



## **Fotojornalismo e Ideologia: diversidade conceitual e eficácia comunicacional<sup>1</sup>**

Ana Farache<sup>2</sup>

Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM  
Universidade Federal de Pernambuco

### **Resumo**

Este trabalho discute a presença, a leitura e a percepção da ideologia no fotojornalismo, apontando para a diversidade de conceitos e as divergências de abordagens. Apesar da análise crítica sobre a contaminação do fotojornalismo pela ideologia da mídia e do mercado, aqui se propõe uma reflexão voltada para aquele que parece ser, de fato, o principal objeto da fotografia jornalística: a imagem em si. Nesse sentido, reafirma-se sua eficácia comunicacional e sua autonomia como um meio de expressão - principalmente quando representa a dor e a perplexidade do homem diante da morte.

### **Palavras-chave**

Fotojornalismo; ideologia; representação da morte.

### **Introdução**

Em 1932, o americano James E. Abbe fotografou o líder soviético Joseph Stalin tornando-se o primeiro fotógrafo estrangeiro a ter acesso ao interior do Kremlin, definido por ele mesmo como o “templo sagrado do comunismo” (citado por Johnson, 2004, p. 152). Uma de suas primeiras preocupações ao chegar ao local foi a de se informar de como deveria se dirigir à principal liderança da então União Soviética. “Simplesmente chame-o de Sr. Stalin”, aconselhou o assessor russo que o acompanhou na visita. E, para sua surpresa, assim que o líder o viu perguntou ao intérprete por que ele queria fotografá-lo e virando-se para Abbe, antes de qualquer resposta, Stalin falou:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Fotografia: Comunicação e Cultura, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Ana Farache é mestrande do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPE. Jornalista e fotógrafa, trabalhou como repórter e editora em jornais (Jornal do Commercio, Diário de Pernambuco, Jornal da Cidade etc.), revistas (Isto É) e emissoras de televisão (Globo e Manchete, entre outras). Atualmente coordena a Farache Comunicação (www.farache.com.br). E-mail pessoal: anafarache@gmail.com

“rápido, rápido”. “Meu orgulho profissional estava ferido”, revelou tempos depois o fotógrafo. Diante de Stalin, sem pestanejar, Abbe retrucou que não esperava fazer em apenas cinco minutos as fotografias do homem que planejava industrializar a Rússia em cinco anos. A reclamação intempestiva surtiu algum efeito e Stalin concedeu-lhe dez minutos que, afinal, se transformaram em um quarto de hora para a realização do trabalho, posteriormente publicado nas principais revistas e jornais de diversos países do mundo (FIG. 1).



FIG. 1 – Joseph Stalin no Kremlin  
Moscou, 13 de abril, 1932  
FONTE – Johnson, 2004

Na fotografia de Abbe, vemos Stalin ao fundo, sentado em uma mesa de trabalho com seu olhar fixo na objetiva, tendo acima de sua cabeça, bem no alto da parede, uma fotografia de Karl Marx. Enfileirados com precisão, dividindo horizontalmente a mesa, encontramos objetos como tinteiros, garrafas, cinzeiros e algumas folhas de papel. A figura de Stalin encontra-se no centro da imagem embora essa posição esteja neutralizada pela perspectiva oblíqua na qual todo o ambiente foi enquadrado pelo fotógrafo.

Para o espectador menos atento, o ambiente fotografado pode parecer iluminado apenas pela luz natural que entra pelas janelas, com seus reflexos na parede, na mesa e

no braço de Stalin. A sombra escura que projeta parte do corpo do chefe soviético contra a parede, no entanto, nos permite intuir que o fotógrafo se utilizou também da iluminação artificial para realizar seu trabalho. Apesar de não ter interferido no cenário, o fotógrafo revela que posicionou Stalin na cena, produzindo assim a fotografia que intitulou de forma simples e direta de “Joseph Stalin no Kremlin”. Após terminar a sessão de fotos, Abbe perguntou a Stalin se ele podia divulgar aquelas fotos sem retóculas. Secamente, Stalin respondeu: “Isso não importa”.

