

# ***Sobre a leitura da fotografia de imprensa: sentidos e mobilizações da recepção no box Foto comentada***

**Cybeli Moraes**

Jornalista, mestranda em Comunicação Social, bolsista CAPES/PROSUP

cyb.alla@terra.com.br

UNISINOS - RS

---

## **Resumo**

O presente artigo pretende apresentar uma reflexão sobre a leitura da fotografia na imprensa, partindo das manifestações da recepção identificada no box Foto comentada do jornal Zero Hora. Utilizando alguns preceitos teóricos iniciais dos estudos sobre imagem como forma de contextualização do pensamento sobre o tema, apresentamos uma proposta de tipologia de sentidos sobre a leitura da imagem no jornal, atentando para a contribuição da forma de olhar dos estudos de recepção, na expectativa do enriquecimento da visão sobre a análise e discussão da fotografia de imprensa.

**Palavras-chave:** fotografia, leitor, sentido.

Que interpretações uma fotografia pode gerar na recepção, partindo do contexto da mídia impressa, é questão muito trabalhada nos estudos sobre a imagem<sup>1</sup>. Discussões em torno da leitura, da produção e da memória da fotografia são freqüentes, mas poucas abordam - até por questões metodológicas determinadas, em grande parte, pela própria natureza do objeto - os sentidos ou mobilizações gerados na recepção de fotografias de um veículo impresso específico.

Esta abordagem se torna possível no presente texto - mas não completa, obviamente - em função de um "achado" empírico: o box Foto comentada<sup>2</sup>, editado aos domingos no jornal Zero Hora. Ocupando um pequeno espaço (cerca de 500 caracteres) na página 2 da publicação, a seção tensiona, simultaneamente, discussões sobre a edição, a recepção, a produção e a função da fotografia na imprensa por meio da intervenção do leitor. Sob a forma de escolha livre, opinião e re-publicação de imagem, foi também o leitor que deu início a este processo ao encaminhar, em janeiro de 2002, um comentário sobre uma fotografia do

---

<sup>1</sup> Referimo-nos, de modo geral, aos estudos clássicos de Roland Barthes e Susan Sontag, da corrente funcionalista norte-americana entre os anos 30 e 50, dos chamados pesquisadores da pós-modernidade e da corrente iconoclasta francesa, comentada também por pesquisadores brasileiros como Arlindo Machado.

<sup>2</sup> Um exemplo do box encontra-se em anexo.

veículo. Aproveitando a iniciativa, a direção de redação do jornal resolveu criar um espaço fixo que abrigasse periodicamente a prática<sup>3</sup>.

Os comentários publicados, mesmo não possuindo aparentemente o objetivo de discutirem o fotojornalismo do veículo ou a fotografia em si - até mesmo por se constituir num espaço já limitado pela própria concepção de "página do leitor"<sup>4</sup> - acabam por revelar ricas pistas sobre as subjetividades geradas pela fotografia de imprensa.

### **Alguns preceitos teóricos iniciais**

Ao falarmos sobre a leitura da fotografia é preciso concordar com Susan Sontag (2003) que toda imagem é vista em um cenário, e estes vêm se multiplicando - e complexificando - cada vez mais. Além disso, é sabido que a leitura de uma fotografia de imprensa se dá de acordo com pelo menos dois movimentos principais: a cultura na qual o receptor está imerso e a identidade visual oferecida no e pelo veículo.

Assim como o fotógrafo trabalha a partir de suas motivações próprias, o receptor identifica a imagem partindo de "conhecimentos laterais", no dizer de Jean-Marie Schaeffer (1996). Segundo o autor, a imagem não poderia "transmitir informações inéditas, a não ser que seja, por outro lado, parcialmente redundante quanto à memória e aos conhecimentos do receptor" (p. 81). Os indivíduos leriam imagens partindo então de dois contextos: um icônico (os aspectos semelhantes à realidade) e um simbólico (os aspectos abstratos da cultura). Talvez por isso Barthes tenha afirmado: "No fundo - ou em última instância -, para se ver bem uma foto, o melhor é erguer a cabeça ou fechar os olhos", (1980, p.81) até mesmo porque "a significação é, em suma, o movimento dialético que resolve a contradição entre o homem cultural e o homem natural" (1982, p. 21). E é neste momento que se problematiza a recepção da fotografia.

