0810000231

UNESP - UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"

CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE BAURU

FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

BIBLIOTECA - UNESP CAMPUS BAURU

A FOTOGRAFIA E A AÇÃO VERBAL

"Relações entre a Imagem Fotográfica e o Texto"

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA

NO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO

"PROJETO, ARTE E SOCIEDADE"

Área de Comunicação

POR

Fábio Simões Grossi

Orientador - Prof. Dr. Luiz Barco

Av. Engº. Luiz Edmundo Carrijo Coube, S/N

17.033 - Bauru - São Paulo

8 de novembro de 1994

N.º 231

BIBLIOTECA - UNESP
CAMPUS DE BAURU

Dedico este trabalho a minha esposa e filhos.

As pessoas grandes aconselharam-me deixar de lado os desenhos de jibóias abertas ou fechadas, e dedicar-me de preferência à geografia, à história, ao calculo, à gramática. Foi assim que abandonei, aos seis anos, uma esplêndida carreira de pintor. Eu fora desencorajado pelo insucesso do meu desenho número 1 e do meu desenho número 2. As pessoas grandes não compreendem nada sozinhas, e é cansativo, para as crianças estar toda hora explicando.

Antoine de Saint-Exupéry

As preocupações técnicas dominaram até hoje todas as pesquisas relativas às diferentes categorias de expressão humana. A História da Literatura, da Arte, assim como a Lingüística consideram-se como gêneros de origem natural. Cada disciplina teve tendência a se considerar autônoma e a crer em sua capacidade de expressão total dos fenômenos humanos. No fundo, a consideração da Forma dominou todos os domínios, e estamos inclinados a admitir, ademais, que toda Forma conserva eternamente intacto seu poder de significação.

Pierre Francastel

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente ao meu orientador Prof. Dr. Luiz Barco pela liberdade e pelo respeito que manteve em relação a integridade deste trabalho.

A Profa. Dra. Besma Massad pela colaboração tão espontânea e os constantes estímulos que se consolidaram em uma ótima amizade.

Ao amigo Alvimar Ramos Mastrangeli pela colaboração na pesquisa bibliográfica e pelas valiosas horas de incursão filosófica.

A todos que direta ou indiretamente tenham possibilitado o desenvolvimento deste trabalho, transformando cada momento em um prazer pela conquista do saber e numa felicidade pelos gestos de amizade.

ÍNDICE GERAL

1.0. Página de rosto I

1.1.Dedicatória II

1.2.Agradecimentos III

1.4.Apresentação V

1.5. Resumo VII

1.6.Abstract IX

2.0.Projeto de dissertação X

2.1.Parecer do orientador X

2.2.Tema proposto para a dissertação XI

2.3.Delimitação do tema XI

2.4.Natureza da Pesquisa XI

2.5.Justificativa XI

2.6.Objetivos XII

2.7.Metodologia XII

2.8.Estrutura da Dissertação XIII

3.0.Introdução 14

4.0.Capítulo I - O mundo das Imagens e a fotografia 23

5.0.Capítulo II - A Expressão Verbal 41

6.0.Capítulo III - A Reprodução da Imagem e a Expressão Verbal 55

7.0.Conclusão 86

8.0.Bibliografia 89

9.0.Índice de Figuras 92

10.0. Anexo 93

APRESENTAÇÃO

Embora esta não seja uma obra inédita, tratando de um assunto tão empolgante como a fotografia em suas relações com a ação verbal, queremos crer que seja bastante inovadora, na medida em que é elaborada com uma linguagem simples, tendo como objetivo principal auxiliar àqueles que se sentem impotentes em realizar uma leitura das mensagens de uma imagem fotográfica.

Uma grande parte dos trabalhos que tratam do assunto, o fazem como se o leitor possuísse, obrigatoriamente, uma aguçada sensibilidade e um apurado gosto pelo estético.

Sentir-nos-íamos realizados se o objetivo que nos propusemos fosse alcançado ainda que parcialmente, pois fatalmente o conteúdo deste trabalho, por sua natureza e estrutura, remete o seu leitor a outras obras que não poderíamos reproduzir aqui. Mesmo assim, sabemos que o conteúdo desta pesquisa dissertativa poderá ser "digerida" sem grandes dificuldades de maneira a estimular o interesse pelas formas de comunicação não verbal.

A proposta de trabalho, que apresentamos aqui, advém da necessidade de se simplificar e sistematizar as relações entre as formas de comunicação verbal e não verbal. O que estaremos buscando desenvolver neste primeiro trabalho representa uma pequena parcela de investigação nesta "fronteira" tão sutil que parece separar tais formas.

Estaremos pois trabalhando com a expressão bi-dimensional conhecida como fotografia em sua interação com a expressão verbal buscando os elementos de identificação desta relação.

unesp

A fotografia, veículo tão utilizado atualmente, tem sua estrutura básica assentada sobre a mesma perspectiva de outras formas de expressão não verbal, afora as formas tridimensionais e as gestuais. A gestual, de onde parece que todas as outras derivam, estará sempre em um limiar tão próximo do verbal e tão afastada no tempo de seu uso exclusivo, que seria mais adequada ao estudo dos sociólogos e dos antropólogos.

Ao elaborarmos este trabalho pensamos em como seria enfadonho se fosse montado na forma de classificações intermináveis e onde a avaliação e a justificativa se tornassem apenas um acessório indispensável. Partimos então para uma estrutura dissertativa, com as argumentações, os exemplos e as classificações entremeadas, de maneira a fornecer uma leitura agradável.

RESUMO

Após a reapresentação do Projeto da Dissertação, que visa pôr o leitor a par de onde nasceram as idéias deste trabalho, desenvolvemos a Introdução como um capítulo, com o intuito de atualizar as informações essenciais e estabelecer os parâmetros da pesquisa. Tratamos pois na Introdução dos seguintes assuntos: a fotografia enquanto imagem, as primeiras impressões que esta imagem pode suscitar, a definição de signo, o signo verbal e o não verbal, classificação dos signos segundo Peirce, a oposição de Humbero Eco para signo icônico, a solução provisória e a formalização do objetivo, a linguagem e o código no verbal e no não verbal.

No primeiro capítulo, entitulado O MUNDO DAS IMAGENS E A FOTOGRAFIA, tratamos das seguintes questões: a luz e a percepção da forma, o real e o imaginário, um problema semântico na análise de Platão, a linguagem como instrumento de medição da realidade, a realidade virtual e a cognitiva, a representação sígnica no transcurso histórico, o nascimento da fotografia e as influências desta invenção, e finalmente, os pontos relevantes a serem considerado nos capítulos seguintes.

No segundo capítulo, A EXPRESSÃO VERBAL, tratamos da interação entre o signo verbal e o não verbal passando pelas seguintes análises: o referente e o conteúdo sígnico, as imagens enquanto signo simbólico, o signo simbólico e o juízo de valor, o caráter temporal do signo simbólico, o signo e a função, a convenção arbitrária do signo na comunicação, a predominância ideológica do verbal sobre o não verbal e a classificação de grupos fotográficos segundo suas características e funções básicas.

No terceiro capítulo, A REPRODUÇÃO DA IMAGEM E A EXPRESSÃO VERBAL, trabalhamos com a significação das imagens fotográficas produzindo o máximo de articulações desta com a representação verbal, passando pelos seguintes temas: sequêncialidade / simultaneidade, realismo e verossimilhança, percepção e in-

terpretação, o poder de comunicação das imagens, elementos da linguagem gráfica, ensaios de leitura da fotografia na publicidade e comparação com o modelo lingüistico.

Na seqüência, apresentamos a CONCLUSÃO e os itens normais do Corpus da pesquisa.

ABSTRACT

After representing the Dissertation Project, aiming at informing the reader where this work ideas were born, we brought up the introduction informing what the research was about: the photograph as image, the first impressions this image can bring about the definition of sign, the verbal and non-verbal sign, classifying the sign according to Pierce, the opposition Humberto Eco stated for icon sign, the provisory solution and the formalization of the object aimed at, the language the verbal and non-verbal code.

In the first chapter, entitled **The World of Images and Photograph**, we handled light and form perception, the real and the imaginary, a semantic problem as Plato analyses it, language as an instrument to measure the reality, virtual and cognitive reality, sign representation through history, photograph birth and their influences and at last, the relevant points to be considered at the following chapters.

In the second chapter, **Verbal Expression**, we treated the interaction between verbal and non-verbal signs, analyzing: the referent, the sign content, the images while symbolic sign and the value judgment, the time character of the symbolic sign, sign and function, arbitrary convention of sign at communication, the verbal prevailing ideologically on non-verbal and the classification of photographical groups in accordance their characteristics and basic functions.

In the third chapter, **The image reproduction and verbal expression**, we dialed with the meaning of photographic images, producing the most of its articulations with verbal representation, passing by these themes: sequentiality / simultaneity, realism and verossimilarity, perception and interpretation, the power of images communication, the elements of graphic language, essays on reading photograph at publicity and the comparison with the linguistic model.

The **conclusion** follows out.

2. PROJETO DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

2.1. Parecer do orientador sobre encaminhamento da pesquisa:

O texto abaixo é uma cópia do documento enviado pelo orientador à direção da FAAC, e representa o seu pensamento em relação ao estágio de desenvolvimento da Pesquisa na data abaixo referida.

São Paulo, 10 de fevereiro de 1994

À Direção da Faculdade de Arquitetura
Artes e Comunicações da UNESP - Bauru

Na qualidade de orientador do mestrando prof. Fábio Simões Grossi, junto a Pós-Graduação do curso Projeto, Arte e Sociedade, da FAAC-UNESP-Bauru, bem como no projeto acolhido pelo Departamento como parte das obrigações das atividades do professor contratado em RDIDP, encaminho às devidas instâncias nossas considerações a respeito da proposta de desenvolvimento oriundas do projeto originalmente apresentado.

Como bem o sabem, por estar assim proposto em seu projeto original, o tema para dissertação consistia da verificação de rendimento (Feed Back), em uma disciplina de comunicação e expressão na terceira série do primeiro grau, antes e depois da aplicação de metodologia alternativa, utilizando a imagem fotográfica como recurso visual.

Embora entendendo meritório e indiscutível, conforme carta de apresentação anterior, a tentativa da pesquisa de campo e as dificuldades abaixo relatadas, levaram-me a aconselha-lo a mudar o objeto de pesquisa. Salientando entretanto que considero o orientando perfeitamente apto e capaz de conduzir aquela pesquisa, porém em nível de Doutoramento ou Pós-Doutoramento, com prazos compatíveis e condições de maior aprofundamento teórico.