James E. Abbe (1883-1973) foi um dos mais famosos fotógrafos internacionais nas décadas de 20 e 30 do século passado e um dos primeiros a trabalhar como free-lance no fotojornalismo. Baseado em Paris, ele viajava por toda a Europa trabalhando para diversos jornais e revistas como a *Berliner Illustrirte Zeitung*, na Alemanha, e a *VU*, na França. Mas, sem dúvida, fotografar Stalin no Kremlin foi seu maior furo jornalístico (conferir em Johnson, 2004, p. 152, T do A).

Entretanto não foi apenas o fato de ser uma fotografia famosa pela sua repercussão na imprensa da época que nos levou a tomá-la como ponto de partida para o presente trabalho. Consideramos que essa imagem está carregada de símbolos e sentidos que podem ser identificados como ideológicos. Simbologia<sup>3</sup> essa presente naquilo que a fotografia expõe em si, mas também no que a cerca - como, por exemplo, o diálogo entre Abbe e Stalin que antecede a sessão de fotos propriamente dita. Num primeiro nível mais elementar de leitura do problema levantado, seria pertinente destacar:

1. A simbologia existente no fato de um fotógrafo americano – que representaria, nesse caso, a idéia de liberdade de imprensa tão enaltecida pelos Estados Unidos - fotografar um líder soviético, figura máxima de um governo totalitário e avesso à liberdade de expressão através dos meios de divulgação de massa.
2. A hierarquização de importância entre o trabalho de um fotógrafo - que teria, no caso específico, que ser feito às pressas - em contraposição ao tempo precioso do trabalho de um chefe de estado. Aqui verificaríamos não uma luta de classes

---

<sup>3</sup> Empregamos o termo símbolo na perspectiva de Gilbert Durand, conforme sintetiza Rocha Pitta (2005, p. 18): “Símbolo é todo signo concreto evocando, por uma relação natural, algo ausente ou impossível de ser percebido. É uma representação que faz aparecer um sentido secreto. Os símbolos são visíveis nos rituais, nos mitos, na literatura, nas artes plásticas, etc.”

– como a definida pelo marxismo - mas a desvalorização de uma profissão em detrimento a uma função de exercício de poder<sup>4</sup>.

3. A subserviência de um fotógrafo, que mesmo pertencendo a uma imprensa considerada “livre” pede permissão para divulgar seu trabalho sem retoques.

Por outro lado, ao observar a fotografia de Abbe, nos deparamos com elementos cruciais para sua análise, como a presença imponente da figura de Karl Marx. Retratado numa fotografia devidamente emoldurada e estrategicamente pendurada no alto da parede do recinto, e centrada acima da cabeça de Stalin, podemos postular que essa imagem de Marx poderia estar representando a própria consciência do líder soviético.

É justamente pelo acúmulo de simbologias e sentidos que tomamos aqui a fotografia de Stalin, de James E. Abbe, como ilustração inicial da nossa reflexão que objetiva levantar algumas considerações sobre a presença, leitura e percepção da ideologia no fotojornalismo contemporâneo.

### **As guerras e o fotojornalismo**

A história do fotojornalismo não aponta para uma data precisa para seu surgimento embora vários autores afirmem que seu grande impulso inicial aconteceu após a Primeira Guerra Mundial na Alemanha (Sougez, 1996, p. 259; Sousa, 2004, p. 19, entre outros). Entretanto, já em meados do século XIX, surgem os primeiros trabalhos fotográficos com características de reportagens que tinham em comum “a proposta de documentação de acontecimentos contemporâneos de interesse coletivo” (Costa, 1993, p. 75), sendo as guerras os temas dessas documentações iniciais. Seus fotógrafos pioneiros foram o inglês Roger Fenton, que registrou a guerra da Criméia, em 1855, e o americano Mathew Brady que acompanhou guerra civil americana, em 1890 (Freund, 1974, p. 103).

