

Características, Usos e Funções das Foto-ilustrações no Discurso Jornalístico ¹

Ana Carolina Lima Santos²
Universidade Federal de Sergipe

Resumo

O presente trabalho tenta avançar no entendimento das ilustrações fotográficas, delineando-as enquanto gênero que engloba duas espécies: uma ligada à familiarização e a outra, ao conhecimento do real. A partir de tal classificação, aprofunda-se nos estudos acerca desta segunda espécie. Demarcando suas características, usos e funções, retrata-se como, fazendo uso das mais variadas estratégias comunicacionais (entre as quais se sobressaem a ficção, a manipulação e a metáfora), estas foto-ilustrações atendem à proposta jornalística de gerar informações aprofundadas acerca da atualidade, intermediando a relação entre o homem e o mundo. Além disto, este trabalho empreende um mapeamento quantitativo e qualitativo da manifestação das ilustrações fotográficas nas revistas *Veja* e *Istoé* a fim de identificar e assinalar o seu emprego.

Palavras-chave

Fotojornalismo; gêneros fotográficos; foto-ilustrações.

1. Introdução

Foi em meados do século XIX, em Londres, que pela primeira vez o homem tomou conhecimento de uma publicação ilustrada (SOUSA, 2000). De lá para cá, por todo o globo terrestre, a fotografia disseminou-se de tal forma que é praticamente impossível conceber um veículo de comunicação sem ela.

Tamanha importância da fotografia para o jornalismo não pode ser explicada apenas pelo caráter ilustrativo e decorativo que carrega. Mais do que isso, seu valor reside na capacidade de complementar informativamente o conteúdo do texto, transmitindo informações pela força e pelo impacto do visual.

Assim, enquanto representação por semelhança, a imagem fotográfica consegue sintetizar elementos visuais que dão conta da essência do acontecimento noticiado na medida em que, abrindo uma janela visual para o mundo, proporciona aos sujeitos um ‘alargamento do olhar’ (LIMA, 1989) – que age em conjunto com o texto na construção de sentido da mensagem jornalística. Como recurso de mediação, a fotografia colabora para a missão jornalística de aproximar os indivíduos dos fatos por meio dos veículos de comunicação de massa.

O fotojornalismo, como se convencionou denominar o uso de imagens fotográficas nestes veículos, abrange uma enorme variedade de fotografias que são

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior.

² Estudante do oitavo período do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS), orientanda da Prof. Esp. Valéria Bonini. E-mail: outracarol@gmail.com.

divididas em gêneros a partir das características que apresentam em termos de intenção jornalística e de contexto da fotografia na matéria. Em comum, a maior parte destes gêneros tem o fato de se basearem primordialmente em uma concepção tradicional de fotojornalismo³, que investe no poder de evidência, de analogia e de literalidade da fotografia (SOUSA, 1997) para atingir dimensões testemunhal e documental.

2. As ilustrações fotográficas

Nos últimos anos, a fotografia de imprensa tem encontrado novos usos e funções que, distanciando-se da dimensão testemunhal e documental, abrem espaço para admissão de aspectos subjetivos e intersubjetivos da imagem. Tais usos partem do pressuposto de que, ao ser submetida a um complexo processo de produção que envolve uma série de fatores profissionais, políticos e econômicos, a fotografia jornalística sugere enquadramentos que não apenas remetem, mas também dão vida ao acontecimento e, por conseguinte, à realidade (TRAQUINA, 2003).

O acontecimento, por esta linha de raciocínio, é construído também ao passo em que é ponto de partida para a constituição da imagem midiática. O fotógrafo-jornalista, por ser responsável por agregar significados que serão posteriormente decodificados pelo leitor, assume um papel ativo de construção. A intensidade de tal papel varia, é certo, segundo o tipo fotojornalístico com que se trabalha.

Neste sentido, a foto-ilustração ou ilustração fotográfica compõe o gênero de maior destaque na construção social do conhecimento acerca da realidade. Definida como uma fotografia conceitual, produzida e/ou montada para acompanhar matérias, ela carrega um caráter fortemente construído (SOUSA, 2004). Tal essência de constituição mediada se faz ainda mais notável porque a ilustração fotográfica é firmada em cima de um valor estético e simbólico que às vezes até se sobrepõe ao conteúdo informativo.

É bem verdade que, para dispor destes outros valores, em certo alcance, a foto-ilustração pode acabar abrindo mão da natureza informativa. Entretanto, nem por isto é correto afirmar que todas elas são desprovidas da capacidade de transmitir conhecimentos. Para apreender o porquê disto, faz-se importante subdividir este gênero fotográfico em duas espécies.

