

O fotojornalismo e a construção de fatos memoráveis pela mídia impressa¹

Isabela Letícia LESSAK²

Francismar FORMENTÃO³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR.

RESUMO

A proposta deste trabalho consiste em compreender como fatos da história se tornaram memoráveis através das fotografias expostas nas capas de jornais. Também discute como o fotojornalismo na mídia impressa utiliza o imaginário social, imagens que promovem sentido em uma semiótica visual, e também, causam o impacto de uma narrativa elaborada para a produção de sentidos em relação ao imaginário social. Assim, este estudo utiliza como objeto empírico de fatos, que foram reproduzidos pelo fotojornalismo em capas de jornais que, são únicos na história, como a primeira eleição de uma mulher para presidente do Brasil, Dilma Rousseff, o primeiro negro a assumir o governo dos Estados Unidos da América, Barack Obama, e o primeiro Papa latino-americano a assumir a Igreja Católica, Jorge Mario Bergoglio, Papa Francisco.

PALAVRAS-CHAVE: fotojornalismo; semiótica; imaginário social; fatos memoráveis.

Introdução

Os jornais impressos surgiram em meados de 1600 e se tornaram um marco na identidade visual das notícias, porém, durante os quatro primeiros séculos, o texto ocupou sempre maior tempo e espaço nos impressos mundiais. Este estudo pretende busca entender como fatos, atualmente, únicos na história foram tratados visualmente pelos periódicos mundiais como, a primeira eleição de uma mulher para presidente do Brasil, Dilma Rousseff, o primeiro negro a assumir o governo dos Estados Unidos da América, Barack Obama, e o primeiro Papa latino-americano a assumir a Igreja Católica, Jorge Mario Bergoglio, Papa Francisco.

As fontes fotográficas são uma possibilidade de investigação e descoberta que promete frutos na medida em que se tentar sistematizar suas informações, estabelecer metodologias adequadas de pesquisa e análise para a decifração de seus conteúdos e por consequência, da realidade que os originou. (KOSSOY, 1941, p.32)

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de graduação do 3º ano do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro). Email isalessak@gmail.com Participante do Programa de Iniciação Científica (PROIC) na modalidade bolsista.

³Professor orientador desta pesquisa. Graduado em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo, Especialista em Comunicação, Educação e Artes (Unipar), Mestre em Letras – Linguagem e Sociedade (Unioeste), Doutor em Comunicação e Cultura (UFRJ); docente da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) Guarapuava – PR. Email: fformentao@gmail.com

Para Bakhtin um signo não existe se estiver só na forma individual, para existir ele precisa de relações, de interações sociais. Esses signos “expressam valores que espelham e constituem os sujeitos que o utilizava e a realidade social por onde circulam” (GEGe, 2009, p.93).

Diante dos signos apresentados por diferentes vertentes filosóficas e sociais, aqui apresentadas pelos estudos do círculo de Bakhtin, pode-se analisar as fotografias utilizadas pelos jornais. Desde que o jornalismo inseriu imagens em suas edições ele trouxe consigo a semiótica visual, a imagem como produtora de sentido e é neste campo que articulam sentido, sempre, ideológicos. É neste sentido que este projeto busca sua justificativa, de que a imagem produz-se como uma narrativa que institui o imaginário social e que neste imaginário constrói fatos memoráveis. A inquietação que fundamentam esse trabalho é como a mídia constrói os fatos memoráveis através do fotojornalismo?

Para delimitar a pesquisa o trabalho estuda algumas capas de jornais impressos que apresentem como tema principal cada um dos acontecimentos citados anteriormente. A pesquisa pretende discutir como a mídia imprensa torna os fatos memoráveis através das fotografias de capas de jornal. Como a imprensa organiza este discurso para o público o que deve ser memorado ou não, como os fatos devem ser lembrados pelo público, como estas imagens colocam em destaque certos sentidos e a partir disso como a induz a memória através dessas fotos.