Se nos detivermos sobre os resultados da cobertura dessas duas guerras, perceberemos que o olhar do fotógrafo já estava associado a determinadas circunstâncias que perduram até hoje no fotojornalismo. As fotografias da guerra da Criméia, de Fenton, mostravam apenas soldados sorridentes e saudáveis atrás da linha

---

<sup>4</sup> Esse ponto evoca muito diretamente aquilo que Bourdieu (1999, pp. 38-39) chama de “pressão da urgência”, e que determina a atitude que ele classifica como *fast thinking*, levando-o a considerar que a mídia “não é muito propícia à expressão do pensamento”.

de combate (FIG. 2). Num trabalho realizado por encomenda pelo editor Thomas Agnew, durante três meses, o fotógrafo e sua equipe enviaram para Londres 360 placas impressas com as cenas da guerra que mais pareceriam festivos piqueniques (Freund, 1974, p. 103). Nada de morte ou violência era retratado, numa atitude de censura prévia e com o objetivo de poupar as famílias dos soldados enviados à batalha dos horrores da guerra.



FIG. 2 – Cena da vida cotidiana de um regimento de Hussars durante a Guerra da Criméia  
1855  
FONTE – Govignon, 2004

As recomendações do editor Agnew foram acatadas, como podemos observar na fotografia de Fenton que nos mostra soldados aparentemente tranqüilos, recebendo uma refeição. Alguns deles estão sentados, outros em pé e - estrategicamente (intencionalmente?) posicionado na composição da imagem – ainda aparece um único soldado de costas, debruçado sobre um lado do corpo, numa posição nítida de relaxamento e despreocupação. A cena permite ainda perceber, mais no fundo, a figura de uma mulher com a mão na cintura, como se aguardasse o final da refeição para retirar os utensílios domésticos, ou mesmo como se apenas escutasse as histórias trazidas dos campos de batalha pelos homens. Verifica-se assim a ausência de qualquer sinal de luta ou de morte.

Já na cobertura da guerra da Secessão, nos Estados Unidos, a equipe liderada pelo fotógrafo americano Matthew B. Brady, que mantinha um estúdio particular em Nova Iorque, produz milhares de daguerreótipos que retratam cenas violentas, com soldados mortos (FIG. 3) e abandonados nos campos de batalha, campos e casas

queimadas e famílias em perigo. O trabalho da equipe não era encomendado e o próprio Brady arcou com todas as despesas com o intuito de comercializar as fotografias só após o fim da guerra.



FIG. 3 – Uma colheita de mortos  
Gettysburg, julho de 1863  
FONTE – Langer, 2002

Contrariamente ao que pode ser observado na fotografia de Fenton, a imagem acima, de Timothy O’Sullivan - um dos 20 fotógrafos da equipe de Brady na cobertura da guerra da Secessão – nos deparamos com dezenas de corpos de soldados mortos, caídos num extenso campo de batalha. Ao fundo, duas figuras em pé e um combatente montado a cavalo. Logo no primeiro plano podemos visualizar, inclusive, o rosto de um dos soldados caídos. A cena deixa uma forte impressão que nenhum elemento na fotografia foi alterado com o sentido de aplacar sua crueldade.

Ambos os trabalhos permitem especular sobre o impacto de posturas ideológicas na produção das imagens. No caso da guerra da Criméia, fica evidenciado que o objetivo era o de esconder a verdadeira face da batalha, a partir da opção por cenas de aparente tranqüilidade, falseando assim uma realidade de morte e dor e nos remetendo à definição de ideologia de Marilena Chaui (2006, pp. 23-24): “Esse ocultamento da realidade social chama-se ideologia. Por seu intermédio, os dominantes legitimam as condições sociais de exploração e dominação, fazendo com que pareçam verdadeiras e justas”.

Na guerra americana, por sua vez, o fotógrafo apostava justamente nas cenas de horror e de exposição da morte para vender suas imagens, agindo assim sob a égide de uma ideologia mercantilista, onde o sofrimento também pode virar mercadoria. Nesse sentido, se nos apossarmos da perspectiva desenvolvida por Marx e Engels na *Ideologia Alemã*, essa produção de imagens expressaria os interesses do capitalismo, portanto da classe dominante, podendo-se assim definir essa ideologia em última instância como



“um sistema de idéias que expressa os interesses da classe dominante, mas que representa relações de classe de uma forma ilusória” (Thompson, 1995, p. 54).