³ A concepção que é tomada como tradicional diz respeito àquela em que as fotografias são confiadas enquanto registro completamente natural, isto é, que não sofrem quaisquer interferências nos acontecimentos. É importante assinalar que, embora compartilhe com a *straight photography* o respeito pela pureza fotográfica, através da rigidez e do controle técnico, esta concepção tradicional não pode ser com ela confundida. Ao contrário da *straight*, tal concepção não leva em conta a construção fotográfica da realidade (TACCA, 2000), mas, tomando-a enquanto literalidade do real, acredita nas fotografias jornalísticas como neutras, imparciais e objetivas – na qual a única contribuição humana é o apertar de um botão (BUSSELE, 1977).

A primeira espécie, sem muito valor informativo, liga-se mais às funções de ilustração, de eficácia da leitura e de estética. São fotografias que não intencionam agregar informações precisas ao assunto tratado, mas apenas ornamentam a página com uma imagem que, tendo a ver com o texto, funciona como isca, atraindo a atenção e instigando para a leitura (LIMA, 1989).

A segunda espécie⁴, por sua vez, não se resume a função de chamariz estético. São fotografias fabricadas e empregadas com o intuito de gerar um efeito bem específico, servindo freqüentemente para concretizar idéias vagas em uma só mensagem (SOUSA, 2004). Nestas circunstâncias, a ilustração fotográfica funciona como instrumento para transmitir uma idéia, opinião ou análise.

“Entendendo-se aqui o conceito de informação de uma forma mais ampla, no sentido de gerar conhecimento, contextualizar, ajudar a perceber e fomentar a sensibilidade” (SOUSA, 2000: p. 157), é possível afirmar que as intenções de interpretar, explicar e contextualizar – tão presentes neste tipo de foto-ilustração – desempenham papéis que se enquadram na função informativa. No entanto, mesmo sem perder o norte do escopo informativo, a ilustração fotográfica não pode ser assim resumida. Ela procura não apenas informar, mas ainda desenvolver elementos que trazem o simbólico mais que o analógico, o subjetivo mais que o objetivo, a conotação mais que a denotação (SOUSA, 2000). Trabalha-se, pois, com o fornecimento de conhecimentos que possibilitam a compreensão aprofundada dos acontecimentos.

Neste sentido, ao ambicionar a apresentação do real em seu aspecto mais denso (SCHAEFFER, 1996), a foto-ilustração aproxima-se dos gêneros ditos interpretativos e opinativos do jornalismo. Além de registrar os acontecimentos tal qual faz a modalidade informativa do jornalismo, a ilustração fotográfica traz análises que tentam esclarecer uma ou outra dimensão do fato que não é percebido tão claramente e traz julgamentos que visam formar opinião – partindo para aquilo que se intitula de jornalismo interpretativo e opinativo⁵, respectivamente (MELO, 2003).

Dentro destas modalidades jornalísticas, forçando uma comparação com formas textuais já bem demarcadas, é possível dizer que a foto-ilustração assemelha-se ao

⁴ A segunda espécie, ligada ao conhecimento do real, se mostra detentora de características mais ousadas em relação ao fotojornalismo tradicional então delineado e, por isto, interessa mais de perto aos objetivos deste estudo. Por falta de um termo especial que denomine apenas este tipo, a partir de agora, ao falar de foto-ilustrações refere-se especificamente a esta espécie.

⁵ A divisão do jornalismo em três categorias diferentes surge da necessidade sociopolítica de demarcar limites claros entre descrição e versão dos fatos (MELO, 2003). O jornalismo informativo e interpretativo, de um lado, encontram-se vinculados à informação, mas diferenciam-se por um se situar no plano do acontecimento e o outro buscar interpretações que relacionem o acontecimento a antecedentes, contextos e significados indiretos. Do outro lado, o jornalismo opinativo lida com o acontecimento comentado e avaliado em argumentações demonstrativas que interferem na direção ideológica dos fluxos informativos (MEDINA, 1988).

gênero do comentário. Nela, a mistura de elementos de documentação da conjuntura, de apreciação valorativa do problema e de crítica da situação, delinea-a como comentário visual acerca dos acontecimentos (SOUSA, 2000). Partindo de tal prerrogativa, a caracterização enquanto comentário se faz presumível na medida em que este se define como um gênero em que os fatos são mostrados para além das exterioridades, de modo a desvendar tramas que, ancoradas no poder informativo do jornalismo, servem para facilitar o entendimento da realidade que é retratada.

Se, em tal ponto, a proposta da ilustração fotográfica compatibiliza-se com o comentário; por outro lado, em algumas questões, se aproxima de outro gênero opinativo: a crônica. Tal afinidade deve-se, sobretudo, ao fato de ambas se situarem na fronteira entre a informação de atualidade e a pretensão artística. Como a crônica, que se vale do real como inspiração para um relato (MELO, 2003), a foto-ilustração é uma espécie de tradução livre da realidade.