Para isso utilizaremos as teorias de Andreas Huyssen que escreve sobre a construção da memória social-histórica, Cornelius Castoriadis para compreender a construção do imaginário social e como este está impregnado em nossas vidas e de Mikhail Bakhtin que trata sobre o signo ideológico e dialogismo, como teorias principais de análise destas capas, tendo como método de estudo os fundamentos da filosofia da linguagem proposto por Mikhail Bakhtin.

Como encaminhamento metodológico, realiza-se um estudo qualitativo das capas de jornais selecionados tanto capas nacionais quanto internacionais escolhidas aleatoriamente, dependendo da localidade do fato, que tenham como tema principal os fatos memoráveis apresentados, serão selecionados a primeira edição dos jornais logo após os resultados das eleições, questionado como produzem sentido objetivado a instituir o imaginário social ligado a memória dos fatos.

1. Memória, imaginário e fotografia

Estamos nas primeiras décadas do século XXI e a musealização de acontecimentos e pessoas se torna cada vez mais comum. O medo do esquecimento criado, em sua maioria, pela mídia é absorvido e intensificado pela sociedade. Andreas Huyssen afirma, em seu livro “Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia” (2000), que esse novo fenômeno de transformar fatos e pessoas em museus é uma volta ao passado, que contrasta com o privilégio que damos ao futuro. Desde o início do século XX, juntamente com a emergência do “homem novo” na Europa, a cultura modernista pode ser chamada de “futuros presentes”. “No entanto, a partir da década de 1980 o foco parece ter-se deslocado dos futuros presentes para os passados presentes; este deslocamento na experiência e na sensibilidade do tempo precisa ser explicado história e fenomenologicamente.” (HUYSSSEN, 2000, p. 9).

Os discursos de memória emergiram, primeiramente, no ocidente depois da década de 60, com a desconolização e com os movimentos sociais; Com essa procura de outras tradições ou tradições dos outros, criaram-se muitos fins, como o fim da história, a morte do sujeito, etc. Esses discursos foram acelerados na Europa e nos Estados Unidos, no começo dos anos 80, impulsionados, em primeira mão, pelo longo debate sobre o Holocausto, a ascensão de Hitler em 1933, o fim da Segunda Guerra Mundial em 1945, entre outros.

A globalização da memória funciona também em dois outros sentidos relacionados, que ilustram o que eu chamaria de paradoxo da globalização. Por outro lado, o Holocausto se transformou numa cifra para o século XX como um todo e para a falência do projeto iluminista. Ele serve como uma prova da incapacidade da civilização ocidental de praticar a anamnese, de refletir sobre sua inabilidade constitutiva para viver em paz com diferenças e alteridades e de tirar as consequências das relações insidiosas entre a modernidade iluminista, a opressão racial e a violência organizada. Por outro lado, esta dimensão mais totalizante do discurso do Holocausto, tão dominante em boa parte do pensamento pós-moderno, é acompanhada por uma dimensão que ela particulariza e localiza. É precisamente a emergência do Holocausto como uma figura de linguagem universal que permite à memória do Holocausto começar a entender situações locais específicas, historicamente distantes e politicamente distintas do evento original. (HUYSSSEN, 2000, p. 12/13).

A mídia quando recorda fatos do passado, seja por datas comemorativas como é o caso dos 50 anos da ditadura no Brasil, abre vários leques para outras discussões e outros assuntos ligados a esses. Quem faz melhor esse papel de rememorar e englobar maior

número de informações sobre o assunto conquista o público. Huyssen defende que muitas das memórias comercializadas em massa são “memórias imaginadas” por isso são mais fáceis de serem esquecidas do que aquelas memórias que vivemos.

A preocupação com o não esquecimento e a produção em massa de artefatos para a memória faz com que muitas coisas sejam esquecidas, Huyssen diz, "quanto mais nos pedem para lembrar, no rastro da explosão da informação e da comercialização da memória, mais nos sentimos no perigo do esquecimento e mais forte é a necessidade de esquecer." (HUYSSSEN, 2000,p.20).