Dada as condições desfavoráveis para verificação do objeto da pesquisa, devido a fatores como: relevância de amostragem, alto grau de interferências externas ao corpo de provas, complexidade no entrelaçamento de dados devido a natureza subjetiva dos conceitos envolvidos e outros discutidos com o orientando, propus que, ainda dentro do mesmo campo, fulcrasse a pesquisa, como se apresenta atualmente, levando em consideração a contribuição das disciplinas cursadas e ao possível e desejável aprofundamento, tão necessário à continuidade do projeto original.

Assim sendo, em comum acordo com meu orientando, a guisa de justificar a delimitação e relevância do tema ora proposto, bem como o encaminhamento metodológico sugerido, transcrevo abaixo um breve comentário sobre tema proposto para a apreciação das instâncias deliberativas.

O tema proposto é: A FOTOGRAFIA E A AÇÃO VERBAL -"Relações entre a Imagem Fotográfica e o Texto". Como podemos observar, o tema sugere uma pertinência muito maior tanto em relação as linhas de pesquisa da área do Pós-Graduação quanto aos propósitos do departamento onde leciona para o curso de Programação Visual, além de ser mais adequado a uma dissertação de mestrado.

Não acredito que seja necessário transcrever aqui todo o teor do projeto que vem sendo desenvolvido, mas gostaria de reafirmar que: Considero que o meu orientando Fábio Simões Grossi é de pleno, competente para levar a cabo aquele primeiro projeto, mas sobretudo pelo fato do curso o ter levado a uma reflexão filosófica sobre vários assuntos, mostrando inexeqüível em nível de mestrado uma pesquisa com tal abrangência, e mais, compreendendo que evo-

luiu pela contribuição de algumas disciplinas e pelas atividades programadas para encaminhar a delimitação do tema e abordagem metodológica de maneira satisfatória e com a minha anuência, submeto este julgamento aos procedimentos deliberativos das instâncias pertinentes.

Contando com a compreensão e o espírito meritório que devem nortear o julgamento sobre estes primeiros passos do pesquisador rogo que aceitem minhas cordiais saudações universitárias.

Luiz Barco

2.2. **Tema proposto para a dissertação:**

A fotografia e a ação verbal - Relações entre a Imagem Fotográfica e o Texto

2.3. **Delimitação do tema:**

Análise crítica da interinfluência entre a expressão verbal e a imagem fotográfica na leitura de algumas peças gráficas selecionadas de revistas e magazines nacionais, onde ambas tenham uso concomitante.

2.4. **Natureza da Pesquisa:**

Trata-se de uma incursão empírica, na área de Comunicação, com referências de cunho histórico, filosófico e metalingüístico.

2.5. **Justificativa:**

A linguagem não é dissociada do "pensamento" e de uma postura crítica. Se no ensino das disciplinas de comunicação visual verifica-se um processo de estratificação metodológica, o mesmo se dá no discurso pedagógico que traz em seu bojo o autoritarismo, a esteriotipia, impedindo que se crie junto com um novo processo metodológico, um novo discurso ao mesmo tempo crítico e criativo. A contribuição da leitura do não verbal se faz sentir a partir desse pressuposto no discurso.

Tendo exercido, não só como professor mas como técnico de laboratório, a cadeira de Fotografia na UNESP, durante os últimos 5 anos, percebi que o aluno não tem tido dificuldade de encontrar amparo sobre a história da fotografia ou sobre os meios técnicos de reprodução, mas a natureza do tema, não como fotografia de ilustração do texto verbal mas sim como uma linguagem subjacente

fulcrada no não verbal, tem sido de grande dificuldade para ele. Assim sendo, isso motivou-me a procurar fazer uma pesquisa que preenchesse essa lacuna da bibliografia universitária.

Se a melhor maneira de se chegar a uma definição conclusiva da autenticidade de alguns conceitos da comunicação visual for através da sistematização metodológica, é possível que a elaboração de subsídios para a leitura do não verbal forneça uma base de sustentação adequada para a comprovação dessa autenticidade.

2.6. **Objetivos:**

1.6.1.- Identificar, estimular e avaliar empiricamente as relações positivas entre a imagem fotográfica e a expressão verbal, afim de prover embasamento para aplicação didática e metodológica.

1.6.2.- Elaborar subsídios para leituras da imagem fotográfica como elemento de comunicação.

2.7. **Metodologia:**

De uma forma geral pretende-se, a partir de uma revisão bibliográfica nas áreas de fotografia, imagem e comunicação, onde os conceitos tenham maior credibilidade e aceitação acadêmica, identificar e descrever as bases e critérios para uma possível leitura do não verbal.

Assim sendo as etapas metodológicas desta dissertação deverão ser as seguintes:

1- Revisar a bibliografia dentro destas três áreas conforme descrito acima.

2- Selecionar textos e conceitos procurando estabelecer um consenso e padronização dos códigos lingüísticos.

3- Confrontar os conceitos com a observação investigativa e reflexiva respeitando a padronização estabelecidas, pelos códigos lingüísticos.

4- Organizar os conceitos e a argumentação em capítulos, segundo suas características básicas.

5- Selecionar peças publicitárias em cujo conteúdo note-se qualidades expressivas e se possa identificar com facilidade os termos e propostas sugeridas pela argüição dos capítulos anteriores.

6- Selecionar um modelo lingüístico como base de comparação com um possível modelo desenvolvido.

7- Estabelecer as bases para uma leitura reflexiva, mediante a exposição de conceitos e argumentação explanativa.

8- Elaborar conclusões e sugerir aplicações.

2.8. **Estrutura da Dissertação:**

Do que me foi dado levantar até agora e dos cursos que fiz pretendo desenvolver nesta dissertação a seguinte estrutura:

Uma dissertação aberta em uma introdução e quatro capítulos sendo que no capítulo introdutório pretendo desenvolver uma apresentação e o escorço histórico, no primeiro uma base filosófica sobre o universo da imagem e suas implicações com a invenção da fotografia, no segundo uma análise do levantamento bibliográfico a respeito do código lingüístico, no terceiro uma análise comparativa utilizando material coletado e no quarto a conclusão. Além dessa estrutura que representa o cerne da dissertação, pretende-se cumprir a execução do memorial, relatórios de atividades e todos os itens que fazem parte das normas do Pós-Graduação.

INTRODUÇÃO

Há uma extensa bibliografia tratando a questão da imagem, o que era de se esperar diante da relevância que tem, pois ela implica no conceito que se tem de realidade, ou seja, na evolução da Idéia e de suas relações com o Real.

Apesar da "civilização da imagem" ter começado a se delinear apenas "no século passado, com a possibilidade de multiplicação da imagem fotográfica"[1], desde os tempos primitivos o homem tem deixado vestígios da existência de duas realidades paralelas e intimamente relacionadas: o real e o imaginário. (A interação entre esses dois aspectos da realidade é que deu origem ao mito, assunto que possivelmente trataremos dentro de outro capítulo).

A importância da imagem para a sociedade contemporânea está intimamente ligada ao surgimento da fotografia. Porém, sua conceituação teórica é ainda imprecisa e contraditória.

Isso não impediu que o brilhante pesquisador, Professor Dr. Boris Kossoy, investigasse esta área do conhecimento indo ao fundo de questões de importância fundamental para o nosso tempo.

Seu trabalho aborda o valor da iconografia fotográfica - "através da tentativa de apreender a natureza e essência da fotografia, da busca por metodologias adequadas para sua análise crítica e da indicação de caminhos para a sua interpretação" - "para a nossa melhor compreensão do passado em seus múltiplos aspectos"[1].

Do conjunto de todas as idéias que me ocorrem, advindas da reflexão sobre tudo o que pude ler, desponta uma primeira e importante questão:

-Tudo o que vemos depende de um referencial interior.

---

[1] KOSSOY. Boris, *Fotografia e História*. São Paulo: editora Ática, 1989.

Isto significa um pouco mais do que *ponto de vista* ou *ótica de cada observador*. Significa que cada indivíduo vê e entende o que vê, a partir do conjunto de conceitos que tenha sobre si e sobre o mundo, e que estamos, continuamente, à medida que amadurecemos e apreendemos novos conceitos, ampliando o nosso referencial.

Porém, há ainda uma insatisfação, uma inquietação, pois em todas as imagens percebo uma intencionalidade comunicante. Algo como uma linguagem, cujos códigos estão presentes na própria imagem, que requer uma leitura diferenciada e ainda não devidamente ou corretamente explicitada.

Além do que, parece ser importante reconhecer o momento em que o sujeito e o objeto se fundem em uma única realidade, ainda que isto aconteça de maneira breve e fugidia cedendo lugar à lembrança, memória, pensamento ou sentimento.

Quando vemos uma foto, assim como vemos qualquer imagem fixa, sentimos como se abrisse repentinamente uma janela, provavelmente porque as janelas também são quadrangulares. E neste exato momento não vemos Punctum e nem Studium[2], apenas uma cena, entrando para dentro da sala, vinda sei lá de que lugar, mas isso não importa, imediatamente em seguida, estupefatos diante da imobilidade da cena, apercebomo-nos que a janela se fechou, pois só nos resta a lembrança, imóvel, irredutível a conversar com nossos botões.

Reconhecemos que esta impressão é algo vaga e principalmente foge às regras de uma estrutura cientificamente elaborada e ao próprio pensamento, enquanto linguagem figurada.

Para tanto, a partir deste ponto, sugerimos que qualquer nova proposição a respeito das imagens deva ser feita de maneira sistemática e fundamentada.

---

[2] BARTHES, Roland, *A Câmara Clara*. São Paulo: Edições 70, 1981. O conceito de Punctum e Studium é trabalhado neste livro às páginas 46 e 47. Revela uma leitura fotográfica consistente e singular.

Dizemos *sistemática* como forma organizada e auto organizadora do pensamento e da exposição, pois aqui, como diz Umberto Eco na introdução de seu livro *As Formas do Conteúdo*[3],

> "pode acontecer que uma cultura organize a experiência do conteúdo segundo certas formas, justamente porque a língua ou outro sistema comunicacional já lhe prescreve um sistema de formas expressivas que determinam a subdivisão da experiência. E pode acontecer que as formas da expressão estejam aptas a veicular as formas do conteúdo sem que haja uma relação precisa, termo a termo..."

ou seja, é necessário que busquemos a forma mais eloqüente de verbalizar o que **não** se apresenta à primeira vista como verbal, a imagem.

Não devemos nos esquecer que em primeiro lugar nós vemos o mundo, depois lemos o mundo. A imagem sempre antecede a linguagem.

É inoportuno considerar aqui se a imagem pode ou não ser classificada como uma *linguagem não verbal*, devido ao fato de ser estruturada de maneira diversa à da linguagem como: "expressão das idéias e pensamentos por meio de palavras faladas ou escritas; língua; idioma; estilo"[4].

O que nos cabe investigar em um primeiro momento é se a imagem enquanto signo está inserida no mesmo contexto da comunicação tanto quanto a linguagem verbal.