Ao entrar neste terreno, por não pretender ser uma simples apresentação do real, a ilustração fotográfica aposta na ordem do 'querer dizer'. A foto-ilustração passa a assumir uma função de mostraçã (SCHAEFFER, 1996), exteriorizando uma intencionalidade expressiva: mostra-se como maneira de dizer algo, que é almejado anteriormente. Em outras palavras, a existência de um intento expressivo abertamente assumido implica no assentimento de que a ilustração fotográfica carrega significações previamente instituídas que são materializadas em estratégias comunicacionais nela presentes – fazendo da imagem um apoio para a significação que o jornalista sustenta.

3. As estratégias comunicacionais

Em se tratando de linguagem e estratégia, o uso da representação ficcional para materializar sentidos parece ser o atributo mais marcante da foto-ilustração. Esta representação é, assim considerada, um recurso abominado no âmbito do jornalismo textual – o qual busca sempre a fidelidade dos fatos –, mas, em termos de imagem, é aqui entendida como investimento em uma dimensão que a intervenção fotográfica normalmente já aporta: a dimensão ficcional e construtora (SOUSA, 2000).

Na verdade, como a ilustração fotográfica, toda imagem é representação. Entendida como “um processo pelo qual se institui um representante que, em certo contexto limitado tomará o lugar do que representa” (AUMONT, 2004: p. 103), a representação da foto-ilustração afigura-se na aceitação da dupla realidade perceptiva da imagem, na concordância de que a imagem só permite ver ‘por delegação’.

Por este ponto de vista, a ilustração fotográfica recorre legitimamente à representação como recurso para gerar conhecimento. Encenando e muitas vezes insinuando fantasias, a foto-ilustração cria em si um mundo ficcional que tem o real apenas como 'deixa' para materializar em uma imagem análises e julgamentos que, de outra forma, se tornariam vagos.

A criação deste mundo irreal no estúdio ou fora dele (a coreografia estudada, a iluminação dramática criando uma atmosfera determinada, a representação teatral das personagens-modelos em suas poses e atitudes) não esgota em si mesma, visa propagar um conceito. Pretende-se, naturalmente, a concretização material da idéia (KOSSOY, 2002: p. 53).

Além de perpassar o processo de produção através da criação deste mundo irreal, a construção da representação também tem lugar na pós-produção. Através de reenquadramentos, retoques, realçamentos de detalhes, aplicação de textura, inclusão ou supressão de elementos da cena, inserção de desenho, mistura de imagens e outras manipulações, a foto-ilustração é reelaborada para melhor atender à ficção que encena.

São estas características de simulação e extensão manipulável (GOMES, 2000) que distanciam a foto-ilustração da aspiração pela referencialidade ou pelo testemunho da verdade para fazer surgir um outro papel, no qual a ilustração fotográfica passa a jogar assumidamente no campo do simbólico (SOUSA, 1997). Com o simbolismo, para significar, a foto-ilustração necessita ligar-se a convenções lançadas e cristalizadas socialmente pelo emprego em um contexto cultural específico (AUMONT, 2003), podendo abandonar a relação tida como natural com o real.

Ao abandonar tal naturalismo para se abalizar em um contexto cultural específico, o teor simbólico da ilustração fotográfica torna o momento da recepção ainda mais significante. Isto porque, mesmo que com sentidos premeditados pelo criador, é o espectador quem dá forma a uma visão coerente do conjunto da imagem (GOMBRICH, 1995), acionando valores morais e ideológicos, temores, paixões e desejos que levam tais receptores à compreensão e à interpretação final do que se vê, sem as quais não se pode sequer falar em significação.

Se, puramente, a imagem não é suficiente para determinar a sua significação, isto se torna ainda mais marcante quando se trata de uma obra aberta que abusa do simbólico, como a ilustração fotográfica. O sentido desta, por este parâmetro, não deve ser captado apenas através das aparências, mas deve guiar o receptor para uma leitura alegórica que sugira algo para além do significado prontamente atribuível, ou seja, que direcione a leitura para um segundo sentido que surge indireto e figurado (ECO, 1991).

Apesar da abertura interpretativa que pressupõe, o primeiro e o segundo sentidos não são independentes. Assim como uma metáfora (SOUSA, 2000), na qual se refere a uma coisa utilizando-se da imagem de outra em função de uma afinidade existente entre elas, a aparência da imagem ficcional e a idéia abstrata que nela é materializada desenvolvem uma relação de semelhança – esta sempre configurada segundo subcódigos preexistentes na ‘bagagem cultural’ do emissor e do receptor (ECO, 1998).

