ao órgão sexual masculino. Pereira (2003:112) explica que a maioria das palavras adquire outros significados por causa da inesgotável criatividade e capacidade do homem de associar idéias.

Essa multiplicidade de sentidos pode causar dificuldade na hora de apreender os sentidos de uma mensagem. Para evitar – ou amenizar – esse problema, a semântica sugere que as mensagens podem ter três níveis de interpretação, que chamou de sentidos. Com esses níveis de sentido, fica mais fácil compreender a polissemia.

Sentido conceitual ou denotativo

O sentido conceitual é o sentido raiz de um signo. Mesmo que todos tenham uma representação mental diferente de pepino, existe algo em comum em todos os sentidos particulares, algo compartilhado por todos que conhecem aquele signo. Seria algo como o conceito descrito no dicionário. O sentido conceitual é fundamental para a comunicação entre pessoas (Pereira, 2003:110). Durante a aná-

lise de imagens, a descoberta do sentido conceitual ou denotativo pode ser apenas o reconhecimento dos motivos presentes na fotografia.

Sentido conotativo

O sentido conotativo é derivado do denotativo por uma associação de idéias (Pereira, 2003:110-112). São os significados que os signos adquirem de forma metafórica, figurada. Popularizados, também acabam entrando para o dicionário e todos passam a entendê-lo daquela forma. É, por exemplo, o caso da gíria marmelada. Além de seu sentido denotativo ou original – uma espécie de doce – traz agora, absorvida e consolidada pela sociedade, um novo significado conotativo: desonestidade.

Sentido subjetivo

Ao visualizar um signo, cada indivíduo o sente de forma diferente porque já vivenciou experiências e tem sensibilidades diferentes. O sentido subjetivo é o sentido individual, psicológico (Pereira, 2003:109). Um homem que vê a foto de um pepino pode se lembrar de sua infância, quando a mãe o obrigava a comer salada. Um agricultor que já cultivou a hortaliça pode se lembrar da experiência amarga que passou com a quebra da safra em determinado ano. Um amante dos pickles não vai deixar de salivar. Um humorista certamente lembrará de uma piada na qual o pepino teria alguma conotação sexual. Como o sentido subjetivo é idiossincrático, o que uma pessoa interpreta de determinada imagem pode não fazer o menor sentido para outra pessoa.

Resumindo, observa-se que todos os signos têm um sentido denotado e, além desse, podem apresentar sentidos conotados e subjetivos. Cada qual com suas muitas particularidades:

No plano denotativo o receptor apenas toma a mensagem ao pé da letra. No plano conotativo ele mergulha no mundo das associações de idéias, das alusões, das insinuações, das ironias, dos sarcasmos, dos simbolismos, das metáforas, das alegorias, da ideologia, da poesia (Pereira, 2003:117).

Os três sentidos se articulam e todos se juntam para a formação de uma mensagem completa que é única para cada leitor. O sentido denotado corresponde às duas primeiras fases propostas por Lima, enquanto os sentidos conotado e subjetivo fazem parte da terceira fase.

● Margem de interpretação

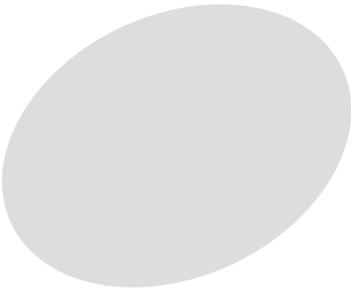
Pessoas distintas fazem leituras diferenciadas de uma mesma imagem porque possuem repertórios diferentes, viveram experiências diferentes, tiveram educação diferente e desenvolveram gostos diferentes. E quanto maior for sua bagagem cultural, mais rica será sua interpretação e mais preparado estará para avaliar fotografias. Mesmo assim, algumas perguntas ainda permanecem sem respostas: a imprensa usa a fotografia para gerar sentido? As fotografias correspondem à realidade ou são instrumentos ideológicos para influenciar a opinião pública?

Uma revista masculina traz na capa a fotografia sensual de uma modelo. Ao tomar contato com a revista, ela lerá naquele material a decolagem de sua carreira. O fotógrafo que produziu o ensaio certamente verá a o lado artístico em todas suas nuances: fotos de muito bom gosto com requintado toque de sensibilidade e nenhuma vulgaridade.

A revista chega às bancas e diversas pessoas a vêem. Um adolescente verá excitação, libido, tudo relacionado à sexualidade. A leitura da fotografia, por uma senhora religiosa que passasse em frente a uma banca em que a revista estivesse exposta, por exemplo, ganharia novas conotações. Para ela, os sentidos se resumiriam à pornografia,

luxúria, pecado, decadência dos valores morais e familiares.