Nessas duas vertentes, verifica-se que a utilização das fotografias e a reação que elas deveriam, de maneira geral, provocar no espectador estavam previamente determinadas. Dessa maneira, antes mesmo de produzir suas fotografias, o fotógrafo já estava focado para uma determinada função daquela imagem. Seu olhar guiava-se, a priori, sob uma demanda mercadológica e na tentativa de atender a uma ideologia específica. Esse processo de construção da imagem – seja para esconder a realidade ou para tornar essa realidade mercadoria – nos remete ao que Zizek (1996, pp. 305-306) considera como dimensão fundamental da ideologia, “[... que] não é simplesmente uma ‘falsa consciência’, uma representação ilusória da realidade; antes, é essa realidade que já deve ser concebida como ‘ideológica’”. Nessa perspectiva, seria importante ressaltar também que, para alguns autores, a representação da imagem, em si, já carrega uma ideologia, cuja definição estaria mais ligada a uma perspectiva althusseriana, segundo a qual “uma ideologia é um sistema (possuindo a sua lógica e o seu rigor próprios) de representação (imagens, mitos, idéias ou conceitos segundo o caso) dotado de uma existência e de um papel históricos numa ceio de uma sociedade dada” (Althusser, 2004, p. 79).

As aproximações conceituais de Marx a Zizek mostram como podem ser diversas e divergentes as abordagens da questão ideológica no fotojornalismo contemporâneo.

### **A presença da morte no Word Press Photo**

Criado há 51 anos, o World Press Photo é uma organização independente, sem fins lucrativos, que surgiu na Holanda com o objetivo de ajudar e promover internacionalmente o trabalho dos profissionais do fotojornalismo. Uma das maneiras encontradas pela entidade para atingir esse objetivo foi o de instituir uma das maiores e mais prestigiadas competições do gênero no mundo.

As fotos premiadas são exibidas em exposições itinerantes em 40 países e vistas por mais de dois milhões de pessoas anualmente. Além disso, as fotografias escolhidas nas diversas categorias - foto do ano, notícias gerais, temas contemporâneos, retratos, esportes, natureza, arte e entretenimento, cotidiano, pessoas nas notícias e instantâneos -

são publicadas anualmente em catálogo. Só em 2005, mais de quatro mil fotógrafos de 123 países submeteram ao concurso mais de 60 mil imagens.

Em comemoração aos seus 50 anos, o World Press Photo publicou um livro com as imagens premiadas na categoria “foto do ano” de 1955 a 2005 (conferir em WPP 2005a). Nessa publicação, nos deparamos com fotografias que retratam a morte, a dor, a violência e a tristeza. Do total das 50 fotografias premiadas, apenas uma está fora desse contexto e retrata um momento esportivo, sem conotação de sofrimento ou de tragédia<sup>5</sup>. Na análise de Sousa (2004, p. 130), nem todos os tipos de violência estão representados nas premiações anuais da World Press Photo:

Apesar do renome desse grande concurso, por uma observação breve deduz-se que grande parte das fotografias premiadas com o título de “foto do ano”, se relaciona com a violência bélica, mas que outros tipos de representações da violência estão ausentes: os crimes comuns, os suicídios, a pobreza ou a violência nos subúrbios.

Numa observação mais detalhada da publicação retrospectiva do World Press Photo, constatamos que, como observa Sousa, das fotografias premiadas nos últimos 50 anos, 27 estão efetivamente relacionadas à violência da guerra. O restante das fotografias, entretanto, retrata a dor ou a morte provenientes de tragédias naturais, acidentes, situação de miséria, fome, doença, desastre ecológico, protestos e violência urbana. Observe-se nessa perspectiva, a foto do ano de 2004 (FIG. 4):



FIG. 4 – Uma mulher vela um parente morto no tsunami  
Índia, dezembro de 2004  
FONTE – WPP 2005

Essa fotografia do indiano Arko Datta, por exemplo, foi resultado da ampla cobertura que a imprensa internacional deu à tragédia causada pelo tsunami, nas costas dos países do Oceano Índico, em dezembro de 2004, e que resultou na morte de cerca de

<sup>5</sup> A foto de 1958, e que foge da temática da dor e da guerra, mostra um jogador de futebol antes de chutar a bola num campo encharcado, durante um temporal. Como informa a legenda (conferir em WPP 2005a), enquanto os outros fotógrafos tentavam se proteger da chuva, o fotógrafo tcheco Stanislav Tereba “fez a sua louvável foto”.