É por meio desta semelhança, ao fazer analogia entre as qualidades dos elementos relacionados, que a ilustração fotográfica consegue promover uma transferência e/ou desvio do significado costumeiro de uma imagem para dar espaço à significação metafórica. Tal significado pode ser apreendido somente quando, ao fazer uma leitura imediata da mensagem, constata-se uma impertinência em seu conteúdo, geralmente por causa da atribuição ao referente de algo que, de antemão, percebe-se fora de contexto. Uma vez constatada, o receptor parte para um trabalho interpretativo que consiste em inferir um código que a torne aceitável ao espectador (RADAMÉS, 2003), dissolvendo o aspecto insólito que pode lhe ser conferido ao primeiro olhar.

A significação que advém da metaforicidade aparece, pois, para deixar claro que a foto-ilustração não se trata de uma construção semanticamente incorreta ou falsa. Embora aparentemente trabalhe o fato de forma obscura ou mentirosa, a ficção da ilustração fotográfica não quer enganar ou fazer crer naquilo que não é. Não se quer, com elas, obter interpretações literais do que é retratado.

A maioria das estratégias manipuladoras da informação pictórica nos meios de comunicação não são falsificações diretas da realidade expressas de maneira assertiva, mas manipulações através de uma pluralidade de modos indiretos de transmitir significados (SANTAELLA e NÖTH, 2001: p. 208).

A ostentação da ficção, da encenação, da manipulação e do afastamento do real é, pois, subsídio do qual a foto-ilustração faz uso para levar a entender outra coisa, ou seja, para materializar análises e julgamentos sobre o episódio noticiado – ‘empurrando-os’ para além das aparências.

4. Coexistência com o texto

Para evitar que tal flexibilidade do significado atrapalhe a função informativa, a foto-ilustração recorre a uma espécie de coeficiente de segurança (COELHO NETTO, 1996), que serve para assegurar o entendimento da significação intencionada. Neste caso, o coeficiente diz respeito aos textos que a acompanham: o título, o subtítulo, a

legenda e a matéria propriamente dita. É no escrito que a ilustração fotográfica se faz completa, pois ele fornece respostas ao enigma que a metáfora visual propõe através da explicitação do paralelo existente entre a ficção e o sentido ao qual se quer chegar.

De tal modo, diante da impertinência do sentido literal, o receptor intui que o conhecimento veiculado pela ilustração fotográfica deve estar sendo explicado no texto com o qual se relaciona. Por causa disto, surge um maior interesse em consumir a notícia jornalística, na intenção de elucidar os aspectos necessários para se captar a informação metafórica. A foto-ilustração serve, a partir deste, não apenas como forma de conhecimento, mas também como ‘gancho’ para o texto⁶.

A eficiência de tal função é diretamente proporcional à capacidade que a fotografia tem de estimular a curiosidade do leitor. Produz-se, mais que conhecimento, uma instigação que o dirige à necessidade de decodificar a mensagem em questão. É justamente tal instigação – do não reconhecimento imediato do sentido – que dá a exemplaridade e a memorabilidade da ilustração fotográfica (ECO, 1999), tornando-a um recurso de expressão ímpar que acrescenta valor ao discurso do jornalismo.

5. Análise quantitativa nas revistas Veja e Istoé

Em todas as suas particularidades, a foto-ilustração se impõe enquanto gênero peculiar que traz em evidência os escopos da análise e da opinião. Por estas características, percebe-se que a ilustração fotográfica melhor se encaixa no perfil editorial assumido pelas revistas de informação. Sem o aperto do prazo de fechamento e sem o compromisso urgente com a atualidade da cobertura diária, as revistas acabam primando mais pelas extrapolações analíticas e opinativas. Elas são, pois, assinaladas por um jornalismo que se apresenta mais profundo, mais interpretativo (BOAS, 1996).

Outra característica tida como marcante nas revistas de caráter informativo, que a aproxima da foto-ilustração, diz respeito ao trato imagético dado ao temas. Nestas, os recursos visuais são utilizados com maior liberdade, abusando-se muitas vezes de cores e diagramações não convencionais. Tal emprego apresenta-se, aliás, ligado ao próprio aprofundamento do conteúdo da revista. Além de atender a função estética, tais recursos se relacionam diretamente com os objetivos e as intenções do veículo (GUIMARÃES, 2003), interagindo com eles para servir às finalidades informativas que desempenha m.

⁶ Neste sentido, imagem e texto têm a mesma importância, já que nutrem uma relação de complementaridade ou determinação recíproca (SANTAELLA; NÖTH, 2001). Conectados entre si, estes dois elementos reforçam-se mutuamente e, em outras palavras, conduzem o receptor da imagem à palavra e da palavra à imagem.