De acordo com Vilém Flusser (1985), as imagens - sendo códigos de caráter aparentemente objetivo que substituem eventos por cenas - fazem com que seu observador as olhe como janelas para o mundo, e este, por meio de um conjunto de cenas. O autor afirma que a fotografia fascina seu receptor, sem que este saiba dizer o que o fascina. Grande parte das vezes, o leitor recorre ao artigo de jornal que acompanha a fotografia para dar nome ao que está vendo. No entanto, a esta altura, a leitura do texto ocorre já sob a influência da imagem e a procura do discurso verbal se daria somente pela busca de confirmação do que já se viu. De acordo com Flusser, o receptor "não quer saber sobre causas ou efeitos da cena, porque é esta e não o artigo que transmite realidade. (...) E como tal realidade é mágica, a fotografia não a transmite; é ela

---

<sup>3</sup> Dados sobre o box foram obtidos em entrevista com a Editoria do Leitor de Zero Hora.

<sup>4</sup>Referindo a falsa expectativa gerada pela criação deste tipo de espaço nos jornais, José Luiz Braga (2005) cita o caso de *O Pasquim*, periódico da imprensa alternativa dos anos 70. O jornal pretendia oferecer um local aberto à livre expressão do leitor para que este trouxesse uma contribuição inteligente e criativa. Com o passar do tempo, o veículo foi extinguindo a modalidade em função da superficialidade, redundância e ingenuidade das cartas. O resultado pouco otimista em relação à seção de cartas também é percebido por Michael Bromley (apud BRAGA, 2005): o autor conclui que o espaço é pouco eficaz como controle de imprensa, devido ao poder editorial que o jornal mantém sobre as cartas. É importante salientar, no entanto, que este poder não ocorre, em Foto comentada, da mesma forma que na seção comum de cartas: em função de haver pouco material enviado e este já possuir o número específico de linhas - requerido pela produção e acatado pela recepção - o conteúdo do box sofre muito pouco com cortes/direcionamentos da edição.

a própria realidade” (p.67). O observador, então, confia nas fotografias tanto quanto confia em seus próprios olhos. Quando as critica, o faz pensando em visões de mundo.

Sendo assim, diz Flusser que o fato das fotos “imaginarem textos que concebem imagens que imaginam o mundo” (p. 19), faz com que, aparentemente, elas não precisem ser decifradas. Então, para o autor, as imagens - que ontologicamente eram encaradas como mapas -, vão se transformando gradativamente em “biombos” frente aos olhos do receptor.

Chamando atenção para a leitura da imagem em meio ao excesso<sup>5</sup> de visualidade no qual vivemos, o filósofo tcheco comenta ainda que hoje as fotografias passam despercebidas, talvez em função de sua constante alteração. À medida que vão aparecendo novos cartazes sobre os muros, novas fotografias publicitárias nas vitrines, novos jornais ilustrados diariamente nas bancas, é formado um

*(...) novo hábito: o universo fotográfico nos habitua ao “progresso”. Não mais o percebemos. Se, de repente, os mesmos jornais aparecessem diariamente em nossas salas ou os mesmos cartazes semanalmente sobre os muros, aí sim, ficaríamos comovidos. O “progresso” se tornou ordinário e costumeiro; a informação e a aventura seriam a paralisação e o repouso. (1985, p. 67)*

Mas mesmo com toda esta problematização apontada por Flusser, é inegável que a leitura da fotografia promove a ação de diversos sentidos, talvez por meio de diferentes níveis como coloca Marcello Giacomantonio (apud Sousa, 1997). De acordo com o autor, o leitor primeiro agiria instintivamente, logo após olhar para a imagem, percebendo somente elementos como cor, formas e evocações imediatas. O segundo nível seria descritivo, que determinaria o tempo de leitura da imagem e no qual se analisariam os elementos de composição da foto. A interpretação se daria somente no terceiro e último nível, chamado simbólico, quando o observador conseguiria extrair sentidos da imagem.