As fotografias são um bom recurso para a memória social; é através dela que a mídia recorre, em muitos casos, para espalhar a notícia pelo mundo. É com ela, também, que a história da humanidade é contada – sendo a fotografia, além da pintura, artefatos visuais para a história. Com uma reprodução fácil e acessível (pela internet, livros) a fotografia está em todos os lugares, o que nos leva a guiar o olhar sobre assuntos “mais” relevantes. O acúmulo e produção em massas das fotografias faz do cotidiano um produtor de memórias, muitas que serão esquecidas.

Precisamos no monumento e do livro para evitar que o mar congele. Na memória congelado, o passado não é nada além de passado. A temporalidade interior e a política da memória do Holocausto, no entanto, mesmo quando ela fala do passado, devem ser orientadas na direção do futuro. O futuro não nos julgará pelo esquecimento, e sim pela rememoração ampla de tudo, e ainda por não agirmos de acordo com essas memórias. (HUYSSSEN, 2000, p.86)

Caminhando no pensamento de produção de memórias sociais, o imaginário, atua em todas as esferas da vida humana, seja em sua relação pessoal, social, profissional e religiosa. As respostas imaginárias dadas as questões em que a racionalidade humana, ainda, não pode responder de imediato, ou não o faz por uma reflexão científica aceitável, aos sentidos que não são provados, seja em qualquer área do conhecimento ou da informação são, também, reflexos das condições reais e da atividade social dos homens (CASTORIADIS, 1991, p.177).

Castoriadis diz que as relações humanas são definidas de acordo com a infra e superestrutura em termos históricos sociais. O homem não se organiza pelo simples fato de estruturas pensadas e elaboradas para tal organização, mas sim se orientam através das atividades instituídas ou por redes imaginárias. Toda sociedade apresenta uma

funcionalidade que se organiza em torno de uma pseudo realidade. (CASTORIADIS, 1991, p.180-188).

É impossível compreender o que foi, o que é a história humana, forma de categoria do imaginário. Nenhuma outra permite refletir estas questões: o que é que estabelece *finalidade*, sem a qual a funcionalidade da instituição e dos processos sociais permaneceria indeterminada? O que é que, na infinidade das estruturas simbólicas possíveis, especifica em um sistema simbólico, estabelece as relações canônicas prevalentes, orienta em uma das inúmeras direções possíveis todas as metáforas e as memórias abstratamente concebíveis? (CASTORIADIS, 1991, p.192).

O indivíduo, segundo Castoriadis, por mais que se feche frente a sociedade, seja com uma nova descoberta, um conceito, atitude que foram realizados individualmente; essas descobertas por mais simples que sejam não foram realizadas só e somente por tal indivíduo, mas sim, por toda sua bagagem cultural, social e científica, por toda ideia já “infiltrada” em seu ser. Todo seu pensar, seu fazer e falar já estão em seu imaginário e a cada momento serão criados e recriados por outro(s) alguém(ns).

Toda palavra e linguagem, segundo o autor, são carregadas de sentidos; as palavras estão sempre em aberto, não se pode dizer que o sentido de um objeto seja absoluto, pois estes sempre são mais do que se pode descrever. O objeto não tem em si um próprio e único sentido. Assim como acontece no jornalismo, onde as matérias e fotografias sempre nos dizem mais do que o olhar pode, puramente, nos mostrar. Os ângulos, as manchetes e até mesmo as notícias diárias carregam consigo um sentido que em primeiro momento podemos não perceber. O partido político, o ideal social, organizacional e, até mesmo, os rumos que o país está tomando se isso é certo ou não para o veículo de comunicação são colocados.

As significações imaginárias estão presentes antes mesmo do nosso significado sobre as coisas. Antes que qualquer coisa possa ser já é no espírito do criador; este último saindo do imaginário social específico de uma comunidade.