Todos tiveram acesso a uma mesma imagem, reconheceram os mesmos componentes na fotografia, mas fizeram leituras diferentes, conforme seus repertórios e ideologias. Teria sido intenção da editora tornar o mundo mais permissivo, promovendo a decadência dos valores morais ou será que isso foi apenas uma leitura individualizada da religiosa? Seria intenção dos acionistas da revista perpetuar a ditadura da beleza e incitar ao sexo ou isso tudo não passou da leitura individual do adolescente?



Interpretações diferentes – e mais profundas – dependem do grau de interesse, envolvimento e proximidade com o assunto retratado

Esse raciocínio vale também para os outros personagens: o fotógrafo e a modelo. A revista tinha por objetivo promover o trabalho do fotógrafo ou a carreira da moça? Provavelmente não. Essas leituras eram apenas as análises individuais do fotógrafo e da modelo. Interpretações diferentes – e mais profundas – dependem também do grau de interesse, envolvimento e proximidade com o assunto retratado.

[...] os diferentes receptores [...] reagem de formas totalmente diversas – emocionalmente ou indiferentemente – na medida em que tenham ou não alguma espécie de vínculo com o assunto registrado, na medida em que reconheçam ou não aquilo que vêem (em função dos repertórios culturais individuais), na medida em que encararem com ou sem preconceitos o que vêem (em função das posturas ideológicas de cada um) (Kossov, 2001:106).

● Geração de sentido

Até o momento, tratou-se apenas da margem de interpretação que os leitores têm quanto à análise de fotografias. A teoria de que a interpretação das imagens depende da bagagem que cada indivíduo acumula pode criar um sofisma. Essa falsa lógica sustenta que um jornal jamais poderia induzir seu público por meio das fotografias, posto que os leitores seriam os únicos responsáveis por sua interpretação. Seria uma leve analogia com o dito popular “a maldade está nos olhos de quem vê”, e isso isentaria o jornal de qualquer culpa sobre as imagens publicadas.

Os estudos de geração de sentido colocam em xeque a idéia de que o leitor é o único responsável pela interpretação das imagens

Isso pode induzir a uma falsa lógica, pois nada impede a mídia de saber a provável interpretação de seus leitores e se utilizar desse conhecimento para publicar fotografias interpretáveis de acordo com seus interesses. Esse processo, caracterizado na mídia e na academia por geração de sentido, consiste em orientar a leitura que o público faz de determinada imagem. O processo está intimamente ligado com o conceito de elementos de significação.

Segundo Boni (2000:24), elementos de significação são “atributos que, atrelados de alguma forma ao significante, auxiliam – ou mesmo induzem – o leitor a se aproximar do significado pretendido por quem produz a imagem”. Esse expediente pode ser usado tanto pelo repórter fotográfico quanto pelos profissionais da redação (redator, editor, supervisor)

para dirigir a interpretação dos leitores.

Em tese, a geração de sentido se dá primeiro pela pauta e ação do repórter fotográfico. Ao receber a pauta e chegar ao local do evento, ele formula mentalmente uma idéia sobre o assunto destinado a cobrir. Seu trabalho consiste em “traduzir para o leitor o significado que construiu da realidade” (Boni, 2000:265). Para tanto, se utiliza, dentre outros meios, dos elementos de significação. Se a pauta for sobre consumismo, irá para um movimentado *shopping center*, flagrar pessoas transitando com sacolas em frente às vitrines. Nesse caso, utilizará elementos de significação conhecidos do público para passar a idéia da pauta: sacolas, vitrines e consumidores incluídos numa mesma imagem são facilmente associados ao consumo, que era a idéia que deveria ser traduzida.

O processo de indução da leitura, contudo, não se consuma no momento da obtenção da imagem. Ao chegar à redação, ela passa ainda pelo crivo, critérios ou interesses da edição. O tamanho, o formato, a diagramação, a página em que é publicada e a própria legenda podem ampliar seu leque de conotações. Se grande, na primeira página, a imagem conota importância. Pequena, no canto inferior de uma página interna, pode ganhar ares de simples “tapa buraco”.

Outra forma de dirigir a leitura é fazer com que imagens de matérias diferentes interajam. Este procedimento pode provocar uma leitura adversa daquela que seria feita se as matérias fossem visualizadas individualmente. Um exemplo interessante é a primeira página do jornal *O Dia* de 13 de dezembro de 1994 (Figura 2). A fotografia de cima mostra o ex-presidente Fernando Collor fumando um charuto, comemorando sua absolvição perante o Supremo Tribunal Federal ante as acusações de corrupção passiva que o depuseram do poder em 1992.