No entanto, mesmo com toda sua “potencialidade” de “espelho do real”, uma imagem não nos fala do mundo - ou, em função de nosso ainda incipiente alfabetismo visual (Dondis, 2003), esta comunicação não se torne efetiva. Para Milton Pinto (2005), a capacidade de entender uma fotografia exige aprendizado como qualquer código. Segundo o autor, ainda estamos longe de ser uma “civilização da imagem”, até mesmo porque esta, de acordo com Arlindo Machado (1999 e 2001), só se concretizaria no momento em que aprendermos a pensar com as imagens - e também quando o mito da objetividade e da veracidade da fotografia desaparecer em definitivo da ideologia coletiva.

---

<sup>5</sup> Susan Sontag (2004) também chama atenção para o excesso das imagens no mundo contemporâneo. No entanto, a autora comenta a banalização das fotografias, no sentido em que após uma repetida exposição a imagens - que possuiriam um poder anestésico - os eventos tornar-se-iam menos reais. Além disso, as sociedades industriais teriam transformado seus cidadãos em viciados consumidores estéticos, que possuiriam a necessidade de realçar e confirmar suas experiências e realidades por meio de fotos.

No entanto, esta "ideologia coletiva" mencionada por Machado não parece ser algo facilmente dissolvível. De acordo com algumas pesquisas<sup>6</sup> é através das fotos - as preferidas na ordem de leitura - que o receptor obtém suas primeiras impressões sobre o assunto tratado. E como muito do texto que acompanha as fotos não é processado pelo receptor, é razoável assumir que as fotografias podem ser a principal representação dos fatos do mundo, gerando efeitos afetivos e cognitivos no observador, especialmente no que toca à construção de referentes. Sobre estes estudos, cabem ainda as considerações de Lorenzo Vilches, para quem "son los tamaños, los contrastes y las formas las que guían al lector sobre cómo ha de leer, que ha de leer y que ha de esperar de la lectura" (1998, p. 42).

As últimas considerações de Vilches, em especial, nos fazem pensar sobre o ato de "fisgar" o leitor. Neste sentido, podemos citar Eliseo Verón para quem "o sucesso (ou fracasso) não passa pelo que é dito (o conteúdo), mas pelas modalidades de dizer o conteúdo" (2004, p. 219).

De acordo com esta perspectiva, a enunciação - que comportaria a imagem de quem fala, daquele a quem o discurso é endereçado e também a relação entre enunciador e destinatário, proposta no e pelo discurso - consiste no contrato de leitura, responsável pelo vínculo entre o suporte e seu leitor. E "a presença ou ausência de uma posição de enunciação (...) não é só uma questão de linguagem, passa também pelos modos de tratamento da imagem" (Verón, 2004, p.229).

Ora, não é possível esquecer que o jornal impresso diário, conforme sustenta Djalma Benette (2002) é resultado da combinação das linguagens verbal e visual (que só se torna possível antes da distribuição e após a comercialização publicitária, "feixes sustentadores" do jornal como empreendimento econômico que é). Todos os elementos visuais dispostos em uma página (fotos, título, olhos, fios, infográficos, legendas, etc.) poderiam ser assumidos como gêneros discursivos, que possuiriam certa autonomia - o que não significa independência - uns dos outros. Além disso, o usuário do jornal é convocado para uma leitura superficial em função da própria natureza fugaz e digerível do produto. E embora não pretendamos realizar por ora um estudo de filiação semiótica, é preciso concordar com Benette, para quem o jornal impresso pode ser entendido como sistema modelizante, pensado em dois níveis.

*A linguagem verbal, que origina todos os textos (narrativas ou imagens), está calcada em notícias (...). Mas de onde vem a possibilidade de expressão/representação dessa base da linguagem verbal? Sem dúvida, da visualidade, da diagramação do jornal. Ela determina a disposição dos textos, verbais e não verbais, organizados semioticamente, ou seja, a espacialidade e a temporalidade do objeto. Compreender a dimensão semiótica do tratamento gráfico é um modo de alcançar a própria dimensão ideológica que define não só o que vai ter mais ou menos destaque num jornal, mas aquilo que deve despertar o interesse do leitor e fazer com que a troca (comunicação) não acabe. (idem, p.49)*

---

<sup>6</sup> Jorge Pedro Sousa, em sua tese *Fotojornalismo Performativo* cita diversas pesquisas de recepção sobre imagens fotojornalísticas, entre estas os estudos de Tucker e Dempsey, Fleming e Levie, Woodburn, Blackwood, Swanson e Garcia, Stark e Miller.