300 mil pessoas. Constatamos, entretanto, que essa foto - apesar de retratar a dor, tema presente em 49 das 50 fotos do ano da World Press Photo - fugiria da similaridade que Sousa (2004, p. 130) aponta nas imagens premiadas do concurso, tanto quanto a temática da violência bélica quanto na valorização da expressão do rosto.

A similaridade das “fotos do ano”, pelo menos na temática, mas também nos conteúdos (veja-se, por exemplo, a valorização das expressões significativas dos rostos), poderá ser um traço da transnacionalização do fotojornalismo e da sua transculturalização, até porque as fotos são realizadas por fotógrafos de vários países.

A imagem de Datta, distribuída pela agência Reuters, mostra uma mulher prostrada ao lado do corpo de um parente<sup>6</sup>. De fato, só visualizamos uma parte do braço da vítima em estado de decomposição. A mulher está caída sobre os joelhos, a face direita sobre a terra e as mãos abertas, espalmadas e voltadas para o céu, num gesto que podemos interpretar como um pedido de clemência ou uma expressão de perplexidade. Junto a ela, no alto da fotografia, à direita, vemos uma sandália que pode ter caído dos seus pés quando, num movimento instintivo, se atirou ao chão. Ladeando o braço da vítima, pedaços de cordas possivelmente usadas para seu resgate. Sem uma referência direta sobre a composição dessa ou de outra fotografia premiada pelo WPP, Sousa (2004, p. 130) aponta para outra similitude presente em diversas “fotos do ano”:

É notória – nas “fotos do ano” do World Press Photo - alguma similitude nos enquadramentos, nos pontos de vista e nas abordagens, na submissão da informação ao terror, na exploração do tabu da morte como instrumento da luta concorrencial, o que poderíamos classificar de fotonecrofilia.

Por sua vez, o autor da fotografia premiada, o indiano Arko Datta, explica (conferir em WPP 2005, p. 7, T do A) o que efetivamente, para ele, motivou a composição da cena representada:

Primeiramente eu fotografei toda a cena, mas o corpo estava inchado, numa visão desagradável, e eu achei que não teria sentido em mostrá-la. O medonho pode desviar a atenção para o principal assunto da foto ou mesmo de toda a foto em si. Então, depois de alguns disparos, eu enquadrei a cena só com a mão aparecendo – a foto não foi elaborada posteriormente e cortada – seu enquadramento mostra a cena como foi fotografada.

O que observamos entre a análise de Sousa e o depoimento de Datta é uma diferenciação de perspectiva: o teórico aponta para um sistema de representação que se reproduziria com frequência entre profissionais do fotojornalismo, enquanto o fotógrafo, contrariamente, destaca a singularidade da situação de como seu trabalho foi

---

<sup>6</sup> Essa informação foi a única que o fotógrafo obteve sobre o fato, com a ajuda do seu motorista que falava a língua local (Conferir em WPP 2005, p. 7).

realizado, utilizando-a para explicar seu recorte da cena que lhe foi posta. Duas visões antagônicas, porém complementares e necessárias para um entendimento mais integral de como se processa a intervenção ideológica no fotojornalismo: a reflexão sobre as singularidades enfrentadas pelo fotógrafo em cada ato fotográfico e as imposições mercadológicas impostas pela mídia.