Por causa disto, a *Veja* e a *Istoé*, consideradas as revistas de informação mais lidas e mais importantes do país⁷, são tomadas como exemplos paradigmáticos do uso de ilustrações fotográficas. Tendo por base uma amostragem de seis meses – das edições de 6 de julho às de 28 de dezembro de 2005 – foram detectadas cento e oitenta e seis foto-ilustrações, somando as duas espécies do gênero em uma média de 3,57 ilustrações fotográficas por edição. Em se tratando da segunda espécie, aquela que, por estar ligada ao conhecimento do real, interessa mais de perto a este trabalho, a *Istoé* apresenta trinta e oito ilustrações fotográficas contra trinta e uma da *Veja*.

A distribuição quase que uniforme entre as duas revistas também se estende no que diz respeito à repartição destas fotografias entre as editorias. A área de política, em ambas as revistas, aparece como a que mais contém foto-ilustrações. Tal concentração pode ser explicada em função da hiper-significação que normalmente a temática política já aporta, o que a transforma em mote para extrapolações analíticas e opinativas.

Assim sendo, a *Veja* traz vinte foto-ilustrações na seção de política, bancando 64,5% do total de ilustrações fotográficas da revista. Em seguida, nesta revista, aparecem as editorias de comportamento (9,7%), meio ambiente (6,4%), ciência e tecnologia (6,4%), medicina, saúde e bem-estar (6,4%), economia (3,3%) e cultura e artes (3,3%). Na *Istoé*, igualmente, a área de política apresenta vinte ilustrações fotográficas, equivalendo a 52,5% do número absoluto. As editorias de comportamento (18,3%), economia (15,7%), meio ambiente (5,2%), ciência e tecnologia (5,2%) e medicina, saúde e bem-estar (3,1%) completam tal quadro.

A similaridade de utilização destas foto-ilustrações nas duas publicações também se aplica no que diz respeito ao lugar em que aparecem. Das sessenta e nove fotografias analisadas, vinte e oito são capas das revistas⁸, sendo quinze da *Istoé* e treze da *Veja*. As quarenta e uma ilustrações fotográficas restantes estão todas posicionadas como fotografias de abertura das matérias às quais se referem.

⁷ A *Veja* é, em disparada, a revista de maior circulação do país e a quarta do mundo, com uma média de 1.250.000 exemplares por edição. A *Istoé*, com aproximadamente 400.000 exemplares, manteve durante muitos anos a consolidada posição de segunda revista de informações mais lida do Brasil. Entretanto, com o lançamento da *Época*, em 1998, as duas publicações passaram a disputar tal posto, alternando-se entre o segundo e terceiro lugares (NASCIMENTO, 2002). A escolha de analisar a *Istoé*, em detrimento da *Época*, foi orientada pelo fato de que, por ser mais antiga, tal revista é tradicionalmente tida como mais influente.

⁸ As capas de revistas, por se configurarem como o primeiro contato do leitor com o produto jornalístico, são entendidas como peças que devem causar impacto, despertar interesse e gerar expectativa. Para além do conhecimento, da análise ou da opinião, as capas também objetivam angariar um maior apelo de venda (ANDRADE e MEDEIROS *apud* SILVA, 2005). Pensado por esta concepção, o uso constante de foto-ilustrações em capas parece pontuar este tipo fotográfico enquanto mensagem capaz de excitar os receptores, aproximando-o do discurso da publicidade. De fato, não apenas em capa, a ilustração fotográfica faz uso de uma linguagem e de uma estratégia que remetem à retórica publicitária na medida em que definem o convencimento como intento tão importante quanto à informação. Tal característica ocorre, pois, por vir em forma de metáfora, a foto-ilustração pressupõe-se que o conhecimento que dela advém, necessita, antes, persuadir o leitor como sentido possível.

A unanimidade do uso enquanto imagem inicial tanto da reportagem quanto da revista como um todo é esclarecida pelo fato de que, podendo ser composta por mais de uma fotografia, as matérias de revistas preferem valer-se de imagens mais simbólicas para a abertura. Sendo a primeira figura a ser vista pelo receptor, tal fotografia funciona como expressão sintética e emblemática das idéias que serão devidamente elucidadas pelo texto e pelas fotografias convencionais seguintes (LIMA, 1989).

6. Análise qualitativa de dois casos

Mais do que apreender o uso da foto-ilustração em termos quantitativos, é preciso considerar qualitativamente em que circunstâncias, de que modo e com quais finalidades estas fotografias são empregadas. Para tanto, a partir da amostragem probabilística adotada anteriormente, toma-se uma subamostra de caráter proposital que atende a critérios de representatividade social (LOPES, 1997). Esta subamostra é, então, escolhida intencionalmente por conter os critérios considerados típicos à ilustração fotográfica, de forma a atender as metas de trabalho (CHEIN, 1974). Assim, salienta-se que as foto-ilustrações analisadas são justamente aquelas que foram julgadas como detentoras de especificidades que melhor exemplificam o gênero.