Esta “troca” no sentido comum do termo, também pode ser empregada como uma forma da mídia de assegurar a sua função de mediadora simbólica: à medida que os dispositivos de informação vão criando estratégias inovadoras para se tornarem espelhos das manifestações da sociedade, vão sendo estabelecidas parcerias discursivas e contratos de leitura<sup>7</sup> com o receptor, que oferecem a identidade do jornal e pedem reconhecimento - via título, foto, cartas, e outros espaços.

De certa forma, as questões abordadas por Benette e Lima repousam diretamente sobre a edição de fotografia, posição que define a visualidade de um jornal e, conseqüentemente, sua hierarquia e modo de leitura. Pepe Baeza vai mais além ao afirmar que “una buena edición gráfica puede salvar un tema mediocre de la misma manera que una edición mal hecha romperá sin remedio el sentido del mejor trabajo” (2001, p.79).

A corrente funcionalista<sup>8</sup> apresentou, a partir dos anos 30, diversas pesquisas que tentavam desvendar como um leitor observava o jornal e se seria possível prever o gosto e a audiência do público por determinadas imagens. Entre as fotografias preferidas estariam as de incêndios, desastres e interesses humanos (atividades não usuais ou de lazer). Esporte, notícias gerais, arte e família chamariam menos atenção. E de acordo com um estudo desenvolvido pela Associated Press Managing Editors Photo Survey, os editores de fotografia, mesmo a par de informações sobre seus leitores (como classe social, sexo e idade), não seriam capazes de prever suas preferências. No entanto, a pesquisa concluiu que basta os editores “verem” a preferência de seus leitores para o índice de acerto crescer. Ou seja, identificando quais fotos foram escolhidas no passado, poder-se-ia saber quais serão as preferidas no futuro.

Talvez este detalhe revele para o que é importante atentar, na fotografia de imprensa, quando estudamos a recepção: não somente para os aspectos contedúísticos, formais e técnicos, mas sim para que sentidos e mobilizações - até mesmo independentes do contexto da página/notícia de inserção da foto - a imagem consegue suscitar. Porém, neste sentido, é preciso lembrar que, conforme colocam Rahde e Cauduro,

*(...) há uma tendência nas imagens pós-modernas de cultivar a ambigüidade, a polissemia, a indeterminação, o que vêm gerando uma outra concepção para os mitos contemporâneos. (...) E como elemento de mudança do moderno para o pós-moderno é que encontramos a imagem contemporânea com novas características. (2005 p.3)*

Estas novas características, de acordo com os autores, seriam a recuperação de valores como a inclusividade, a emoção, os estereótipos e símbolos históricos, o ecletismo, a ironia, o jogo, a relatividade das interpretações, e a participação ativa do espectador na produção de sentido das suas representações - características estas que se revelam nos comentários sobre algumas fotografias escolhidas pelos leitores de Zero Hora.

---

<sup>7</sup> Regina Lima (2001) utiliza Fausto Neto para explicitar o conceito de *contrato de leitura*. Segundo o autor, este funciona a partir de enquadramentos internos e externos. Os enquadramentos internos seriam a hierarquia (distribuição espaço-temporal da edição, a diagramação, o sistema de paginação, distribuição das matérias, assimetria de fotografias com o texto e a simetria das diagramações). Já os externos, seriam as contribuições de outros saberes e discursos sobre a especificidade da enunciação da atualidade.

<sup>8</sup> Os trabalhos de Swanson, Harrison, Ungaro e MacLean e Kao, resumidos nestes parágrafos, foram citados em Kobre (1980).

## Os leitores comentam fotos

Chama atenção na observação de Foto comentada que o leitor privilegia, tal qual o júri fotográfico do concurso Fotos do Ano do World Press Photo (Sousa, 2000), fotografias que não vendem muito. Num primeiro momento, percebe-se a ausência de celebridades, de crimes, de mazelas sociais. E o predomínio da cor, assim como em Foto comentada.