### **O fotojornalismo e a reprodutibilidade técnica**

Como verificamos anteriormente, o fotojornalismo praticamente começou e se estabeleceu na cobertura de guerras e, até hoje, passados mais de 150 anos, essa temática permanece como uma das mais presentes na fotografia de imprensa. Foi ressaltado ainda que não apenas ganham destaque as fotografias que mostram as guerras entre os homens, mas, também, as que documentam a destruição como resultado de catástrofes naturais ou provocados pelo homem. Essa tendência do fotojornalismo, inclusive, é fortemente criticada por Bourdieu (1997, p. 141):

Essas tragédias sem laços, que se sucedem sem perspectiva histórica, não se distinguem realmente das catástrofes naturais, tornados, incêndios florestais, inundações, que também estão presentes na ‘atualidade’, porque jornalisticamente tradicionais, para não dizer rituais, e sobretudo fáceis e pouco dispendiosas de cobrir. [...] Assim, é bem a lógica do campo jornalístico que, sobretudo através da forma particular de que aí se reveste a concorrência através das rotinas e dos hábitos de pensamento que ele impõe sem discussão, produz uma representação do mundo prenhe de uma filosofia da história como sucessão absurda de desastres sobre os quais não se compreende nada e sobre os quais não se pode nada.

As diversas perspectivas culturais, políticas e ideológicas, com seus fatores econômicos, históricos e ambientais, e os dinâmicos contextos sociais onde se encontram inseridos os fotógrafos e as grandes corporações de imprensa, no entanto, não são capazes de aplacar o interesse quase ontológico do fotojornalismo pelas guerras e pelas catástrofes. Para tentar refletir sobre essa questão, postularemos, inicialmente, que esse interesse/fascínio não se daria, em alguns casos, porque seriam “jornalisticamente tradicionais”, “rituais”, “fáceis” e “pouco dispendiosas de cobrir”, como nos indica Bourdieu. Consideramos que essa constância no tema acontece, também, pelo fato das guerras e catástrofes retratarem a morte, essa sim uma das preocupações do ser humano que perpassam todas as culturas e tempos históricos.

As fotografias de guerra e tragédias retratariam, nesse caso, primordialmente a morte. Morte que, mais que nunca, pode ser contemplada de diversas formas e que se multiplicam na mídia onde são reservados muitas vezes espaços exclusivos para a divulgação de corpos ensangüentados e mutilados, mortos pelos mais diversos tipos de violência. A proliferação desse tipo de imagem também tem sido objeto de críticas, como as de Sontag (2003, p. 97):

A circunstância de as notícias sobre guerra estarem hoje disseminadas por todo o mundo não significa que a capacidade de pensar nas aflições de pessoas distantes tenha se tornado significativamente maior. Na vida moderna – vida em que há uma superabundância de coisas a que somos chamados a prestar atenção -, parece normal dar as costas para imagens que nos fazem simplesmente sentir-nos mal.

No entanto, ao eleger a morte um dos seus principais alvos, o fotojornalismo não inova, apenas exacerba, na era da reprodutibilidade técnica, uma tradição anterior e constante da necessidade do homem de representação da morte e, conseqüentemente de trazê-la para mais perto de si. Ou seja, como argumenta Benjamin (1993, p. 170), “fazer as coisas ‘ficarem mais próximas’ é uma preocupação tão apaixonada nas massas modernas como sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através da sua reprodutibilidade”. Como sabemos, a morte vem sendo representada exaustivamente desde os desenhos rupestres, passando pelas artes clássicas até os mais diversos tipos de expressões contemporâneas. Apesar disso, o caráter surpreendente dessa temática se mantém como nos indica Chevalier & Gheerbrant (2005, p. 622):

O mistério da morte [é] tradicionalmente sentido como angustiante e figurado com traços assustadores. É levada ao máximo, a resistência à mudança e a uma forma de existência desconhecida, mais do que o medo de uma absorção do nada.

Ora, se a preocupação com a morte acompanha o homem em sua trajetória antes mesmo dos tempos históricos, era de se supor que com o estabelecimento da fotografia e com a instalação da reprodutibilidade das imagens, essa necessidade de representação fosse fortemente ampliada e difundida. Nesse sentido, o princípio que impulsionou o homem dos primórdios a cravar na rocha sua primeira representação da morte teria sido o mesmo que levou o fotógrafo a fazer as primeiras imagens de guerra e também, dessa maneira, a representar a morte com o uso da máquina fotográfica.