Depois de selecionada, cada ilustração fotográfica é submetida a uma leitura simbólica que consiste na descrição detalhada, na transcodificação das impressões visuais para a linguagem verbal (JOLY, 2005). A partir daí, parte-se para a análise da significação alegórica que é gerada pela imagem, destacando os meios usados pela foto-ilustração para, em conjunto com o texto, dar forma a uma mensagem final ⁹.

6.1. Caso um: “Está difícil de agüentar”



Figura 1: PINTO, Max. 2005.

⁹ Embora tente ser o mais completo possível, o delineamento desta mensagem final apóia-se em processos de percepções e de reconhecimentos que, pressupondo uma interpretação por parte do pesquisador, mostra-se limitado e parcial. Haverá, certamente, outras possibilidades de leituras complementares as aqui realizadas, variando conforme o *background* de saberes de cada receptor.

Nesta matéria da revista Istoé de 27 de julho de 2005, a página da esquerda é toda ocupada por uma fotografia. Nela, é possível detectar, em primeiro plano, um homem agachado, encolhido, coberto por um pano verde, azul e amarelo. Em segundo plano, algumas construções são atingidas por raios que se desenham em um céu escuro.

A composição da imagem, partindo apenas destes elementos, já se apresenta simbólica. Até mesmo um olhar desatento é capaz de identificar, de acordo com as convenções sócio-culturais vigentes, dois emblemas: o pano verde, azul e amarelo é, na verdade, uma bandeira brasileira; as construções arquitetônicas, por sua vez, tratam-se do Congresso Nacional e do Palácio da Alvorada (residência oficial do presidente).

São identificadas, pois, dois tropos de significação. O homem, ao ser envolvido na bandeira, desenvolve valor antonomásico. Ele não é apenas um brasileiro, mas é tomado enquanto representante de todos os cidadãos do país. Já o Congresso Nacional e o Palácio da Alvorada passam, por relação metonímica, a representar os poderes legislativo e executivo que, por conseguinte, representam todo o governo brasileiro.

Justapostas, as representações do povo e do governo brasileiros forçam o receptor a estabelecer uma conexão entre elas. Enquanto coeficiente de segurança, direcionando a interpretação, dois textos aparecem em destaque. Coexistindo com a imagem, tem-se o título “Está difícil de agüentar”. No topo da página seguinte, o subtítulo surge dizendo que “a crise política abala o moral dos brasileiros e, segundo especialistas, a população passa por um luto coletivo e até por stress pós-traumático”.

A partir daí começa a se delinear o significado de tal ilustração fotográfica. O governo brasileiro, ao fundo, é percebido em meio a um céu escuro carregado de raios. O céu preto é, em seu aspecto negativo, associado às trevas primordiais. O céu, repleto de raios, remete ainda, além do mal tempo, a um estado caótico de impetuosidade dos anseios desordenados e insatisfeitos (CHEVALIER e GHEERBRANT, 1998). O cidadão brasileiro, inserido neste contexto em seu recolhimento, ganha um ar de “perplexidade”, “desilusão”, “frustração” e “raiva”, como se diz no texto.

Além disto, por meio desta conotação, um argumento persuasivo é agregado a partir de uma premissa omitida que gera grupos de argumentos possíveis (ECO, 1997), do tipo ‘se todos os brasileiros estão se sentindo assim, você também deveria compartilhar deste sentimento’. Tal raciocínio, construído imagetivamente, é confirmado logo no primeiro parágrafo do texto: “Nem mesmo para aqueles que possuem uma personalidade mais fria, comparável a um cubo de gelo, seria possível não se influenciar pelas emoções que resultam de tantas denúncias”.

A idéia que é retratada nesta foto-ilustração diz respeito, pois, a um estado de desesperança que atinge os cidadãos – leitor incluso – diante de uma conjuntura política que é apresentada como assustadora. Esta é a informação analítica que a imagem sustenta através do seu recurso metafórico. Adiantando e reforçando o sentido que é dado no texto, a fotografia gera uma melhor compreensão do assunto tratado.

Para tanto, faz-se uso das estratégias comunicacionais da ficção e da pós-produção. O resultado final é uma imagem rica em significações, configurando-se enquanto tradução livre da realidade que parte dos fatos apurados para dar origem a uma orientação metaforicamente criativa.