No entanto, além de percepções técnicas e de motivo, também são notáveis outras “mobilizações” da recepção sobre a foto, sentidos que resumem as subjetividades dos leitores, geradas no contato com o produto. Para mapear parte desta complexidade, observamos 39 boxes, no período de janeiro a setembro de 2005<sup>9</sup>, na tentativa de estabelecer uma pequena tipologia destas subjetividades, que não são estanques e se imbricam umas com as outras constantemente. Nossa tentativa de “categorizar” as falas dos leitores não ocorre no intuito de quantificar ou reduzir as subjetividades da recepção a um punhado de sentenças, mas sim de organizar os comentários num formato revelador dos mais fortes direcionamentos da recepção, quando esta fala da fotografia de Zero Hora.

Sendo assim, pudemos perceber que os comentários dos leitores - a maioria deles em primeira pessoa<sup>10</sup> - revelam uma forte identificação com o produtor, uma valorização da estética, uma visão da fotografia como fontes de ação social ou individual e também uma visão da imagem como ativadora de sensibilidades emocionais e técnicas<sup>11</sup>.

O que mais chama atenção nos comentários do referido box é a forte identificação do receptor com a produção na pessoa do fotógrafo. Elogios ao trabalho do profissional - que pode ou não ser nomeado pelo leitor - e menções ao acompanhamento de uma produção específica são muito recorrentes. Os comentários descritos abaixo demonstram essa tendência e servem para revelar uma recepção atenta à produção.

*O leitor (...) também aprecia muito as imagens feitas por Tadeu Vilani. "Ele sempre tem um ângulo diferenciado, uma maneira inusitada de fotografar". (ZH, 02/01/05)*

*(...) "É preciso ter em nosso meio pessoas como o fotógrafo, que admiram a natureza e a presença de belos animais!" (ZH, 20/02/05)*

---

<sup>9</sup> Contabilizamos a participação de cerca de 67 leitores sobre 50 fotos escolhidas. Dos leitores que participaram do *Foto comentada*, 26 identificaram-se como moradores de Porto Alegre, sendo que os outros 31 comentaristas espalham-se pela região metropolitana ou interior do estado. Ainda sobre o perfil dos participantes do box, é interessante ressaltar as citações de profissão - embora nem sempre presentes -, e as páginas originais das fotos comentadas. Engenheiros e advogados preferem comentar as fotografias de capa e contracapa do jornal (quase sempre coloridas e bastante abertas).

<sup>10</sup> O discurso direto é extremamente presente no *Foto comentada*. Foram computados 30 boxes com falas em 1ª e 3ª pessoa, sete deles somente com discurso direto e apenas dois sem a fala do leitor (que foi substituída pela do fotógrafo ou editor). A escolha pela mescla entre os formatos pode revelar também uma preocupação estilística da produção.

<sup>11</sup> Quantitativamente, os sentidos ou mobilizações mapeados foram assim computados (quanto ao número de aparições nos boxes): identificação com o produtor - 20; ação social - 18; sensibilidade emocional - 17; sensibilidade técnica - 16; ação individual - 14 e estética - 13.

*(...) Vilani consegue, ao captar pequenas imagens, provocar nos leitores uma imensidão de significados. (ZH, 05/06/05)*

A fotografia de Zero Hora também é vista freqüentemente como acionadora de questões sociais e individuais da recepção. A ação social se referiria a leitura de que a foto "demonstra" ou "chama a atenção" da sociedade frente às questões ambientais, econômicas e culturais. De forma oposta, a ação individual colocaria a imagem como "causadora" de sentidos internos ao receptor em função de seu repertório pessoal: o "sensibilizaria", o "faria pensar" ou o "emocionaria". Da mesma forma, a sensibilização emocional também seria um tipo de ação individual. No entanto, achamos interessante quantificar as falas de forma diferenciada, apenas para identificar o número de citações que remetem diretamente a potencialidade emotiva da imagem. As falas abaixo exemplificam as três mobilizações referidas.