A importância de verificarmos os aspectos da imagem relacionados com a comunicação verbal se dá pelo fato de estarmos propondo uma análise da interferência de uma sobre a outra, como acontece, por exemplo, na crítica de uma obra abstrata; na interrelação imagem/texto de uma publicidade, em qualquer meio de divulgação que

---

[3] ECO, Umberto. *As Formas do Conteúdo*. São Paulo: Editora Perspectiva, coleção Estudos,1974.

[4] FLORENZANO, Éverton. *Dicionário de Ouro da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro, Edições de Ouro 1980.

possibilite o uso concomitante delas; e mesmo em relação à fotografia, que parece ser uma cópia do real, mas que traz consigo significações que vão além das inerentes ao objeto fotografado.

Ainda que a fotografia não tenha um caráter subjetivo aparente, o estudo semiótico dela passa por questões plásticas cujo conteúdo pode ter sido relegado a um plano inferior. O fotógrafo e o artista plástico podem fazer uso de uma tonalidade diferente da que estamos acostumados, uma textura, uma cor, um enquadramento, o foco, etc. Com isso a fotografia adquire um significado novo diferente do objeto real. Por exemplo: um rosto fotografado sob diferentes condições de iluminação - de baixo para cima ou de frente, luz direta (dura) ou difusa (suave) - pode transmitir sensações e expressões muito diferentes. Se colocadas lado a lado, as imagens chegam a suscitar sentimentos e idéias distintos num mesmo observador.

Basicamente, todas as imagens reconhecíveis - imagens que tenham um referente como modelo - são passíveis de se tornarem representações simbólicas. Porém as convenções que se tem a respeito da palavra *símbolo* a colocam num contexto particular do processo de comunicação.

Colin Cherry prefere adotar Signo a Símbolo por ser um termo mais geral. Em seu livro A Comunicação Humana[5] à página 463 apresenta a definição do Oxford English Dictionary

> "Símbolo - (Signo) considerado, por consenso geral, como capaz de tipificar ou representar ou fazer lembrar algo pela posse de qualidades análogas ou por associação de fato ou pensamento"

[5] CHERRY, Colin. *A Comunicação Humana - Uma Recapitulação, Uma Vista de Conjunto e Uma Crítica*. 2 ed., São Paulo: tradução de José Paulo Paes, editora Cultrix, 1971.

e em seguida comenta sua preferência, o que nos remete ao termo Signo. Dele mesmo temos uma distinção em SIGNOS-TIPOS e SIGNOS-EVENTOS, mas ambos partem de um conceito geral de Signo:

> "Uma transmissão ou construção mental, por via da qual um organismo influencia o comportamento ou estado de outro organismo, numa situação de comunicação."

O signo-evento seria:

> "a concretização física de um signo-tipo selecionado em alguma ocasião específica" de maneira escrita, falada ou gesticulada.

O signo-tipo:

> "(Um evento universal, não físico). Um signo tal como arrolado num alfabeto, dicionário, etc."

Não nos parece muito claro que imagem e signo vistos desta ótica se refiram à mesma coisa, principalmente por se restringir à forma escrita, falada ou gesticulada. Mas à página 123 de sua obra, Colin conceitua de maneira mais precisa, adotando, como Peirce, a forma signo icônico ou ícone para se referir à pintura e à escultura, criando alguma restrição à fotografia. Como a imagem fotográfica será vista em um capítulo à parte, podemos prosseguir daqui procurando entender melhor o que seria um signo icônico ou ícone.

À página 460 iremos encontrar

> "Ícone(-Signo). Um signo que se considera apresenta alguma analogia ou semelhança com a forma de seu DESIGNATUM (por ex., um desenho)"

Isto nos deixa limitados aos aspectos figurativos do desenho, pintura e escultura, e à medida que nos aproximamos do abstracionismo afastamo-nos do conceito de ícone.

Do ponto de vista adotado por Colin Cherry, a imagem enquanto símbolo está inserida no mesmo contexto da comunicação verbal, porém somente enquanto símbolo. De uma forma mais genérica e abrangente a imagem não chega a ser abordada.

Estas limitações são inconvenientes para tratarmos a imagem como um todo. Sentimos a necessidade de buscar em outro autor uma referência mais ampla das características da imagem em relação à comunicação.

As imagens formam um conjunto tão variado em relação as suas formas, suportes, materiais, cores, tratamento, textura, tonalidade, estilo e tantas outras características, que soa estranho falarmos delas apenas como sendo um ícone figurativo.

Existe uma abordagem sobre Signo, de Décio Pignatari[6], que merece ser mencionada. Ele parte do estudo etimológico, e usando uma linguagem descomplicada, mas bem fundamentada, nos permite perceber com clareza o caminho que o leva à sua brilhante definição, da qual este pequeno trecho a seguir abre-nos algumas possibilidades valiosas de reflexão;

> "De qualquer forma, convém reter a idéia de signo enquanto alguma coisa que substitui outra"

e mais adiante cita o exemplo de Pavlov na experiência com o cão e a sineta.

Esta definição nos parece mais abrangente, pois possibilita entendermos que uma imagem, de qualquer natureza, possa sempre ser tomada como um signo, ainda que se venha a classificá-la, como o faz Décio Pignatari nas páginas seguintes de seu livro , sem prejuízo dos atributos da definição.

No que diz respeito à imagem, uma classificação é também conveniente. Porém seria mais adequado que fizéssemos uma classificação da imagem enquanto Signo.

Além das três categorias de Signo de Peirce, adotadas por Décio e transcritas abaixo na seqüência, pensamos que deva existir uma quarta que explicaremos em seguida.

---

[6] PIGNATARI, Décio. *Informação Linguagem Comunicação*. São Paulo: editora Cultrix, 1988.

CLASSIFICAÇÃO DOS SIGNOS

"Em relação ao referente, ou seja, à coisa que se refere ou designa, o signo pode ser classificado em:

a. Ícone, quando possui alguma semelhança ou analogia com o seu referente. Exemplos: uma fotografia, uma estátua, um esquema, um pictograma.

b. Índex ou Índice, quando mantém uma relação direta com o seu referente, ou a coisa que produz o signo. Exemplo: chão molhado, indício de que choveu; pegadas, indício de passagem de animal ou pessoa; uma perfuração de bala, uma impressão digital, etc.

c. Símbolo, quando a relação com o referente é arbitrária, convencional. As palavras, faladas ou escritas em sua maioria, são símbolos. Quando eu pronuncio os fonemas correspondentes a mesa, por exemplo, o som complexo que emito designa um determinado objeto por convenção estabelecida (embora muito se possa discutir sobre a genética morfológica desse tipo de signo). Já a palavra escrita, desenhada -mesa- que representa aqueles fonemas, inclui-se entre os símbolos por se tratar do signo de um signo, como observa Charles Morris."[7]

---

[7] PIGNATARI, Décio. op.cit. p. 19

A estes três conceitos, dever-se-ia acrescentar algo que contemplasse a *eventos subjetivos* representados por *imagens abstratas*. Chamamos de imagem abstrata a forma de representação sensível[8] que se afasta das convenções ou códigos.

Esta seria então uma quarta categoria, não muito importante no caso específico da fotografia posto que não se mostra como imagem abstrata, mas certamente representa um ponto crucial no estudo das artes plásticas.

Em seu estudo sobre os códigos visuais, Umberto Eco[9] aborda a legitimidade da pesquisa em relação às distinções triádicas do signo propostas por Peirce. Estranhamente não questiona as definições adotadas para a qualificação do signo em si. Obviamente, para ambos, o quali-signo - (mancha de cor em um quadro abstrato), não passa de uma descrição de si mesma, e dessa forma, impossível de ser interpretada como evento, a não ser que seja convencionado, e então é elevado à categoria de símbolo em relação ao objeto ou dici-signo em relação ao interpretante.

Em seu discurso, Umberto Eco se posiciona irredutível em aceitar a definição de Peirce para o signo icônico. Considera-a um erro científico e mesmo aos acertos terminológicos adotados por Morris - "todo aquele que nos parece reproduzir algumas das propriedades do objeto representado" -, considera-os um artifício cômodo de elaborar a definição, pois que não nos revela como tais signos são realmente percebidos. Reconhece, entretanto, que o papel da convenção para o reconhecimento das semelhanças entre o objeto e a representação figurada permita-nos o uso da expressão signo icônico, "contanto que essa definição não se hipostatize", torne-se permanentemente aceita, consolidada.

Realmente não há uma solução para o problema, porém como o mesmo ocorre com o signo lingüístico, ou seja, não se pode tomar a palavra pela coisa que ela repre-

---

8 Representação sensível - leia-se aqui como: forma de expressão dos sentimentos ou idéias através de formas e cores vagas, no caso expecífico do parágrafo referimo-nos à imagens sem correspondência figurativa ou convencionada.

9 Eco, Humberto. *A Estrutura Ausente*. São Paulo: Perspectiva, Coleção Estudos, 1971 - (ver capítulo 1. Os Códigos Visuais, p. 97 à 121)

unesp

senta sem que se estabeleça um código, esta condição de artificialidade da definição não é uma condicionante em nosso trabalho.

Linguagem é código, é convenção, conjunto metódico e sistemático de regras e normas que se estabelecem em um vocabulário convencional para fins de comunicação social.

Para que um objeto possa ser indicado por um locutor e reconhecido por outro é necessário que os dois adotem o mesmo código. Na medida em que se estabelecem os códigos visuais as imagens também passam a ser reconhecidas, por exemplo: os balões onde são escritos os textos nas histórias em quadrinhos têm forma e contorno condizentes com a ação. Os balões de fala sussurrada têm o contorno tracejado, os de pensamento são ligados ao personagem por uma série de balões menores ao invés de uma seta etc...



Figura 1 (exemplo da convenção usada para os balões nas histórias em quadrinhos)

Além do que, não pretendemos desenvolver nesta pesquisa nenhum conceito lingüístico novo, mas, ao contrário disso, buscar uma forma de aproximação entre os conceitos lingüísticos existentes aos da semiótica para melhor entendermos os signos de uma imagem fotográfica.

CAPÍTULO1

O MUNDO DAS IMAGENS E A FOTOGRAFIA

Talvez, a maior dificuldade deste capítulo seja a de termos que admitir, que os fatores envolvidos com o assunto tendem ao domínio de tantas ciências, que possivelmente nos escape o essencial, se o abordarmos apenas por um determinado prisma.

Mas acreditamos que a melhor abordagem inicial seja a superficial, tratando cada aspecto da imagem, não somente com o aprofundamento científico mas também com a sensibilidade da alma, aberto a cada possibilidade.