Parece evidente que o que levaria hoje o repórter fotográfico a cobrir as guerras e as catástrofes não seria, na grande maioria das vezes, uma questão particular, nem relativa à inquietação humana diante da morte e conseqüentemente diante do significado

da vida. Seria muito mais uma imposição quase que predominante das empresas jornalísticas que sabem que esse tipo de imagem, por estar presente desde sempre no imaginário do ser humano, atrai leitores e em última instância ampliam as vendas e, portanto, o lucro. O fotógrafo, ao representar a morte através do seu trabalho, além de ser pago para isso (diferentemente dos nossos ancestrais) também faz com que as empresas atraiam mais leitores e conseqüentemente transformem em lucro uma dimensão latente no imaginário do homem. Além de lucro financeiro, o fotógrafo e a empresa para o qual trabalha também se beneficiam de ganhos simbólicos como defende Bourdieu (1997, pp. 57-58):

A concorrência econômica entre as emissoras e os jornais pelos leitores ou pelos ouvintes ou, como se diz, pelas fatias de mercado realiza-se concretamente sob a forma de uma concorrência entre os jornalistas, concorrência que tem seus desafios próprios, específicos, o furo, a informação exclusiva, a reputação na profissão, etc, e que não se vive nem se pensa como uma luta puramente econômica ou ganhos financeiros, enquanto permanece sujeita às restrições ligadas a posição do órgão de imprensa considerado nas relações de forças econômicas e simbólicas.

Quando o homem do passado remoto tentou traduzir o que pensava, sentia ou imaginava diante da morte através dos seus desenhos, deduz-se que ele não estava, naquele momento, impulsionado pelo poder do dinheiro ou da fama, mas sim pela necessidade genuína de se expressar diante do desconhecido que a morte representava. Apesar de não podermos afirmar o mesmo, genericamente, do fotógrafo jornalista de hoje, acreditamos ser aquela mesma perplexidade diante da morte que faz que ela seja uma das pautas número um dos grandes jornais em todo o mundo. É ela, a morte, que mesmo ao deixar de ser uma busca interna do fotógrafo – explicitamente ou conscientemente pelo menos - e virar mercadoria atrai leitores, e, em última instância, faz com que a ideologia mercantilista do jornal dê espaço para ela.

Consideramos que o fato da fotografia de guerra, de morte e de dor torna-se uma mercadoria e, portanto, responder a uma demanda mercadológica (ou mesmo política ou social), não torna a foto, em si, necessariamente, representante de tal ideologia. O fato de a fotografia jornalística muitas vezes ser tomada para esse fim, não quer dizer que tenha contida nela, necessariamente, elementos formais que justifiquem tal rotulação. O que pode acontecer algumas vezes, isso sim, é que esses elementos sejam interpretados como portadores de sentidos que estariam muito mais presentes no olhar de quem a analisa e a interpreta do que na própria imagem retratada.

Ao nos apropriarmos de uma imagem (seja mental ou icônica) para explicarmos nossa maneira de encarmos determinados fenômenos, muitas vezes já estamos com um objetivo claramente delimitado para, através dela, atingirmos uma justificação mais adequada àquilo que acreditamos. Ou seja, imagem é utilizada para reforçar um discurso anteriormente elaborado e com fins previamente determinados, como define Baeza (2003, p. 16):

[...] A história contemporânea está vendo o triunfo absoluto do grande capital monopolista e da rapinagem globalizadora, que outorga à imagem três usos fundamentais: os usos persuasivos (publicitários e propagandísticos), os usos espetaculares e modelizadores (pão & circo e auto-identificação programada) e os usos de vigilância (que violentam constantemente – mas que em nenhum outro âmbito – nossa intimidade).