*"A imagem faz com que a gente fique imaginando o que está passando pela cabeça daquela criança".(ZH, 09/01/05)*

*"A fotografia daquela criança desolada deve ter contribuído para sensibilizar as pessoas que se dispuseram a ajudá-la". (ZH, 16/01/05)*

*"Essa foto demonstrou o espírito de generosidade do gaúcho". (ZH, 23/01/05)*

*"A foto mostra todo o choque gerado pela violência que nos assola. Estamos todos fragmentados e estilhaçados, já vitimados ou na fila de espera de nossa vez". (ZH, 30/01/05)*

*"Impressionante a foto do Rio Gravataí onde aparece a sujeira que o ser humano deposita na natureza. Não seria Deus nos dando a chance de limparmos a sujeira que fizemos na Terra? Só espero que as pessoas se conscientizem de que a natureza não é um grande depósito de lixo e sim o nosso lar". (ZH, 13/03/05)*

*(...) imagens sensíveis e bonitas como as de Vilani fazem com que se esqueça por alguns instantes as más notícias e se acredite que a vida ainda vale a pena. (ZH, 05/06/05)*

*"A foto aqueceu o meu coração e trouxe uma grande saudade da minha Passo Fundo e dos finais de tarde em família, nas rodas de chimarrão". (ZH, 10/07/05)*

*O leitor diz que a imagem expressa a crença no trabalho. (...) - A cena é uma homenagem à dignidade humana, pois neste momento, em que o país vive sob as freqüentes manchetes de corrupção, e que a cidade está infestada de meliantes, um homem enfrentando o frio e usando suas habilidades artísticas mostra que se pode viver com dignidade, basta querer. (ZH, 07/08/05)*

Outros dois sentidos percebidos nas falas dos receptores são aqueles que apontam para uma sensibilização técnica e valorização estética. Os leitores mencionam enquadramentos, luz, ângulos, linguagem, diagramação, plasticidade e beleza das imagens de Zero Hora. É importante salientar, no entanto, que mesmo estas leituras revelando uma atenção do receptor para aspectos técnicos da fotografia, a estética continua sendo sinônimo de beleza - leitura que descomplexifica o sistema<sup>12</sup>. Abaixo, alguns exemplos que atestam as questões referidas.

*"O fotógrafo conseguiu um belo ângulo e a luz perfeita de um entardecer". (16/01/05)*

*"(...) o que chamou atenção foi a estética da foto". (ZH, 23/01/05)*

*"À primeira vista, parece a cena de algum filme épico, onde é inevitável o confronto entre duas forças fictícias, de um lado uma comunidade oprimida e de outro as forças do poder, com detalhe das armas em primeiro plano". (ZH, 13/02/05)*

*"Sob um imenso "m" formado por duas pontes - "m" de morte e "m" de medo nas estradas - um corpo sendo resgatado das águas e, por trás, uma luz divina que resgata uma alma. A imagem registra este momento trágico e triste com rara beleza". (ZH, 27/02/05)*

*"(...) a foto captou bem a luminosidade e o reflexo do Pôr-do-sol na água, criando um conjunto que realça a beleza do local". (ZH, 24/04/05)*

*(...) gostou dos detalhes que a foto consegue revelar e da composição de cores: os azulejos na parede, a camisa vermelha da pessoa, o verde do pátio, o azul da casa e os tons das nuvens pesadas. - Apesar de mostrar uma tragédia, a imagem transmite ternura. Parece um quadro de artista e*

---

<sup>12</sup> Para Kant, a estética seria relativa ao belo. A beleza, por sua vez, seria aquilo que agrada universalmente e sem conceito. No entanto, a palavra "agradar" não deve ser entendida no sentido de "proporcionar prazer", mas sim no de "preferência". (Lalande, 1993). É interessante colocar também a fala de Sontag, que lembra Da Vinci: o olhar do artista deve ser impiedoso. "A imagem deve estarrecer e nessa *terribilità* reside um tipo contestador de beleza" (2003, p.55).

*podemos imaginar que talvez o fotógrafo nem tenha notado a quantidade de pequenos detalhes que revela. Cada vez que olho a capa do jornal encontro alguma coisa nova na foto. (ZH, 22/05/05)*

Ao lermos as manifestações dos leitores é possível pensar o estudo da fotografia na imprensa sob a perspectiva de Michel de Certeau, para quem

*(...) o consumidor não poderia ser identificado ou qualificado conforme os produtos jornalísticos ou comerciais que assimila: entre ele (que deles se serve) e esses produtos (indícios da "ordem" que lhe é imposta), existe o distanciamento mais ou menos grande do uso que faz deles. (1997, p. 95)*

O termo uso, para fins deste artigo, pode ser entendido como todo o processo de deslocamento que o leitor realiza ao ver a imagem de imprensa e re-significar suas funções e leitura de acordo com seu repertório pessoal - que poderia determinar a própria maneira de ler a mídia por inteiro, como já foi comentado. É interessante perceber aqui como também parece visível a diferenciação de tática e estratégia comentada por Certeau (1997): a recepção elabora as primeiras que não obedecem às leis da segunda, prevista pela produção. Enquanto as estratégias produzem, mapeiam e impõem, as táticas utilizam, manipulam e alteram. Pensando diretamente nas apropriações sobre a fotografia, cabe também a fala de Martín-Barbero (2003) sobre a imagem como "livro dos pobres".