6.2. Caso dois: “O partido da toga é um risco”



Figura 2: Montagem sobre fotos de Ricardo Stuckert, Ana Araújo e Alex Silva. 2005

Nesta reportagem, presente na seção “Brasil” da revista Veja de 7 de dezembro de 2005, tem-se uma foto-ilustração disposta quase que centralmente no meio das duas páginas da matéria. Na fotografia, aparecem os rostos de três personagens dispostos por detrás de uma roleta com dois elementos: de um lado, uma toga identificada pelo vocábulo “juiz” e, do outro, um terno e uma gravata com a palavra “político”.

Enquanto figura geométrica através da qual uma curva móvel rola sem deslizar sobre uma curva fixa, a roleta possibilita colocar cada um dos indivíduos com qualquer uma das roupas aí dispostas. Mas, na ilustração fotográfica, ninguém está assim vestido, pois os rostos aparecem no meio termo entre os dois extremos. À direita, uma mão segura tal roleta de modo a dar a impressão de controlá-la.

Ao lado da fotografia, tem-se uma legenda: “De sentença e urna: Maurício Corrêa, que vivia de olho no governo do DF, Francisco Rezek, que saiu e voltou, e Jobim: repúdio”. Tal escrito já acrescenta algumas informações à fotografia. Em primeiro lugar, ele identifica os personagens retratados (dois ex e o atual presidente do Supremo Tribunal Federal). Além disso, os termos “juiz” e “político” são reforçados através das metonímias “sentença” e “urna”, respectivamente.

Com este reforço, a legenda, coeficiente de segurança, começa a dar mais clareza de significação para a foto-ilustração. Na relação entre imagem e legenda, deixa-se entender que os três personagens transitam entre os cargos de juiz e político. O título, o subtítulo e a matéria confirmam tal exame, quando se referem ao fato de que, mesmo desempenhando funções de magistrados, os três sujeitos mantêm ambições políticas.

Além disto, é só na matéria propriamente dita que se percebe que a foto-ilustração tem um valor opinativo, porque, quando se explicita que as duas funções não são compatíveis, a imagem parece sinalizar uma irregularidade: ela conota a existência de um “juiz político” – que passa a ser clara na fotografia, já que, além da roleta que pode ser revezada, não existe uma separação clara entre as palavras.

A intencionalidade expressiva é, então, convencer o leitor a tomar para si tal opinião. Nesta acepção, a mão que segura a roleta ganha sentido. Expressando sempre a idéia de domínio ativo sobre a situação (CHEVALIER e GHEERBRANT, 1998), a mão parece indicar como real a possibilidade de controlar a direção para a qual a roleta será girada. Em uma combinação entre metonímia e antonomásia, a existência da mão aí posicionada parece exigir que o receptor resolva a indecisão entre colocar aqueles rostos como juiz ou como político. Pode-se dizer, pois, que esta foto-ilustração deixa tal questão em aberto para que seja prontamente respondida pelo escrito.

7. Considerações finais

Mesmo contendo subjetividades e intersubjetividades, mesmo veiculando extrapolações analíticas e opinativas, mesmo trabalhando com o simbólico e o metafórico, mesmo empreendendo a ficção, a ilustração fotográfica mantém o caráter informativo, no qual o fato é alvo do conhecimento a que se chega. Aliás, é justamente tal deferência aos limites do factual que permite à foto-ilustração, enquanto produto jornalístico, se encaixar no contrato social que rege esta ação comunicativa.

Contudo, no tocante à ilustração fotográfica, este contrato pressupõe flexibilidade. A exigência de precisão e objetividade tão estritamente estabelecida em outros campos cede lugar a uma variação contratual.

Se tende para o factício, a natureza do jogo comunicativo é de um tipo, se tende para o fictício, o jogo é de outro tipo e a produção de sentidos varia com o tipo de jogo performatizado. Além da intencionalidade inicial de informar da parte do jornalista e da necessidade básica de ser informado por parte do leitor, princípio que regula o contrato das duas partes, há uma variação infinita de negociação de sentidos (MOTTA, 2003: p. 27).

Nesta maleabilidade na produção de sentidos, sempre girando em torno do escopo informativo, a foto-ilustração tende para o fictício. Ao explorar todos aqueles recursos que lhes são típicos, a ilustração fotográfica cria uma suspensão do efeito de real que faz parte da sua proposta de geradora de conhecimento; proposta à qual se espera que o leitor adapte-se.

De tal forma, para entendê-la, o receptor precisa guiar-se segundo os novos limites de contrato estabelecido. Isto implica, por este entendimento, na avocação de uma nova forma de percepção da imagem fotográfica. Neste caso, para informar-se através da foto-ilustração, o leitor não deve buscar literalidades para preencher o caráter testemunhal ou documental com a qual a fotografia jornalística estava inicialmente acostumada a lidar. Ao invés da procura por uma reconstrução discursiva da realidade objetivamente manifesta, o leitor é levado a aceitar o grau de ficcionalidade construída da representação, apreendendo-a simbólica e metaforicamente.