É fato que o mais importante dos cinco sentidos, pelos quais percebemos a realidade de nossa existência, é o da visão. Ainda que não seja ela, a visão, a responsável pela compreensão de nossa própria existência, é através dela que nos chega a maior parte do conhecimento, seguindo-se a ela a audição, tato, olfato e paladar.

Vemos luzes e cores a nossa volta, sabemos que ao contorno de cada cor se limita a forma, e as tonalidades descrevem o volume desta mesma forma.

Podemos sentir cada forma com os olhos, indo além do que seria inerente a eles: podemos sentir a aspereza e a maciez da superficie e isso nos causa um tremor, assusta-nos. Estariamos divagando?

Não cremos. São tão comuns as figuras de linguagem na literatura, que nos permitimos acreditar na possibilidade do ser humano poder ir além dos limites de cada um dos seus cinco miseráveis sentidos.

Mas o que significa esse ir além?

Nossos olhos não são como máquinas fotográficas ou filmadoras que registram a luz simplesmente.

Há aproximadamente cinco anos atrás, assistimos a um audiovisual intitulado "A linguagem das cores" de Bruno Tausz, produzido pelo Centro de Pesquisa de Arte - Rio de Janeiro-RJ em 1976. Um trabalho belíssimo de atualização da teoria das cores onde eram abordados várias questões e descobertas da ciência.

Um dos capítulos abordava o homem e sua visão, mostrando física ótica e anatomia dos órgãos responsáveis pela visão. Dizia que os raios luminosos banhavam os objetos e estes absorviam uma certa quantidade e qualidade da luz e refletiam-na parcialmente, criando assim a primeira condição, de que cor e aspecto externos possam ser avaliados.

A luz refletida desses objetos penetra pelo orifício central da íris, atravessando o cristalino (espécie de lente de nossos olhos), projetando uma imagem sobre a retina, no fundo dos olhos, como um slide sobre uma tela. É a partir daí que a beleza da natureza humana começa a nos empolgar. Em primeiro lugar, apesar de isto ser inerente a todo animal, a imagem se projeta invertida, de cabeça para baixo. Desta forma invertida, sensibiliza milhões de células nervosas, e com a ação de dois agentes químicos que retardam ou aceleram a percepção das cores em cada conjunto de célula responsável por cada cor primária, o que era luz se transforma em impulso eletro-químico. Impulsos incessantes, ininterruptos, que percorrem, através do nervo ótico, desde cada uma das células excitadas até o nosso cérebro.

No cérebro os impulsos elétricos são processados, admitidos como *verdades da nossa realidade exterior que penetraram nosso organismo*, e estranhamente são corrigidas de toda imperfeição que a imagem possa ter.

Se estavam de cabeça para baixo, agora ficam em pé, se eram formadas de pontos de cores primárias, agora são milhões de cores sem descontinuidade alguma. E ainda que saibamos que os esquimós não reconhecem mais do que uma tonalidade de

verde, gostamos de pensar que nossos olhos físicos experimentam a realidade, a verdade.

Note-se que em nenhum momento foi mencionada a interpretação filosófica da imagem; estamos nos referindo aos aspectos físicos e orgânicos dela.

Certa vez assistimos um gato atacando o monitor de um televisor onde aparecia um pássaro cantando; certamente ele acreditava na realidade que sua visão lhe oferecia, ou talvez eu é que não percebesse alguma outra razão para ele ter feito o que fez. Desta forma entramos em um outro aspecto da imagem que "talvez" não seja comum a outros animais, a interpretação da imagem.

Na verdade, se é ou não inerente a outros animais, com certeza não é facilmente investigável, posto que não nos comunicamos com eles para saber, razão pela qual usamos a expressão "talvez". Estamos atados, em nossas investigações e observações, a fatores que apontam para um número muito grande de possibilidades. No entanto, as características dos seres humanos nos são mais familiares, a partir de nossa própria experiência e reconhecimento dos códigos lingüísticos que permitem a comunicação. Podemos observar, por exemplo, que o ser humano vai além do simples fato de acreditar naquilo que vê. Ele racionaliza, porém, olha para o relógio e vê o tempo passar.

O que nos importa dessas questões são os vários aspectos que podem estar relacionados com a nossa forma física de perceber, e também com uma possível diferença, de indivíduo para indivíduo, na ação interpretativa das imagens.

Se o mundo que vemos difere do mundo que os animais vêem, isto merece ser analisado, faz parte de um contexto antigo, onde se discute o real e o imaginário. Aquele gato, que acabamos de mencionar, não distingue a diferença entre um pássaro verdadeiro e outro projetado na tela da TV, ou ainda, o som de um pássaro verdadeiro e o som da TV. Um ser humano poderia agir da mesma forma e não seria menos humano por causa disso, talvez menos civilizado, como o índio por exemplo, mas não menos humano.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

A questão aqui é, saber se o mundo imaginário é distinto do mundo real e qual a importância de cada um desses mundos, se é que existe essa distinção.

Platão em um de seus diálogos[10] nos apresenta a seguinte situação:

> "(...) se considero, por exemplo, uma folha de papel em branco, verifico que, na realidade não é branca; quer dizer, não é totalmente branca, mas comporta tonalidades do amarelo; é, apenas, quase branca; outro tanto ocorre com a sua presumida retangularidade; nem seus lados são total e absolutamente retos, nem retos são seus ângulos. Todavia acresce mais: esta folha de papel não existiu sempre, mas somente desde algum tempo; dentro de alguns anos, também não existirá mais. Portanto, é branca mas não branca, é retangular mas não retangular; "é" e "não é"; ou, pelo menos, não o é plenamente."

A questão não parece esclarecedora, se disséssemos que - embora não seja rigorosamente branca, a folha de papel é quase branca.

Para Platão isto seria respondido da seguinte maneira:

> "Afirmando que é *quase branca* lhe negamos a alvura absoluta, em comparação com o que é branco *sem restrições*; quer dizer, para ver que uma coisa não é *verdadeiramente* branca, necessito já saber o que é branco; porém como nenhuma coisa visível - nem a neve, nem a nuvem, nem a espuma - é absolutamente branca, isto me conduz a alguma realidade distinta de todas coisas concretas, que será a *brancura total*. Dito em outros termos, o ser *quase branco* de muitas coisas requer a existência do *verdadeiramente branco*. Que não é coisa alguma, senão que está fora de todas as coisas."

A este *ser verdadeiro*, distinto das coisas, é que Platão chama *idéia*.

---

[10] Apud., CONDÉ, Bertho. *Roteiro de História da Filosofia*. São Paulo: editora Piratininga, 1965, p.117

Seria o gato de nossa história menos sensível ao branco da folha, a ponto de não reconhecê-lo distinto de outras tonalidades? Ou na verdade estaríamos diante de um dilema puramente semântico? Vejamos a questão por outro prisma. Se falássemos de um preto absoluto, veríamos que na ausência total da luz podemos observá-lo em sua condição real, então ele já não é um conceito; tudo que tende a ele ou se aproxima de suas qualidades pode ser chamado de preto porque conhecemos o que ele é. O branco em relação ao preto é branco por oposição e não por observação direta, e tudo que se aproxima das qualidades dessa oposição é então chamado de branco. O fato de não podermos experimentar as sensações de um branco absoluto, posto que a luz solar é amarelada em relação a outros astros já observados, não implica na impossibilidade de sua existência como condição real de máxima luminosidade possível. Não há razões para se questionar uma qualidade de Ser Real dentro de uma condição impossível.

É importante notar, entretanto, que as borboletas podem perceber um espectro de luz solar diferente do nosso. O mundo observado por elas tem uma condição de realidade distinta da dos seres humanos. Também entre os seres humanos, alguns são insensíveis às cores, o mundo não lhes parece menos real por isso, mas as cores não fazem parte da realidade observada por eles. Não é a cor em si que goza de maior ou menor condição de existir como algo real, são os seres que têm maior ou menor condição de experimentá-las.

Então não seria certo dizermos que existe um mundo real, mas nós não o conhecemos de fato, não por uma questão semântica, mas por condições fisiológicas?

Todas as limitações da condição fisiológica do ser humano apontam para essa possibilidade. Nossos sentidos não apresentam a condição perfeita para apreendermos a realidade em toda a sua plenitude. Assim construímos aparelhos para substituírem os nossos sentidos na busca de uma aproximação com um possível mundo real. O microscópio, o telescópio, o raio x , a matemática, a linguagem, e outros.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Mas retomando a questão do gato podemos atentar para um outro aspecto da realidade. A televisão existe para alguns humanos como uma realidade virtual, ele sabe que o pássaro da televisão não é verdadeiro e, sim, uma imagem; para outros ela é como o gato a experimenta, como uma realidade efetiva. Isso equivale a dizer que o imaginário, além de ter uma impossibilidade fisiológica de acesso pleno ao mundo real, necessita do discernimento, da capacidade intelectual, para distinguir entre a realidade cognitiva e a realidade virtual.

Apesar de termos claro que o principal objeto deste trabalho é a imagem enquanto objeto fotográfico, cabe salientar aqui que o processo de apreensão deste tipo de imagem sofre grande influência de muitos séculos de vivência anteriores ao descobrimento do processo fotográfico.

As imagens quase sempre superam as expectativas no que diz respeito ao seu poder de comunicação. As qualidades expressivas, a força de penetração e convencimento das imagens, em relação ao ser humano é surpreendente. Tudo isso pode ser observado facilmente no transcurso da história da humanidade, desde o homem das cavernas até o homem contemporâneo.

Apesar de não termos uma certeza absoluta sobre as verdadeiras intenções das pinturas rupestres da pré-história - algumas hipóteses sugerem que elas serviriam para manter acesas as cenas de caça durante o longo período de inverno e para que os mais velhos pudessem ensinar aos mais jovens a aparência de suas presas ou as técnicas de captura; outras hipóteses sugerem que tais pinturas teriam um sentido místico de louvor a fartura e ao sucesso nas caçadas -, quaisquer que tenham sido os objetivos de tais pinturas, nos causa deslumbramento o seu realismo, a riqueza de detalhes e a propriedade com que trabalhavam as cores, realizadas em um período onde o homem começava a engatinhar nos conhecimentos de si mesmo e do mundo que o cercava.

O que quer que tenha motivado os homens a produzirem suas imagens, revela-nos uma indiscutível valorização dos recursos visuais na comunicação. Revela-nos,

unesp

ainda, que as imagens são representações de um pensamento completo, assim como a expressão verbal, com um poder de síntese inigualável. Homens que mal articulavam um pensamento podiam expressar e compreender as representações bi-dimensionais, sem dificuldades para entender os traços que representavam as patas ou os chifres de seus bisões.

A trajetória parabólica de suas lanças, alcançando os órgãos vitais da presa, estão representadas nas cenas de caça, ainda que não conhecessem as leis da física para tal ocorrência, seu conhecimento empírico pôde ser documentado através de suas representações gráficas.