Na fotografia de baixo há um homem atrás das grades com a seguinte manchete

te: “Ladrão de galinha na cadeia”. Um leitor perspicaz perceberá a relação entre as matérias e poderá pensar: “Um rouba milhões e está livre; o outro rouba uma galinha para matar a fome e está preso!”

Com o uso de elementos de significação, não raro na imprensa, pode-se “maquiar” a forma do significante para induzir a leitura a um significado desejado. E, principalmente em razão do baixo nível de educação imagética do leitor, essa indução quase sempre atinge seus objetivos (Boni, 2000:28).



Figura 2

Fonte: O Dia (13 de dezembro de 1994, primeira página)

Vale lembrar que os elementos de significação são apenas indicativos que aumentam a probabilidade de determinada leitura, o que não significa, necessariamente, que o receptor fará exatamente a mesma leitura que o produtor da imagem fez da realidade.

Estudos em torno da geração de sentido põem em xeque a premissa de que o leitor é o único responsável pela interpretação das imagens. Sua leitura, quase sempre, é o resultado da junção da capacidade de interpretação do leitor com a intencionalidade de comunicação dos veículos que as publicam. Moretzsohn, em seu livro *Jornalismo em tempo real*, vê com maus olhos a possibilidade de o jornal direcionar leituras.

Uma simples passada de olhos pelas páginas de qualquer diário nos leva a perceber como os jornais jogam com texto e fotos, como planejam a diagramação de modo a induzir o público a uma determinada leitura (Moretzsohn, 2002:83).

A autora oferece como exemplo a histórica fotografia do ex-presidente João Figueiredo que, vestido como civil, tinha um militar atrás de si batendo continência (Figura 3). Do ângulo em que foi tomada, tem-se a impressão de que quem usa o quepe e está batendo continência é o próprio presidente. Segundo a autora, o *Jornal do Brasil* estaria sugerindo sutilmente que o general-presidente, mesmo tentando, não conseguia se livrar da imagem de representante da ditadura.



Figura 3

Foto: Jair Cardoso

Fonte: Jornal do Brasil (28 de agosto de 1981)

Moretzsohn (2002:89) condena esse expediente. Diz que ele é muito difundido entre os jornais e que vários se utilizam desse recurso “para produzir efeitos como a ironia, o duplo sentido ou a sedimentação de consensos, com conseqüências éticas relevantes (*sic*)”. Em outras palavras, classifica como reprovável qualquer atitude de um veículo na tentativa de direcionar a leitura de suas imagens.

Reprovável, mas constantemente utilizado.

No dia 1º de abril de 2006, o *Jornal de Londrina*, um dos dois jornais diários da cidade de Londrina (PR), publicou, em sua primeira página, uma fotografia pequena, tipo retrato, da ex-reitora da Universidade Estadual de Londrina, Lygia Pupatto (Figura 4). Ela havia deixado o cargo no dia anterior para assumir a Secretaria Estadual de Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (Seti), em Curitiba.

A entrevista foi realizada no dia anterior (31 de março, quando Lygia estava deixando o cargo). Nela, a ex-reitora declarou que sua administração havia sido importante para “resgatar a credibilidade e a auto-estima da comunidade universitária”. O *JL* usou partes de suas falas e as reproduziu entre aspas tanto na chamada de capa quanto na página interna, onde o material produzido a partir da entrevista rendeu meia página.

O uso “aspeado” de frases da entrevista (na capa, na manchete da página interna e nas janelas da matéria), nas quais a ex-reitora ressalta suas conquistas, deixa claro que o jornal estava se eximindo de assumir a responsabilidade tanto pelas afirmações quanto pela veracidade das conquistas. E a fotografia da entrevistada usada na chamada de capa deixa dúvidas se o próprio jornal não discordava de suas afirmações.



Figura 4

Foto: Gilberto Abelha

Fonte: *Jornal de Londrina* (1º de abril de 2006, primeira página)

A fotografia, estilo retrato 3x4, mostra a ex-reitora Lygia Pupatto num momento desfavorável. Os cortes na altura do queixo e logo acima da testa ressaltam a expressividade de seu rosto, acentuada pelos olhos arregalados e pela boca aberta, num provável momento de tensão durante a entrevista. A personagem da fotografia ganha ares de “caricata”: parece uma vampira pronta a cravar os caninos na jugular da vítima.