É deste modo que este gênero fotográfico se mostra como recurso válido para o jornalismo. Sabendo fazer uso de estratégias comunicacionais não convencionais, como a ficção, a manipulação e a metáfora, a foto-ilustração consegue apoiar-se nos artifícios da fascinação visual para gerar uma comunicação eficiente e eficaz. Através da combinação de diversos elementos gráficos, a foto-ilustração obtém imagens que, ao concretizar uma mensagem, ajudam a melhor expressar determinadas idéias (ZELICH, 1990). Conectada ao texto, complementando o discurso verbal e sendo por ele complementada, a ilustração fotográfica é construída e manipulada em busca de uma fecundação expressiva (COSTA, 1990) que tenta tornar mais convincente e compreensível o que se pretende comunicar. E ainda: galgando a originalidade e a criatividade, ela faz-se exemplar, memorável.

Por esta acepção, ao conter subjetividades e intersubjetividades, ao veicular extrapolações analíticas e opinativas, ao trabalhar com o simbólico e o metafórico e ao empreender a ficção, a foto-ilustração não incorre em qualquer falha. Ao contrário, tais artifícios são entendidos enquanto meio de enriquecer a comunicação com novas possibilidades de linguagem que podem ser jornalisticamente mais expressivas.

Referências bibliográficas

AUMONT, Jacques. *A imagem*. 9 ed. Campinas: Papyrus, 2004.

BOAS, Sergio Vilas. *O estilo magazine: o texto em revista*. São Paulo: Summus, 1996.

BUSSELE, Michael. *Tudo sobre fotografia*. São Paulo: Círculo do Livro, 1977.

CHEIN, Isidor. “Uma introdução à amostragem”. In: SELLTIZ, Claire (org). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. 3 ed. São Paulo: Herder, 1974.

CHEVALIER, Jean e GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de símbolos*. 12 ed. Rio de Janeiro, José Olympio, 1998.

COELHO NETTO, Teixeira. *Semiótica, informação e comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 1996.

COSTA, Joan. “La fotografia em las artes gráficas”. In: FONTCUBERTA, Joan e COSTA, Joan (org). *Foto-diseño*. 2 ed. Barcelona: Ceac, 1990.

ECO, Umberto. *Semiótica e filosofia da linguagem*. São Paulo: Ática, 1991.

_____. *A estrutura ausente*. 7 ed. São Paulo: Perspectiva, 1997.

_____. *Apocalípticos e integrados*. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

_____. *As formas do conteúdo*. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

GOMBRICH, Ernst. *Arte e ilusão*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

GOMES, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Edusp, 2000.

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

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

KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. 3 ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.

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

LOPES, Maria Immacolata. *Pesquisa em comunicação*. 3 ed. São Paulo: Loyla, 1997.

MEDINA, Cremilda. *Notícia: um produto a venda*. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo*. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MOTTA, Luiz Gonzaga. “O jogo de intencionalidades e reconhecimentos: pragmática jornalística e construção de sentidos”. In: *Comunicação e espaço público*. Ano VI, n. 1 e 2. Brasília: UnB, 2003.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin. *Jornalismo em revista*. São Paulo: Annablume, 2002.

RADAMÉS, Manosso. *Elementos de retórica*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2003. Disponível em: <http://www.radames.manosso.nom.br/retorica>. Acesso em: 23 fev. 2006.

SANTAELLA, Lucia e NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. 3 ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SCHAEFFER, Jean-Marie. *A imagem precária*. Campinas: Papyrus, 1996.

SILVA, Robson Bastos. *As teorias do jornalismo na imprensa brasileira: novas visões*. Taubaté: Universidade de Taubaté, 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/assis-francisco-teorias-do-jornalismo.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo performativo: o serviço da fotonotícia da Agência Lusa de Informação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 1997. Disponível em: <http://www.ubista.ubi.pt/~comum/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo-tese.htm>. Acesso em: 10 jan. 2006.

_____. *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. São Paulo: Editora Grifos, 2000.

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

TACCA, Fernando de. “O prazer da dupla cumplicidade voyer”. In: *Studium*. Ano 1, n. 1. Campinas: Núcleo de Fotografia de Campinas, 2000. Disponível em: <http://www.studium.iar.unicamp.br/um/pg2.htm>. Acesso em: 02 mai. 2006.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

ZELICH, Anna. “La fotografia como elemento básico de comunicación visual”. In: FONTCUBERTA, Joan e COSTA, Joan (org). *Foto-diseño*. 2 ed. Barcelona: Ceac, 1990.