*A popularidade das imagens não virá tanto dos temas (...) ou das formas, mas dos usos: ao aferrarem-se a determinadas imagens as classes populares produziram nelas um efeito de arcaísmo próximo ao dos contos populares, e ao usá-las como amuletos as reinscreviam no funcionamento de sua própria cultura. (...) Bordadas nos vestidos ou fixadas nos armários e baús, as imagens protegem contra as enfermidades, os demônios e os ladrões. (p. 164-165)*

Talvez a leitura dos receptores de Foto comentada seja o exemplo empírico da re-magicização da imagem, do tratamento da fotografia como magia e mito, apontada por Vilém Flusser (1985). No entanto, agora a despeito das subjetivações geradas, esta relação leitor-imagem-jornal pode resultar também numa forma de pressão qualitativa sobre os meios de comunicação e seus produtos, conforme comenta José Luiz Braga (2000) ao observar este tipo de seção/dispositivo. E mesmo sem entrarmos na discussão sobre a interação e a interatividade, é importante acrescentar que, neste pequeno box, é notória a reflexão, como diz Braga, não só "sobre os conteúdos dos produtos, mas também sobre as interpelações que este lhe dirige; e sobre seu próprio repertório pessoal, conforme solicitado por estas interpelações" (p. 11). Esta movimentação é percebida nas falas de Foto comentada, que acaba por servir como uma micro-lógica talvez reveladora de macro-estruturas: de uma recepção que elabora sobre sua mídia e faz questão de se apresentar nela; e de

uma produção que precisa dar atenção a este processo. Assim como de uma pesquisa que poderia se ocupar do estudo de ambas as instâncias.

## Anexo



---

## Referências

BAEZA, Pepe. Por uma función crítica de la fotografía de prensa. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.

BARTHES, Roland. A Câmara Clara. Lisboa: Edições 70, 1980.

\_\_\_\_\_. O Óbvio e o Obtuso. Lisboa: Edições 70, 1982.

- BENETTE, Djalma L. *Em branco não sai: um olhar semiótico sobre o jornal impresso diário*. São Paulo: Códex, 2002.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos Sociais de Crítica Mediática*. São Leopoldo: originais cedidos pelo autor, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Interatividade & Recepção*. Anais da Compós, 2000.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da Caixa Preta*. São Paulo: Hucitec, 1985.
- KOBRE, Kenneth. *Photojournalism - the professionals' approach*. Boston: Focal Press, 1980.
- LALANDE, André. *Vocabulário técnico e crítico da Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- LIMA, Regina. *Espaço do leitor. A expressão velada do discurso jornalístico*. Anais da Compós, 2001.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. *Dos Meios às Mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- PINTO, Milton José. *A imagem e seus mitos*. Anais da Compós, 2003.
- RAHDE, Maria Beatriz Furtado e CAUDURO, Flávio Vinicius. *Algumas características das imagens contemporâneas*. Anais da XIV Compós, 2005.
- SCHAEFFER, Jean-Marie. *A imagem precária*. Campinas: Papirus, 1996.
- SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das letras, 2003.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Fotojornalismo performativo - o serviço de fotonotícia da Agência Lusa*. Tese de doutoramento. Biblioteca Virtual de Ciências da Comunicação, 1997. Disponível em: <<http://ubista.ubi.pt/~comum/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo-tese.htm>> Acesso em: 28 mai. 2004.
- \_\_\_\_\_. *News Values nas "Fotos do Ano" do World Press Photo: 1956-1996*. Cadernos Mediáticos II. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2000.
- VERÓN, Eliseo. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.
- VILCHES, Lorenzo. *Teoria de la imagen periodística*. Barcelona: Paidós, 1998.