Figura 5

Primeira página do *JL*

Fonte: *Jornal de Londrina* (1º de abril de 2006)

Em tese, a escolha de uma fotografia tão negativa à imagem e ao cargo da protagonista, no momento e espaço em que, textualmente, ela ressalta os aspectos positivos de sua administração, pode representar geração de sentido para o leitor. Ou seja, ele pode entender que, pelas circunstâncias e pelo compromisso social que tem com a notícia e com a veracidade dos fatos, o jornal esteja reproduzindo literalmente, em trechos “aspeados”, a fala da entrevistada, mas, por meio da mensagem fotográfica, esteja alertando o público de que não é exatamente isso que pensa.

Ainda em tese, para ressaltar um pouco mais a provável reprovação do veículo à administração, ele publicou na mesma primeira página – e logo acima da imagem da ex-reitora – uma fotografia bem mais aberta, que mostra estudantes da Universidade Estadual de Londrina acampados diante de um órgão de apoio da instituição

(Sebec – Serviço de Bem-Estar à Comunidade), que fica no campus e atende a comunidade universitária. Eles protestavam contra o encerramento das inscrições para a seleção de futuros moradores da Casa do Estudante que, segundo informações do jornal, está sendo construída no campus universitário (Figura 5).

Uma fotografia (aberta) de protesto na instituição que administrava e outra (pequena) caricata da ex-reitora, contrapõem as falas – reproduzidas em trechos entre aspas – nas quais ela destaca os méritos de sua administração. Uma leitura mais atenta da capa induz o leitor a pensar que o *Jornal de Londrina* é contrário à pessoa ou à administração de Lygia Pupatto. Como jornal, cumpre seu dever de reproduzir falas obtidas durante uma entrevista, mas usa as fotografias para gerar sentido, ou seja, para manifestar seu pensar e, inclusive, induzir seus leitores a partilharem de seu pensar.

A *Folha de S.Paulo* do dia 19 de maio de 2006 também faz esse joguete em sua primeira página. A manchete diz uma coisa e a fotografia parece dizer o contrário (Figura 6). A manchete “PM diz que não matou inocentes”, referindo-se às pessoas mortas pela Polícia Militar durante os confrontos com suspeitos e possíveis membros do PCC – Primeiro Comando da Capital, facção criminosa que, dos presídios paulistas, havia ordenado ataques a policiais, atentados con-

tra delegacias, bancos e ônibus, e instigado rebeliões em presídios dos estados de São Paulo, Paraná e Mato Grosso do Sul.

A manchete, como de costume, repassa a responsabilidade da informação para um interlocutor, no caso a Polícia Militar: “PM diz que não matou inocentes”, mas, dentre incontáveis fotografias disponíveis para ilustrar a reportagem, a *Folha* escolheu uma em que um policial aparece apontando uma arma na direção da cabeça de uma criança que, do colo de um homem (provavelmente seja seu pai) e chupeta na boca, olha inocentemente para o cano da arma.

O clima é de aparente tranquilidade, de “situação sob controle”. Outras pessoas figuram no cenário e não parecem assustadas ou amedrontadas com a presença do policial empunhando a arma, nem se protegendo de um possível tiroteio. Talvez ele até esteja protegendo a família da criança e demais transeuntes. Mas a abertura de uma fotografia (a única na capa do jornal este dia, aliás) que mostra um policial apontando uma arma para uma criança (praticamente um bebê), com o dedo no gatilho e seriedade na feição, talvez esteja questionando ou tentando desmentir a afirmação da polícia.

Em tese, talvez a *Folha de S.Paulo* não concorde com a afirmação da PM, discorde de seus métodos e condene o procedimen-



Figura 6

Foto: Diego Padgurschi

Fonte: Folha de S.Paulo (19 de maio de 2006, primeira página)

to por ela adotado de não divulgar os nomes das pessoas mortas para “não atrapalhar o andamento das investigações” e esteja, tanto quanto o *Jornal de Londrina*, no caso da ex-reitora da UEL, cumprindo seu papel social de informar e não distorcer as falas dos entrevistados, mas manifestando por imagens sua contrariedade ou seu modo diferente de pensar. Isso é gerar sentido.

Nem sempre – ou, pelo menos, não com todos os leitores – a tentativa de gerar sentido é bem sucedida. No caso da *Folha de S.Paulo*, já no domingo, 21 de maio, o *ombudsman* Marcelo Beraba reproduziu a fotografia em sua coluna e disse haver recebido um número recorde de mensagens sobre o mesmo tema em seus dois anos de mandato. “A maior parte dos e-mails que recebi foi de pessoas que consideraram que o jornal estava tratando mal da polícia”, escreveu. A indignação e reação do leitor, por meio de e-mails, cartas ou telefonemas, é derivada de sua capacidade de interpretação do sentido subjetivo da fotografia.