As relações das imagens com esses discursos prévios, no entanto, apontam para certas tensões nem sempre consideradas pelos que as analisam, como defende Nichols (1981, p. 64, T do A):

Palavras podem efetivamente mentir, sobre as imagens assim como sobre qualquer outra coisa. A grande ambigüidade de uma imagem ajuda a reforçar essas mentiras. O jogo entre imagem e palavra é tanto um lugar de integração como de desintegração. Tanto de não cooperação quanto de incorporação. O jogo dos códigos constitutivos da imagem, assim como daqueles constitutivos do ser-como-sujeito, constitui uma arena ideológica e uma arena para a contestação ideológica.

Se o discurso da imagem tem sido amplamente investigado por diversos autores quanto ao seu processo de pré-produção (pauta, interesses econômicos do veículo, entre outros aspectos) e de sua posterior veiculação, ambas impregnadas de ideologias, é fundamental refletir, também, sobre a dimensão da fotografia jornalística em si. Enquanto nos determos apenas no seu entorno, será quase impossível não levarmos a ideologia do que a envolve para dentro dela mesma. Consideramos pertinente para alguns estudos esse tipo de abordagem. Entretanto, torna-se imperativo para o aprofundamento e expansão do estudo do fotojornalismo reflexões voltadas para aquele que é, de fato, o seu principal objeto: a imagem em si. Sem descartar, inclusive, nessa dimensão, uma análise também numa perspectiva ideológica.

A dor, a tragédia e a morte que o fotojornalismo mostra, também seriam, na grande maioria das vezes, induzidos por uma ideologia? Expressões de dor e de desespero diante da morte, capturadas através de fotografias que registram tragédias como a do tsunami representariam apenas manipulações do mundo capitalista e resultado de uma fixação do jornalismo pela foto sensacionalista?



São questões que merecem uma atenção especial. Foi com esse entendimento que apontamos considerações e percepções variadas sobre a utilização dos diversos conceitos de ideologia no fotojornalismo contemporâneo. Não se trata aqui enaltecer ou diminuir o fotojornalismo, visto que concordamos que as fotografias, principalmente as jornalísticas - pela sua capacidade de propagação rápida -, podem ser usadas para os mais diversos fins manipuladores. Apesar dessa perspectiva negativa, a fotografia jornalística atrai, do ponto de vista ideológico, uma diversidade conceitual sem, no entanto, perder sua autonomia como um meio de expressão e sua eficácia comunicacional - principalmente quando nos apossamos dela para representar a dor e a perplexidade do homem diante da morte.

### **Referências Bibliográficas**

ALTHUSSER, L. **A favor de Marx**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1979.

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

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

CHAUÍ, M. **O que é ideologia**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.

CHEVALIER, J & GHEERBRANDT, A. **Dicionário de símbolos**. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1982.

COSTA, H. “Da fotografia de imprensa ao fotojornalismo”, in **Acervo**: Revista do Arquivo Nacional, n. 1-2 (jan/dez 1993) Rio de Janeiro: Arquivo Nacional, 1993.

GOVIGNON, B. **The Abrams encyclopedia of photography**. New York: Harry N. Abrams Inc. Publishers, 2004.

JOHNSON, B. (Ed.) **Photography speaks**: 150 photographers on their art. New York: Aperture Foundation, 2004.

LANGER, F. **Icons of photography**: the 19<sup>th</sup> century. Munich: Prestel, 2002.

NICHOLS, B. **Ideology and the image**: social representation in the cinema and other media. Bloomington: Indiana University Press, 1981.



ROCHA PITTA, D. P. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

SONTAG, S. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SOUGEZ, M. L. **História da fotografia**. Lisboa: Edições Catedra, 1996.

SOUSA, J. P. **Fotojornalismo**: introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis: Letras contemporâneas, 2004.

\_\_\_\_\_. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental**. Chapecó & Florianópolis: Argos Editora Universitária & Letras Contemporâneas, 2004.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.

WPP 2005. **World Press Photo 05**. Amsterdam: Thames & Hudson, 2005.

WPP 2005a. **Fifty years** : World Press Photo. Amsterdam: Sdu Publishers, 2005.

ZIZEK, S. (Ed.) **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1996.