A influência decisiva do imaginário sobre o simbólico pode ser compreendida a partir da seguinte consideração: o simbolismo supõe a capacidade de estabelecer um vínculo entre dois termos, de maneira que um “representa” o outro. Mas é somente nas etapas muito desenvolvidas do pensamento racional lúcido que estes três elementos (o significante, o significado e seu vínculo *sui generis*) são mantidos como simultaneamente unidos, e distintos, numa relação ao mesmo tempo firme e flexível. Em outras etapas, a relação simbólica (cujo uso “correto” supõe a função imaginária e seu domínio pela função racional) retorna, ou melhor, permanece desde o início lá onde surgiu: no vínculo rígido (a maior parte do tempo, sob a forma de identificação, de participação ou de

causação) entre o significante, o símbolo e a coisa, ou seja, no imaginário efetivo. (CASTORIADIS, 1991, p.155)

É dentro destes aspectos de imaginário social e de memória que se encaixa o poder da fotografia para a sociedade. De início, o retrato do homem tirado das belas artes e contemplado pelo “simples” clique de uma câmera fotográfica foi tido como espanto, porém, é com o início da fotografia que o mundo ficou mais próximo do homem e, este, conseguiu retratar o mundo mais perto de si. O pesquisador Boris Kossoy diz que o mundo se tornou familiar com o advento da fotografia, “(...) o homem passou a ter um conhecimento mais preciso e amplo de outras realidades que lhe eram, até aquele momento, transmitidas unicamente pela transcrição escrita, verbal e pictoria” (KOSSOY, 1941, p. 26).

A fotografia, desde seu início, foi encarada, quase que unicamente, como registro visual da verdade; esse foi um dos motivos de ser acrescentada aos impressos jornalísticos em meados de 1840.

O que antes só se via nas artes, agora é transmitido pela máquina. A fotografia é uma representação do real, retratado e escolhido para ser mostrado daquela maneira. Sua interpretação deve ser feita a partir de um olhar sobre os conceitos que envolvem o fato e o fotógrafo. O fotojornalismo é carregado de sentidos e de contextos, a imagem não por acaso um sinal de fidelidade do fato, mas também, um olhar sobre o que está sendo mostrado, um recorte, assim também, parte do real. (KOSSOY, 1941)

2. Signo Ideológico

Os signos são fragmentos materiais da realidade porque a refletem, ao mesmo tempo que refratam qualquer outra forma de entendê-la. A consciência individual é elaborada através do repertório de signos colecionados pelos indivíduos ao longo da vida. É a partir de signos anteriores que os novos serão assimilados. Nessa relação de assimilação há sempre uma reestruturação do signo a partir de um ponto de vista específico. Ao signo são, dessa forma, agregados constantemente novos valores, o gerando uma constante transformação dialética. O signo conserva seus significados anteriores, que estão sempre sujeitos a transformações. E a mudança de significação de um signo é claramente uma questão do campo das lutas ideológicas

No sentido tradicional da ideologia pode-se considerar as concepções ideológicas, jurídicas, religiosas, a arte, a ética, cada segmento desses tem um sentido e um jeito específico de interpretar e de usar os signos; em sentido mais restrito a falsa consciência, a consciência não científica, que é determinada por algum grupo dominante. A ideologia tem seu conceito e seus significados construídos historicamente.

Para Bakhtin ideologia é todo conjunto de interpretações da realidade social e que tem espaço na interação humana, e que se expressa por palavras ou por outras formas. Assim, a ideologia está presente em todo o signo em sua interação, promovendo sentido e entonações, materializando a textura das relações entre sujeitos e como estes sujeitos valoram estes signos.

Esta orientação de sentido aos signos, dada na interação, faz com que os signos existentes na sociedade estejam todos ligados ideologicamente. Cada grupo social carrega consigo diversos signos que podem ser entendidos de formas diferentes por diferentes outros grupos. O signo existe de forma individual em cada homem, porém, passa a existir quando colocado em forma social, sua interpretação e assimilação vão decorrer da ideologia que cada ser vive no individual, porém, com mais intensidade no aspecto social que é inserida à força na consciência individual, tornando-se tudo ou nada.

Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica (isto é: se é verdadeiro, falso, correto, justificado, bom, etc.). O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. Tudo que é ideológico possui um valor semiótico. (BAKHTIN, 1997, p.32)

Por mais diferentes que possam ser as classes e que, por consequência, os signos são tratados de formas distintas. É em virtude deste aspecto que o signo torna-se “local” para a luta de classes, e é aqui onde a classe dominante tenta tirar do signo seu estilo plural e, tenta, transformar seu sentido em singular. “O domínio ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. *Tudo que é ideológico possui um valor semiótico*”.(BAKHTIN, 1997, p.32). Segundo Bakhtin o signo ideológico não é apenas uma sombra daquilo que é real, mas sim, fragmento desta realidade. Aquilo que funciona como signo ideológico tem uma encarnação material. “O tema ideológico possui sempre um índice de valor social. Por certo, todos estes índices sociais de valor dos temas ideológicos chegam igualmente à consciência individual que, como sabemos, é toda ideologia.” (BAKHTIN, 1997, p.45).

2.1. Barack Obama

Nas capas que traziam o novo presidente como assunto principal, as mãos levantadas em sinal de vitória e os textos das manchetes enalteciam o novo presidente americano. Em uma delas, do Jornal Diário do Comércio, a imagem que ilustra a vitória traz a festa nas ruas americanas, o povo festejando o resultado do marginalizado que agora vai representa-los.

Todos eles ressaltam que agora é a hora da mudança e do novo para o poder estadunidense e até mundial, “A nova América”, “New dawn” (Novo amanhecer), “Yes, we can” (Sim, nós podemos). É como se o marginalizado sáísse de sua insignificância para salvar a pátria e a todos.



Capas de jornais do dia 05 de novembro de 2008. Fonte: newseum.org

2.2. Papa Francisco

No caso do Papa Francisco, foram escolhidas capas dos países envolvidos com sua história, Argentina e Itália, e, também, o Brasil.

As frases “Papa argentino”, “O argentino Bergoglio agora é Francisco” ou “O novo papa será pop”, são marcas de mais um personagem que, talvez, não teria chances na

sociedade. Descentrado da Europa, dos papas europeus, de congregação que nunca tinha sido eleita ao papado antes, Bergoglio é argentino, é latino-americano e isto está explícito em suas capas. O braço levantado em sinal de vitória e bênção traz novamente o signo ideológico de Bakhtin.

Passemos à variante analisadora da expressão. Ela integra na construção indireta as palavras e as maneiras de dizer do discurso de outrem que caracterizam a sua configuração subjetiva e estilística enquanto expressão. Essas palavras e maneiras de dizer são introduzidas de tal forma que sua especificidade, sua subjetividade, seu caráter típico claramente percebidos. (BAKHTIN, 1997, p.162).



Capas de jornais do dia 13 de março de 2013. Fonte: newseum.org

2.3 Dilma Rousseff

Uma mulher chega ao poder da presidência no Brasil, esta afirmação é constante em todas as capas brasileiras que trouxeram Dilma no dia de sua vitória. “Primeira mulher eleita”, “Dilma é a eleita”, “A vitória de Lula”, apenas o Jornal O Estado de São Paulo, parece, querer disfarçar a novidade presidencial.

Os braços levantados, também, são marcas da vitória da mulher marginalizado que chegou ao poder máximo do governo brasileiro. O sinal de positivo exposto pelo O Estado de S.P. também marca a vitória feminina, porém encontramos na terceira capa, a do Jornal Folha de São Paulo, Dilma com cabeça baixa como sinal de submissão e logo a baixo o rosto de Lula, seu antecessor no poder e companheiro de partido. É como se a atual presidenta estivesse, apenas, obedecendo e sendo sucessora de Lula no palácio.



Capas de jornais do dia 01 de outubro de 2010. Fonte: newseum.org

3. Dialogismo

Em Bakhtin encontramos que dialogia é a atividade dinâmica entre o Eu e o Outro, em um território socializado e organizado por uma interação lingüística, Bakhtin exige essa presença para a construção do Eu. “O Eu necessita estética e eticamente do Outro, sendo que a interação é variável de acordo com a situação, o espaço, o tempo (cronotopo) e o modo como as partes se relacionam gerando movimentos – *dialogia*.” (GEGe, 2009, p. 28).

Todo enunciado - enunciado é a réplica de um diálogo, cada vez que se produz um enunciado, o que está sendo feito é participar de um diálogo através de outros discursos - do processo de comunicação, é dialógico. E, para que esse discurso ocorra é preciso da palavra do outro, do discurso de *outrem*, que está presente no próprio discurso do enunciadador. O dialogismo é as relações de sentido que se estabelecem entre dois enunciados.