A maior curiosidade encontrada no transcurso histórico das representações figurativas é o fato de que durante muitos séculos os seres só eram representados no sentido de sua maior extensão, como no exemplo das silhuetas abaixo.



Figura 2 (silhuetas em maior extensão)

Representados desta forma o reconhecimento era obviamente mais fácil do que nos exemplos seguintes.



Figura 3 (silhuetas na menor extensão)

Como se pode ver nestes exemplos, ainda que se possa identificar os espécimes, para compreendermos que o elefante está representado visto de frente temos que usar o processo dedutivo, falta-nos aos sentidos da observação direta a tromba, as presas e as outras duas pernas, nem mesmo sabemos se ele se apresenta indo ou vindo. Dos

humanos faltam os braços e as mãos; dos outros animais não podemos dizer com certeza de que espécie são realmente. O primeiro pode ser um coati ou um ornitorrinco, o segundo um gnu ou uma cabra e o último um urso ou um furão, não sabemos.

Conhecida como Lei da Frontalidade, esta característica das representações figurativas predominou durante muito tempo. Na pintura egípcia, por exemplo, ela se torna marcante e é sempre comentada como a categoria mais relevante do desenho e da arte no Egito e nas antigas culturas.

Mas as representações figurativas da pré-história, ainda que regidas pelas características descritas acima, apresentavam em muitos casos um alto grau de detalhamento que chega a impressionar.

Notamos, no detalhe desta pintura encontrada na caverna de Altamira, na Espanha, como a sobreposição das patas dianteiras do animal é representada com um ligeiro desfoque junto ao corpo.



Figura 4 (caverna de Altamira - ver nota em anexo)

Nem sempre as pinturas da pré-história tiveram esta qualidade de representação com proporções e grau de iconicidade tão elevados. Neste outro exemplo, da caverna

de Lascaux na França, podemos notar traços mais esquemáticos, com as figuras representadas quase que apenas pelos seus contornos. Note-se, porém, que há uma preocupação em limitar a área de representação do bisão com uma porção de branco ao fundo, fornecendo o contraste necessário para salientar o perigo que os chifres do animal podem representar para o caçador. Este se encontra na posição inclinada, como se estivesse tombando abatido pelo animal.



Figura 5 (caverna de Lascaux - ver nota em anexo)

Há uma marcante preocupação de registrar as relações entre o homem e sua fonte de alimentação em quase todas as imagens desta caverna. Nota-se acentuada diferença de traços, como que se nesta, a caverna de Lascaux, a urgência em resolver os problemas comandasse os gestos do desenhista.

Examinando os dados arqueológicos, após termos feito esta leitura sucinta, pudemos confirmar as razões dos traços "urgentes"; as pinturas da caverna de Lascaux, no sudoeste da França, datam de quinze mil a dez mil a.C. e foram produzidas pelos

povos Cro-magnon, na idade do gelo na Europa, provavelmente sofrendo uma escassez de alimentos muito grande.

Podemos dizer, seguramente, que grande parte das representações figurativas que conhecemos, seja do passado distante ou não, participam desta dualidade temática: dentre uma infinidade de temas propostos, uns são contemplativos e outros são ativos, seus autores participam como repórteres dos acontecimentos, impondo uma mudança de comportamento diante das situações expostas.

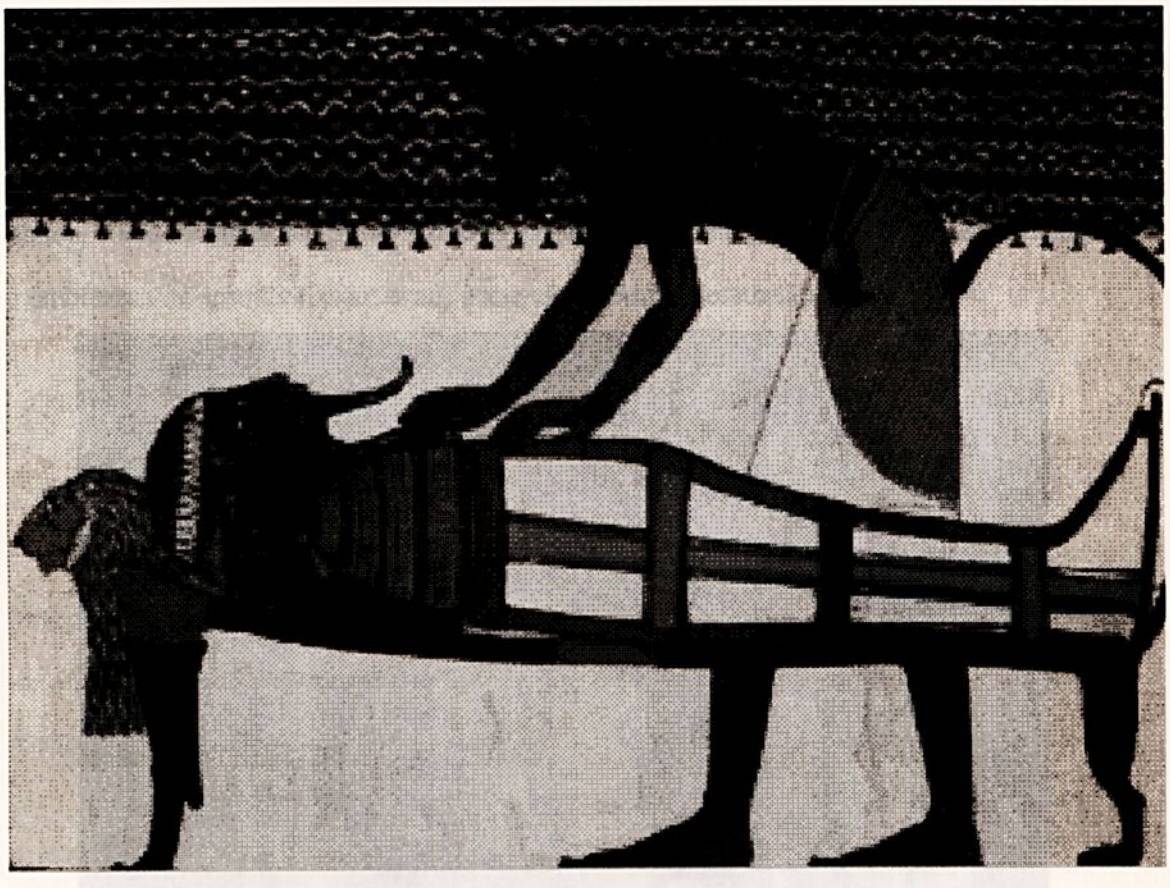


Figura 6 (pintura egípcia "Anubis" - ver nota em anexo)

A arte egípcia é descritiva por excelência, invariavelmente ela é acompanhada de inscrições e apresenta uma estrutura narrativa. A pintura, na maioria em papiros ou murais, se apresenta com regras rígidas como: cor da pele diferenciada e invariável

para a figura masculina e feminina, pé esquerdo à frente do direito, proporções da figura de acordo com o grau hierárquico etc...

As cenas, bastante despojadas de naturalismo[11], apresentam grande quantidade de entidades divinas, figuras parte homem parte animal, que se ligavam estreita e simbolicamente à figura do Faraó e, embora a referência principal fosse a figura do Faraó, o sentido religioso ou o sentido de divindade acaba por impregnar o ideal plástico-estético.

Os gregos e os romanos definiram outras prioridades para as artes. Suas lutas, seus heróis e seus símbolos, se espalhavam na mesma medida em que sua conquista e dominação alcançavam novos territórios. Era uma forma de persuasão, certamente mais eficaz do que a egípcia com seus Deuses e suas crenças. Cenas de lutas, com soldados, fortes, armados e paramentados; bigas conduzidas por muitos cavalos; brasões e emblemas do grande César; eram estas as armas da persuasão.



Figura 7 (alto relevo - detalhe - Roma)

11 Naturalismo: empregado aqui como o termo utilizado na História das Artes para se referir à pintura de elementos da natureza.

A opção pela escultura e pelo alto relevo deve-se ao fato destes terem em si um sentido de perpetuidade muito maior do que a pintura. A monumentalidade da Arquitetura participa desta mesma finalidade e não é por outra razão que a fotografia monumental e o cinema foram decisivos na campanha nazista de Hitler.

A persuasão pela força das imagens deixou registros com marcas profundas na alma humana.

Persuadir significa levar a crer ou a aceitar, convencer aos outros de que as suas propostas ou idéias sejam as corretas, verdadeiras.

Em seu livro, Linguagem e Ideologia[12], José Luiz Fiorin nos diz:

> "Quando um Enunciador comunica alguma coisa, tem em vista agir no mundo. Ao exercer seu fazer informativo, produz um sentido com finalidade de influir sobre os outros. Deseja que o enunciatário creia no que ele lhe diz, faça alguma coisa, mude de comportamento ou de opinião etc. Ao comunicar, age no sentido de fazer-fazer. Entretanto, mesmo que não pretenda que o destinatário aja, ao fazê-lo saber alguma coisa, realiza uma ação, pois torna o outro detentor de um certo saber."

Em relação as formas não verbais este conceito se aplica da mesma maneira, uma imagem, como vimos nos parágrafos anteriores, informa algo que traduz a visão do enunciador, tendo ou não como objetivo fazer com que o enunciatário aja, torna-o detentor de um certo saber.

As fotografias e os filmes, por exemplo, nos informam a respeito da existência de cidades em outros continetes, porém o enunciador pode omitir, ou não, a existência das populações carentes destas cidades, influenciando o enunciatário com o seu fazer informativo.

---

12 FIORIN, José Luiz. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Editora Ática, 1988.

Mas antes de iniciarmos a abordagem sobre a influência da imagem fotográfica, que deverá ocorrer no terceiro capítulo, retomemos nossa incursão sobre a evolução das imagens figurativas nos principais períodos históricos.

A pintura romana do período compreendido entre o século V a.C. e o século IV d.C. mostra uma acentuada evolução no que diz respeito a representação do volume através do claro e escuro. Os temas, que inicialmente eram voltados para as lutas e as guerras, vão buscando inspiração em cenas do cotidiano. A linha de contorno das figuras vai desaparecendo até dissolver-se completamente no século I d.C..

A partir do início do século V d.C. a Igreja Católica passa a absorver a produção e o controle de um grande volume de trabalhos artísticos, interferindo na temática e técnica dos mesmos.

A Igreja, sabendo das dificuldades que o povo, leigo e analfabeto, enfrentava para compreender as passagens bíblicas de sua pregação, revestiu as paredes e janelas dos templos com imagens muito sugestivas. A Igreja se torna poderosa e rica e a imagem do Cristo crucificado ganha numerosas versões, cada qual adequada ao biotipo de seu espaço-tempo, como se o fato tivesse acontecido a poucos anos no mesmo lugar onde o quadro estivesse exposto.