● Considerações finais

A fotografia de imprensa – assim como todas as demais – é o produto de um processo gerativo. Nesse processo, o produtor, no caso o repórter fotográfico, lança mão dos recursos técnicos, da linguagem fotográfica e dos elementos de significação para tentar “traduzir” para o leitor o significado que construiu quando fez um recorte espaço-temporal da realidade, ou seja, quando fotografou.

Claro que a “tradução” da realidade que ele propõe ao leitor é subjetiva, pois manifesta sua formação. Trata-se de uma tradução opinativa; representa o seu modo de ver a realidade. Não raro, à manifestação espontânea de aspectos de sua formação pessoal, soma-se a intencionalidade de comunicação, ou seja, a premeditação da mensagem que pode ser sua ou sugerida na pauta.

Se a interpretação feita pelo leitor é baseada por seu repertório, a leitura que o re-

pórter fotográfico faz da realidade e a traduz em imagens também o é.

Ao estar fotografando e produzindo um significado para traduzi-lo a seus leitores, o fotógrafo estará sendo fiel ao seu modo de ver a realidade. Estará obedecendo instintivamente, mesmo sem se dar conta, às vezes, a seu estilo, tendências e repertórios. E como acredita que sua visão daquela realidade seja o real, intenciona traduzi-la para os leitores (Boni, 2000:51).

Num segundo momento, suas imagens passam pelo filtro de uma editoria. Além da opinião do repórter fotográfico, também entra em cena os interesses do veículo para o qual trabalha que, pode – ou não – concordar com ele. Às vezes, fotografias são utilizadas na imprensa para gerar sentido, ou seja, para induzir a leitura. Quando isso ocorre, normalmente, o veículo, para cumprir sua função social de noticiar os fatos e não distorcer ou colocar palavras na boca das fontes, escreve uma coisa e tenta induzir o leitor a ler o contrário por meio de mensagens fotográficas dissonantes do conteúdo verbal.

Na outra ponta do processo está o leitor que, ancorado por seu repertório pessoal, faz sua leitura (análise) das imagens, mas dificilmente terá a certeza das reais intenções do veículo em produzir e publicar determinada fotografia.

Alguns condenam a geração de sentido, alegando ferir a ética. Porém, o discernimento do que é e do que não é ético no jornalismo – e mais ainda no fotojornalismo – é muito frágil, pouco legislado e juridicamente pouco palpável. Existe o Código de Ética do Jornalismo, com preceitos generalistas sobre fotojornalismo. Um exemplo claro é o contraditório artigo 9º que interessa sobremaneira quando o assunto é obtenção de imagens. Cita como obrigação da imprensa divulgar todos os fatos que sejam de interesse público, mas, ao mesmo tempo, lembra que o jornalista deve respeitar o direito à privacidade do cidadão.

Talvez a criação de um Código de Ética específico possa disciplinar o uso de imagens

na imprensa. Alguns países europeus estão empenhados nessa tentativa e, com certeza, esse “código de ética” – com estudos de seu conteúdo, aplicação, resultados e repercussões – será motivo de futuros artigos pela

academia. De qualquer forma, é preciso ressaltar que um código próprio balizaria, mas não resolveria todos os problemas, uma vez que a análise de imagens não é uma ciência exata, pois envolve muitas subjetividades.

Referências

- BARTHES, Roland. *O óbvio e o obtuso*. 2ªed., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BERABA, Marcelo. “A guerra em São Paulo”. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 21 de maio de 2006, p. A-6 Brasil.
- BONI, Paulo César. *O discurso fotográfico: a intencionalidade de comunicação no fotojornalismo*. São Paulo, Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, ECA/USP, 2000.
- CÓDIGO DE ÉTICA DO JORNALISTA. Votado e aprovado no Congresso Nacional dos Jornalistas de 1987.
- GALEMBECK, Glória. “UEL recuperou a estima, diz Lygia”. *Jornal de Londrina*, Londrina, 1º/04/2006, p.3.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. 7ªed., Campinas: Papirus, 1996.
- KOSSOY, Boris. *Fotografia e história*. 2ªed., São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- LIMA, Ivan. *A fotografia é a sua linguagem*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.
- MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.
- PEREIRA, José Haroldo. *Curso básico de teoria da comunicação*. 2ªed., Rio de Janeiro: UniverCidade, 2003.
- FOLHA DE S.PAULO. “Pm diz que não matou inocentes”. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 19/5/2006, p. 1.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo performativo: o serviço de fotonotícia da agência lusa de informação*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 1998.
- _____. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2000.