O diálogo e o enunciado acontecem quando são expostas posições sejam elas contrárias ou favoráveis à aquilo que foi apresentado. Tudo o que se diz é formado a partir de outro. Nesses espaços atuam duas forças, a centrípeta e a centrífuga, que buscam centralizar o que se diz. Com esses conceitos de forças, Bakhtin diz que o fato das vozes está submetido ao poder, ao jogo do poder, essas vozes não circulam fora do exercício do poder, por isso tem dimensões políticas.

A língua, no seu uso prático, é inseparável de seu conteúdo ideológico ou relativo à vida. Para se separar abstratamente a língua de seu conteúdo ideológico ou vivencial, é preciso elaborar procedimentos particulares não condicionados pelas motivações da consciência do locutor. (BAKHTIN, 1997, p.96)

Em um único enunciado estão presentes diálogos de diferentes campos do conhecimento, ecos e lembranças de outros significados. O enunciado tem um autor, o que é diferente de uma palavra. Para Bakhtin, a maioria das opiniões dos indivíduos é social, porém o diálogo não é totalmente sujeito aos discursos sociais, ou não haveria liberdade. Para Bakhtin, cada ser humano é social e individual.

Considerando que o dialogismo é essa interação entre o eu e o outro, podemos analisar qual o imaginário e a memória que os jornais impressos querem instituir na sociedade. A memória trazida pelos traços marcantes das capas como os braços levantados, as expressões de vitória estampadas nos rostos dos personagens são fatos utilizados pelos jornais e que reforçam a memória de vitória, signos que trazem à tona a vitória do marginalizado que a sociedade, muitas vezes, se espelha.

O imaginário retratado, nestas mesmas capas, é do marginalizado que venceu, do ‘personagem’ que estava a margem da sociedade e conseguiu a vitória. Esse imaginário das capas de jornais estampando que alguém não bem visto, por parte da sociedade, conseguiu seu mérito é, para a sociedade em geral, como um espelho de suas lutas que, também, podem ser vencidas. A população se espelha nesses casos e nessas marcas de memórias, como os traços que tanto utilizam quando propagam as vitórias.

4.Considerações Finais

Olhando para as capas escolhidas podemos perceber que se tratam de três personagens marginalizados pelos espaços que passam a ocupar, um negro, uma mulher e um latino-americano, três faces que representam o poder para a massa e não para a sociedade em geral.

Podemos identificar elementos que se repetem nas imagens escolhidas:

- O braço levantado em sinal de vitória que no caso de Papa Francisco além de representar a vitória representa a benção para os fiéis.

- O discurso de “Sim, nós podemos” representado nas capas por discursos similares. É como se a massa visse no seu novo governante sua própria imagem refletida. “A vitória é de todos!”
- As imagens também ressaltam a posição das câmeras, em sua maioria, em contraplanagem (fotografa o objeto de baixo para cima), ressaltando mais uma vez a imagem de um vencedor.

Ao concluir este trabalho, podemos identificar que a mídia impressa, aqui apresentada pelas capas e casos citados, são dotadas de sentidos e construção da memória e do imaginário social. As capas trazem signos em comum que rememoram acontecimentos e traços já existentes na memória social. Ambos trabalham com a memória da população e isso são construções da mídia, aqui representada pela mídia impressa.

Referências

BAKHTIN, Mikhail (V. N. Volochinov). **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 8. ed. / São Paulo: Hucitec, 1997.

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. / São Paulo: Paz e terra, 1982.

GEGe, Grupo de Estudos dos Gêneros do Discurso. **Palavras e contrapalavras**: Glossariando conceitos, categorias e noções de Bakhtin / São Paulo: Pedro e João Editores, 2009.

HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória**: arquitetura, monumentos, mídia. / Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

KOSSOY, Boris. **Fotografia e história**. 3.ed. / São Paulo: Atêlie editorial, 1941.

STAM, Robert. **Bakhtin: da teoria literária à cultura de massa** / São Paulo: Editora Ática S.A, 1992.