Outras cenas bíblicas evocavam os mais variados sentimentos, piedade, compaixão, misericórdia, humildade, esperança e fé. Sempre, convenientemente a cada época e cada lugar, o Cristo podia ser representado seminu em martírio ou ricamente vestido no triunfo celestial. Em qualquer situação que estivesse, uma aura *dourada* (símbolo de riqueza espiritual) pairava sobre sua cabeça.

Cabe salientar que era nas expressões estampadas no rosto e no olhar das figuras onde se podia perceber os sentimentos humanos em relação às cenas ou situações. Isto equivale a dizer que, num primeiro momento, reconhecemos estarem os *signos* não verbais não na pintura em si mas, sim, nas semelhanças que esta reproduz em relação ao objeto retratado.

unesp

O auge da pintura representativa se encontra no Renascimento, quando as leis da perspectiva, perfeitamente aplicadas, passam a retratar com maior realismo aquilo que o olho humano vê. Os móveis e as paisagens urbanas passam ainda mais a integrar as pinturas, como elementos da composição, dando vazão a um sentimento lúdico de que o homem pode dominar o espaço. A luta pela superação da técnica pictórica se sobrepõe à necessidade de se comunicar o momento social e histórico. As cenas eram construídas de maneira organizada e artificial. Os modelos posavam durante longos períodos para que seus retratos saíssem fiéis e exatos. Os poucos expoentes, que se destacaram em busca de uma expressão mais interiorizada, estavam à frente de seu tempo como que a indicar o caminho a seguir. Não raro, suas pinturas só se tornaram famosas ou realmente compreendidas muito tempo depois de suas mortes.

A sucessão de estilos artísticos que se seguem após o Renascimento permaneceram fiéis à representação figurativa de forma naturalista até o impressionismo. Superficialmente só se notam diferenças nas linhas de composição, no enquadramento, na variação dos temas, no detalhamento das formas, na maneira de depositar o pigmento sobre o suporte, na tendência cada vez maior pelo expressivo e pelo realismo, determinado, principalmente, pelo uso da luz, da sombra e da cor.

Porém, se analisarmos mais profundamente, iremos notar que a arte incorpora e retrata a moral e os conhecimentos científicos de sua época. Um exemplo disso pode ser citado na pintura impressionista, na medida em que foi fortemente influenciada pelas descobertas da física ótica - refração e absorção da luz - e que fez com que o pintor Gauguin pintasse um cavalo em tons de verde. Teoricamente, por ser branco, ele sofreria influências cromáticas da vegetação do entorno, entretanto o público leigo em relação às descobertas científicas, sobretudo acostumado a outras formas de representação pictórica, se indignou, e mesmo o homem contemporâneo, custa a admitir um cavalo verde.

A invenção da fotografia em 1826/1827 é atribuida a José Nicéphore Niépce em Chalon-sur-Saône, sua terra natal. Porém seu processo de obtenção de imagens foi abandonado e cedeu lugar às invenções de Louis Jacques Mandré Daguerre, com quem Niépce trabalhou durante algum tempo até sua morte em 1833. Daguerre descobriu e desenvolveu um processo ao qual denominou "daguerreótipo". Suas demonstrações na Academia de Ciências e Belas Artes, na França, o tornaram conhecido como o pai da fotografia.

No Brasil, o aventureiro Antoine Hercules Romuald Florence, nascido em Nice na França, em 29 de fevereiro de 1804, deixou registros de sua invenção, a Photographia, datados de 1832. Apesar deste fato ter uma grande relevância histórica, não alcançou fronteiras de modo a sensibilizar a comunidade histórico-científica ou mesmo o comportamento social de sua época. Sua descoberta foi pesquisada por Boris Kossoy, que publicou em 1980 um estudo sobre a vida e a obra de Hercules Florence[13].

Em 19 de agosto de 1839, data consagrada como o nascimento público da fotografia, o Governo Francês comprou de Daguerre e do filho de Niépce a patente de seu invento tornando-a de domínio público.

Na França, em 1854, Adolphe Eugéne Disdéri fabricou uma máquina que produzia oito fotos no tamanho de um cartão de visitas e chegou a vender 2400 provas por dia.

Até 1860, na Inglaterra, se venderam 300 a 400 milhões de fotos por ano. Em Washington e Nova Yorque, Mathew B. Brady e seus colaboradores realizaram mais de 30.000 fotografias no ano de 1861.

A partir da invenção das capas gelatinosas de bromuro de prata, pelo inglês Richard Leach Maddox em 1871, a qualidade das imagens estimulou um grande interesse comercial que só se consolidou vinte anos mais tarde, no período de 1900 a 1918.

---

13 KOSSOY, Boris. *Hercules Florence, 1833: a Descoberta Isolada da Fotografia no Brasil*.São Paulo: Rumo Gráfica Editora Ltda., 1980.

Cabe salientar que, muito antes da invenção da fotografia, muitos pintores utilizavam-se do aparelho conhecido como câmara escura para captar e delinear o contorno de seus esboços, conferindo à arte uma característica fotográfica.

Mas não foi a partir da comercialização da fotografia que se nota a influência desta sobre a arte, pois já no período de 1839 a 1850 o surgimento de artistas fotógrafos como Nadar, Carjat, Robert Adamsom, David Octavius Hill, Adam Solomon, Le Gray e Julia Cameron, começa a instigar os ânimos e a provocar tensões. Alguns postulavam sobre as diferenças entre a fotografia artística e a industrial, enquanto outros questionavam haver qualquer validade artística na fotografia.

Se, na fotografia do final do século XIX até a primeira década do século XX, o caminho mais seguro para se impor como arte era assemelhar-se à pintura, através da temática, na pintura deste mesmo período esta relação pode ser observada no sentido inverso.

Na pintura, os impressionistas buscando captar o momento, como num instantâneo fotográfico, passam a usar a técnica de pinceladas largas e rápidas na tentativa de simplificar o trabalho e a fim de poder terminá-lo em pouco tempo.

O enquadramento, ou ângulo de observação, das pinturas de Degas, Toulouse Lautrec, Cezánne, Van Gogh e Renoir, no período de 1870 a 1900, são nitidamente fotográficos.

Em muito pouco tempo a fotografia tornou-se uma "coqueluche", todos queriam suas imagens perpetuadas, imaculadas e, principalmente, acessíveis e realistas como nunca fora possível antes.

Imortalizar-se através da fotografia era como imortalizar a própria alma. Era mesmo muito diferente do que se podia conseguir com a pintura. Um bom exemplo disso foi a indignação causada pela foto "As duas estradas da vida", de Oscar Rejiander, porque em seu quadro fotográfico apareciam alguns modelos nus. Esta fotografia, feita em 1857, foi adquirida pela Rainha Victória, e a polêmica causada em torno do

fato de que os modelos teriam que estar realmente nus, revelam não somente o tabu que isto representava na época mas, principalmente, o caráter de sua inquestionável iconicidade.

Os pontos a serem considerados nesta trajetória são:

a- Sobre a Forma das imagens:

a1- De um modo geral, os suportes bidimensionais mais próximos da fotografia que se pode considerar, anteriores ao descobrimento do processo fotográfico, são: a pintura, a gravura, o desenho e a tapeçaria. A pintura existe desde a idade da pedra e se caracteriza por reproduzir, segundo uma ótica pessoal, as idéias que seus autores tinham a respeito das coisas que viam ou imaginavam. Na fotografia, o "recorte" e o "momento" são características dessa visão pessoal.

a2- Há duas Formas distintas de imagem: uma que revela uma indisfarçável intencionalidade em relação ao observador e outra aparentemente contemplativa. De qualquer modo, ainda que não se admita existirem imagens contemplativas, percebe-se que estas imagens são desprovidas de relações significativas que suscitem mudanças de comportamento social em seus observadores.

Uma natureza morta ou uma paisagem podem modificar o estado de ânimo de uma pessoa, sem que isto altere sua conduta ética ou moral.

a3- As imagens sempre sofreram as influências de cada lugar e de cada época através dos tempos. Há que se tomar muito cuidado ao avaliar uma imagem de uma época/lugar com valores culturais de outra.

b- Sobre o conteúdo das imagens:

b1- O reconhecimento das imagens como instrumentos de medição da potencialidade de um ser como algo real não invalida a possibilidade de estarmos equivocados sobre a natureza e essência deste mesmo ser.

N.º 231
BIBLIOTECA - UNESP
CAMPUS DE BAURU

b2- Ainda que as representações figurativas sejam um testemunho vivo de fatos incontestávelmente ocorridos, elas podem estar impregnadas de sugestões distorcidas de como e porque os fatos ocorreram.

b3- As maiores dificuldades de leitura e interpretação das imagens estão diretamente ligadas às relações destas com os objetos no mundo real; na medida em que nos afastamos da representações figurativas naturalistas o poder de comunicação das imagens fica restrito a uma elite, para a qual os valores estéticos adquirem status de signo. Isto nos leva a supor que existam pelo menos dois estágios de percepção das imagens.

Considerando que, mesmo nas imagens naturalistas, eventualmente possam existir detalhes simbólicos e abstratos, urge que qualifiquemos estes estágios.

Denominaremos estes estágios como: estágio objetivo e estágio subjetivo.

No estágio objetivo, a identificação do objeto é imediata, a fotografia se comporta como um ícone revelando todas as qualidades e condições do objeto.

Já no estágio subjetivo, o objeto raramente participa integralmente da imagem ou nem mesmo aparece nela. Na fotografia, este estágio traduziria uma condição indicial ou simbólica.

Neste capítulo desenvolvemos a fundamentação filosófica para a compreensão dos processos de análise de peças gráficas onde a fotografia tenha uma participação efetiva.

Os exemplos, tão necessários ao entendimento das definições aqui apresentadas deverão, portanto, integrar os próximos capítulos.



CAPÍTULO 2

A EXPRESSÃO VERBAL

Antes que alguém espere encontrar aqui uma explanação sobre lingüística ou algo parecido, devemos prevenir que o título deste capítulo é apenas uma referência ideológica. Em outras palavras, esta análise pretende distinguir em que pontos o signo verbal está relacionado com a imagem ou representação figurativa. De certo modo esta análise se insere em um contexto específico do mundo das imagens, as imagens criativas que articulam o pensamento e que por sua vez interage com a ação verbal.

Uma característica da imagem que sempre nos impressionou é a relação dela com o referente e a expressão verbal.

Se dizemos CADEIRA, qualquer pessoa que conheça o significado da expressão a traduzirá sem grandes dificuldades, e ainda que não tenha o mesmo referente como exemplo pode fazer uma idéia bem precisa do conteúdo.

Do mesmo modo a imagem, seja ela um desenho, seja uma fotografia, também passará a idéia do conteúdo e neste caso com mais facilidade, bastando que se conheça a função do referente e que o suporte da imagem não seja algo desconhecido ou de proporções inadequadas à apreciação.

O referente é uma característica comum aos dois casos, mas há muitas diferenças entre as duas situações, no que se refere à comunicação. Grande parte dessas diferenças foram estudadas sob as mais diversas óticas, mostrando uma variedade de conceitos muito grande.

Uma característica facilmente percebida é a de que a palavra escrita ou falada remete a um referente genérico, o que não ocorre com a imagem fotográfica[14], que remete a um referente determinado. Em geral, esse tipo de imagens revelam não apenas o gênero do referente, mas as categorias a que ele pertence, por exemplo: uma cadeira de ferro fundido, esmaltada em branco, para ser usada no jardim.

Várias outras categorias podem ser listadas ou descritas a partir de uma representação figurativa através de um intricado processo de verbalização. Este conjunto de expressões pode ser organizado de muitas formas diferentes, mas ao fim, comparando-se a descrição verbal e a representação figurativa (desenho ou fotografia), perguntamo-nos sempre se está suficientemente clara e completa.

A quantidade de *julgamentos de valores* que se apresenta na *descrição verbal* é fatalmente uma característica inerente apenas à *descrição verbal* na ação interpretativa, ainda que o fotógrafo tenha usado estes julgamentos de valores ao examinar as qualidades do modelo.

O ato de julgar pressupõe uma ação verbal, ainda que não expressa. A imagem não julga as qualidades do referente, mas será que de alguma forma os julgamentos de seus autores não se misturam aos elementos representados ou à forma de representá-los?

Esta pergunta é uma parte importante das questões que pretendemos responder no desenvolvimento da pesquisa, mas se não tomarmos os cuidados necessários para que os códigos usados na explanação sejam os mesmos usados na interpretação, corremos o risco de não atingirmos nosso objetivo. Assim sendo pretendemos resgatar da origem histórica a conceituação acadêmica, principalmente no que tange à imagem, as principais considerações sobre a relação sujeito/objeto.

---

[14] Indenpendente da cor, o mesmo ocorre nas fotografias em preto e branco, pois sabemos que a cor é uma experiência individual de pouca relevância na persepção: passados alguns minutos de sensibilização visual, a cor não é memorizada com a mesma intensidade da forma. Outro exemplo da inexpressividade da cor em relação as persepção visual são os sonhos: mais de noventa por cento deles são em preto e branco.

Desde Platão até os dias de hoje muita coisa foi escrita sobre as imagens, mas com certeza poucos conseguiram atingir com profundidade o conteúdo dos textos.

Por exemplo, não é mesmo muito fácil chegar a uma constatação tão brilhante como a de Francastel a respeito de um pensamento plástico, distinto de um pensamento matemático ou um pensamento verbal.[15] Nem mesmo entender que as sombras da caverna de Platão tinham uma significação tão ampla, abrangendo todas as imagens sobre as quais o homem cria um universo paralelo ao da realidade imediata e as incorpora em uma única realidade, ludibriando seus sentidos, seu racional e seu emocional.

Algumas pessoas podem não conhecer o Mito da Caverna, contido no início do sétimo Livro em A República[16] de Platão. Portanto, transcreverei abaixo, de forma resumida, o seu conteúdo.

Mito da Caverna (Platão)

> Trata-se de uma alegoria apresentada em um diálogo entre Platão e Gláucon. Platão pede a Gláucon que este tente imaginar uma caverna subterrânea com uma grande entrada que permitisse a passagem de luz, ventilação e permanecesse larga em toda sua extensão. Dentro desta caverna encontram-se alguns homens amarrados pelos pés e pelas cabeças, imobilizados desta forma desde a infância, e de tal modo que só lhes era permitido observar o fundo da caverna. Por trás deles ardia um fogo em um plano mais elevado e a uma certa distância. Entre os prisioneiros e o fogo havia um caminho elevado ladeado por uma mureta baixa. Desta forma, as sombras parcialmente encobertas dos homens que transitavam por este caminho, bem como dos objetos que transportavam sobre a cabeça, eram as únicas referências observadas pelos prisioneiros. No mais, podiam-se ouvir entre si e ao eco dos sons vindos de fora, fazendo-os crer que vinham das sombras que viam passar.
>
> Platão sugere que nesta circunstância os prisioneiros tomariam as sombras pela realidade e Gláucon concorda. Então, Platão pede a ele que continue imaginando o que aconteceria se um dos prisioneiros fosse libertado. Por um certo tempo a luz seria algo incômodo e o forçaria a sustentar

---

15 FRANCASTEL, Pierre. *A Realidade Figurativa*. São Paulo: Perspectiva, 1982,p 1 à 3

16 PLATÃO. *A República - Diálogos III*. Porto Alegre,R.S.: trad. por Leonel Vallandro, Editora Globo, 1964.

> que as sombras eram mais verdadeiras do que os objetos que lhe fossem mostrados. Porém, aos poucos, seria convencido, pela própria razão, da luz do sol e compreenderia sua natureza. Seria acometido por um sentimento de piedade por seus companheiros que ficaram na caverna e retornaria. Mas ao retornar seria tomado por cego e incapaz de discernir entre a verdade e as alucinações que possivelmente teria tido. Nada do que dissesse seria suficiente para convencê-los e provavelmente resistiriam a qualquer um que tentasse desatá-los temendo pela própria sanidade.

Platão crê que o mundo que nos cerca é feito de imagens e que de maneira nenhuma podemos conhecer a verdadeira natureza das coisas que nos cercam.

Quando dizemos IMAGEM não nos damos conta, de imediato, da extensão de usos que esta palavra abarca. Pode nos ocorrer a idéia de reflexo no espelho, estátuas de santos, as cenas de uma televisão ou cinema ou outras idéias relacionadas com o uso cotidiano. Porém, dificilmente relacionaríamos o uso da palavra IMAGEM com todas as coisas visíveis como o fez Platão porque cremos serem distintos; o mundo das imagens e o mundo real.

A idéia que nos ocorre é a de que, apesar das imagens parecerem algo simples, de comunicação direta e objetiva, elas não são de fato tão objetivas assim. Elas têm a mesma sutileza das poesias e a complexidade da matemática avançada.

Há pessoas que conversam com os personagens da TV. Não me parece caduquice a atitude dessas pessoas diante da TV retrucando ou advertindo os personagens da novela do perigo eminente. Há algo envolvente nas imagens, criando um clima de realismo que foge ao senso do ridículo e da auto censura. É um impulso irresistível suscitado pelas imagens, apesar das pessoas terem consciência de que os personagens não as estão ouvindo e muito menos vão lhes responder.

Sem dúvida a ação verbal ocorre como um estímulo resposta ao conjunto de outras ações verbais e imagens ligadas a estas. Alguns podem pensar que um filme de Charles Chaplin não apresente ação verbal por ser um filme mudo, mas isto não é ver-

unesp

dade; os códigos verbais são transmitidos pelas expressões faciais, gestuais e pelo próprio movimento que narra a si mesmo.

Então, quando dizemos das imagens ligadas à ação verbal, não estamos nos referindo à imagem em movimento, mas à imagem-atmosfera, aquela criada pelo diretor de cena através do enquadramento e da iluminação.

Note-se que toda esta explanação serve para esclarecer a sutileza da diferença existente entre imagem como representação figurativa, seja estática ou dinâmica, e imagem enquanto signo-simbólico. A característica da imagem como símbolo é importante, pois de certa forma caminha em direção à questão do julgamento de valores levantada ao final do sétimo parágrafo deste capítulo. (p. 42)

Todo signo simbólico tem conotações que induzem ao juízo de valores, e de certa forma o seu uso simultâneo a uma imagem-ação acaba induzindo a sua leitura de uma forma predeterminada, consensual.

Existem muitas palavras cujo conteúdo simbólico acaba provocando uma apropriação do sentido do discurso, por exemplo: Dêem a César o que é de César e a Deus o que é de Deus.

E o que é de César afinal? Notem que César não figura na frase apenas como um nome próprio, ele tem um sentido simbólico, César é o governador dos mortais, imperador e soberano sobre todos as coisas. Esta frase lhe nega o direito sobre os desígnios do espírito, e mais, dita hoje, seu conteúdo simbólico é mais característico. Notem como César acaba emprestando um juízo de valores à figura de Deus por oposição de idéias. Matéria vs. espírito, direitos mundanos vs. direitos divinos, ser efêmero vs. ser perene.

Da mesma forma, algumas imagens fotográficas trazem consigo elementos simbólicos que alteram profundamente o seu conteúdo sígnico. Elementos como: homens uniformizados, figuras religiosas, alguns animais ou qualquer elemento fora de seu

habitat, dão a estas imagens outras conotações além daquelas fornecidas por sua história objetiva.

Por outro lado, a expressão verbal tem algumas características que já nos levaram a questionar a possibilidade de sua iconicidade. Existiria uma imagem mental para cada palavra que usamos ?

Imagine que a definição abaixo fosse usada para descrever um objeto determinado.

(- Isto é uma caneta, ela serve para escrever o seu futuro, sem ela a humanidade está fadada a desaparecer.)

É óbvio que a construção desta definição está propositadamente truncada. Ela parte da imagem da própria caneta como referência de algo que deva descrever a si próprio: Isto é uma caneta,..

O restante da definição poderia estar perfeitamente construído, descrevendo a forma, os materiais dos quais fosse constituída e a sua função. No entanto, se a forma como a descrevemos é chocante podemos notar que os componentes éticos que entram na sua construção já tiveram em alguma época valor de verdade: sem a escrita, a humanidade não teria como registrar os acontecimentos de sua época remetendo-os ao futuro. Porém isto não quer dizer que a construção da definição esteja correta, e menos ainda que se deva partir da imagem do próprio objeto para identificá-lo. Diante da estranheza da formulação, note-se que apenas a função é realmente significativa, podemos omitir o detalhamento verbal da forma se o objeto estiver presente ou omitir o objeto se a forma for detalhada verbalmente. Restando então a função como última qualidade designativa do objeto. Como a função de um objeto pode variar no tempo e no espaço, aquela definição pode ter tido sua oportunidade de se concretizar como algo verdadeiro, porém não aqui e agora.

Cremos que muitos já se viram diante de objetos estranhos, e até que as palavras lhes emprestassem algum significado não saberiam mesmo como usá-los. Mas isto nos

unesp

leva a questionar até que ponto esta relação é verdadeira, ou seja, se existe uma ou mais funções para cada imagem; e as palavras emprestam significado à função e não à forma, então as palavras não traduzem a imagem. Assim a palavra CANETA não significa o objeto ou todos os objetos mas, sim, a semelhança funcional que existe entre alguns objetos.

Além desse aspecto funcional, não devemos nos esquecer que todo signo funciona na comunicação a partir de um uma convenção arbitrária. Seja na forma oral, seja na escrita, a palavra casa só pode ser entendida pelos que usam o mesmo código. Para o inglês, casa será house, e cada povo terá o seu código equivalente, caso adotem o procedimento de habitar em uma.

John R. Searle em seu texto Teoria da Comunicação Humana e a Filosofia da Linguagem: alguns comentários[17], nos coloca a seguinte questão:

> " (...), é psicologicamente falso que haja, invariavelmente, imagens mentais acompanhando o uso das palavras; logicamente, não é necessário nem suficiente para determinar o significado de uma palavra que existam tais imagens; e, finalmente, mesmo que existissem tais imagens, elas não seriam bastantes para determinar o uso de palavras. Estas e outras considerações poderiam inclinar-nos a dizer que o significado de uma palavra é, realmente, o seu uso na linguagem, um ponto de vista que muitos filósofos atualmente aceitam (...)."

Se este conceito parece correto com relação às palavras ou ao emprego delas, o que acontece com as imagens em relação às palavras também é relevante. Os ícones, como os apresentados a seguir, não são o *analogom* exato das categorias que simbolizam (homem e mulher). Suas formas diferem bastante daquelas que podemos reconhecer como sendo as de seres humanos.

---

[17] SEARLE, J. R.. "Teoria da Comunicação Humana e a Filosofia da Linguagem: Alguns Comentários". In *Teoria da Comunicação Humana*. São Paulo: Cultrix. 1978.

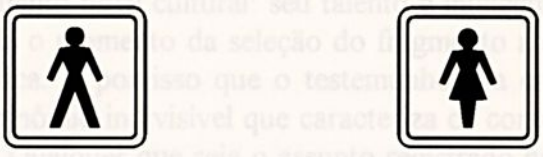


Figura 8 (ícones encontrado em portas de sanitários públicos)

No entanto, ao *convencionarmos* tais ícones com sendo representativos ou indicadores de sanitários masculino e feminino respectivamente, reconhecemos de imediato que suas formas apresentam uma familiaridade com o objeto representado. Assimilamos as representações esquemáticas, como destes pictogramas, onde círculos retângulos e triângulos simulam a forma-função de cabeça, tronco, membros, calça ou saia, sem maiores dificuldades.

Dizemos FORMA-FUNÇÃO, porque podemos dizer com certeza que o que caracteriza este tipo de representação nos induz à leitura da forma e da função simultaneamente

Se não encontramos na palavra nada que indique uma identidade icônica, assim como não encontramos nas representações icônicas uma identidade verbal objetiva, o mesmo não se pode dizer com relação ao juízo de valores. Tanto os signos icônicos como os signos verbais se encontram nas representações simbólicas transmitindo juízo de valores irrefutáveis: ao nos dirigirmos a um sanitário sabemos porque e em qual podemos entrar.

Outro exemplo claro dessa relação está inserida na seguinte afirmação: O reconhecimento da autenticidade de um fato relatado encontra na imagem fotográfica a sua mais ardorosa aliada.

Não podemos esquecer entretanto que a imagem fotográfica pode ser construída, manipulada não apenas dentro do recorte, mas através de artifícios técnicos na sua elaboração e na reprodução. Essa característica é reconhecida por Boris Kossoy no seguinte parágrafo de seu livro Fotografia e História:

> "Isto posto, retomo a colocação do início acerca da definitiva atuação do fotógrafo enquanto filtro cultural: seu talento e intelecto influirão no produto final desde o momento da seleção do fragmento até sua materialização iconográfica. É por isso que o testemunho e a criação são componentes de um binômio indivisível que caracteriza os conteúdos das imagens fotográficas. Qualquer que seja o assunto registrado na fotografia, esta também documentará a visão de mundo do fotógrafo. A fotografia é, assim, um duplo testemunho: por aquilo que ela nos mostra da cena passada, irreversível, ali congelada fragmentariamente, e por aquilo que nos informa acerca de seu autor.
>
> Toda fotografia é um testemunho segundo um filtro cultural, ao mesmo tempo que é uma criação a partir de um visível fotográfico. Toda fotografia representa o testemunho de uma criação. Por outro lado, ela representará sempre a criação de um testemunho."

Vemos a reiteração deste mesmo fato no texto Pequena História da Fotografia de Walter Benjamin colhido no livro Walter Benjamin:[18]

> "(...). Na fotografia, ser criativo significa acabar repassando-o à moda. "O mundo é belo" - heis aí, exatamente, a sua divisa. Nela se desmascara a atitude de uma fotografia capaz de montar qualquer lata de conservas no universo, mas não é capaz de captar uma só das situações humanas em que ela aparece: com isso, mesmo em seus temas mais perdidamente oníricos, ela muito mais enuncia a sua venalidade do que o seu conhecimento. Já que, no entanto, a verdadeira face dessa criatividade fotográfica é a publicidade e a livre-associação, a sua legítima contrapartida é o desmascaramento ou a montagem."

A fotografia, desde de a sua invenção, provocou grandes controvérsias. Começando pelo fato de não a aceitarem como arte, por suas características de elaboração mecânica, e culminando em não admitirem que ela não possa refletir uma realidade diferente daquela de onde foi "tirada". Diz-se que uma foto não mente jamais, mas os fotógrafos, apesar de não acreditarem nesta afirmativa, não se esforçam para acabar com o mito, principalmente por lhes ser financeiramente muito vantajoso.

Ao dizermos: - Vi um pôr de sol maravilhoso.

O que quer que tenhamos visto pode ser contestado muitas vezes e de muitas formas como: - Ah, mas o que eu vi era mais bonito.

---

[18] BENJAMIN, Walter."Pequena História da Fotografia". In: Flávio Kothe (org.) e Florestan Fernandes (coord.) *Walter Benjamin*. 2 ed., São Paulo: Ática, 1991.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

Ou ainda: - Nenhum pôr de sol pode se comparar ao que é visto nas praias do Norte.

Mas ao mostrarmos uma fotografia de um pôr de sol, somente outra fotografia poderá contestá-la, pois as palavras se tornam vazias, insuficientes, mesmo sabendo-se que suas cores ***nunca*** são totalmente naturais. Este é o último argumento do qual se pode lançar mão e, normalmente, é a ele que recorrem todos.

O que quer que vejamos em uma imagem fotográfica, tende a se revelar como verdade de um momento, capturado e fixado incontestável e definitivamente, sobre a superficie plana de um papel. Olhamos para uma fotografia e, mesmo que ela seja em preto e branco, não nos demoramos a compreeder que o claro e escuro assinalados em sua superficie se identificam com o espaço tridimensional do entorno que estamos habituados a enxergar. Tudo nela se parece muito com o objeto, tornando dificil crermos que as palavras possam substituí-la em número menor que mil. Não obstante, raramente se veja uma fotografia em jornal ou revista que dispense o uso de legenda.

A verdade, que tende a permanecer, é que dificilmente poderíamos substituir o texto, como este que está sendo lido, por alguma imagem fotográfica equivalente. Na melhor das hipótese eles deveriam se completar, mas o que ocorre invariávelmente, é que a legenda contribui para que a fotografia seja lida de acordo com a ideologia do enunciador.

O papel do texto é servir ao discurso, é atribuir significado à imagem e compor o perfil ideológico da comunicação. Nesse aspecto, a imprensa tem um grande poder, consegue de maneira profunda e sensível formar opinião, dispensando o mínimo de argumentos bem articulados.

Uma das grandes armas da imprensa é a imagem, a fotografia, o filme e a televisão, que através da história conquistou o poder de convencer as pessoas sobre a realidade dos fatos.

unesp

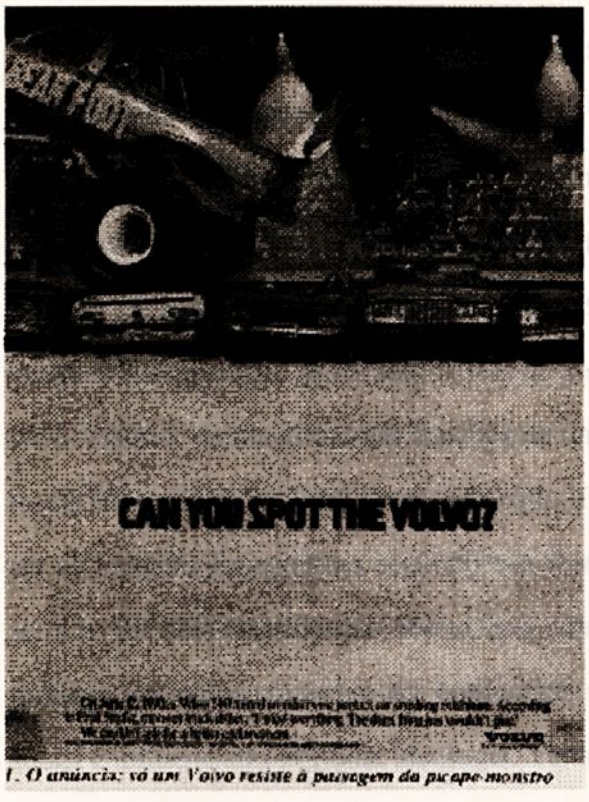
A fotografia é usada pela imprensa como prova incontestável de que, em um espaço-tempo real, o fato relatado ocorreu. Então, o texto sugere como, de que forma e por qual razão ocorreu e fica dificil acreditar que não tenha sido daquela forma.

Em uma reportagem da revista ISTO É, publicada em 20 de maio de 1992, da qual infelismente não conseguimos cópias para anexar a este trabalho, a fotografia mostrava a imagem do presidente dos Estados Unidos, George Bush com roupa de caça e com uma espingarda de cano duplo à mão. A legenda da foto na reportagem dizia: O ecologista George Bush deverá representar os Estados Unidos no encontro promovido pela ONU.

Assim, o contraste articulado entre o texto e a imagem desta reportagem, ridiculariza a figura de Bush perante a opinião de seus leitores. Às vésperas do encontro promovido pela ONU, sua atuação como ecologista seria desacreditada pelo contraste imagem-texto, bem como o que quer que ele viesse a pronunciar naquele encontro.

Quando texto verbal e imagem se unem em uma mensagem, há um visível predomínio dos valores verbais.

Apesar do aspecto objetivo que se atribui à fotografia, esta objetividade recai somente sobre a velocidade de assimilação. O que se pode dizer a respeito de uma imagem fotográfica varia na proporção da quantidade de elementos que fazem parte da mesma, e é por esta razão que quando atrelada a um texto perde seus valores com tanta facilidade. A fotografia, que sempre foi considerada sinônimo de autenticidade, é tão vunerável às informações verbais quanto à própria ilusão que nos oferece. Ela própria pode se contradizer em um segundo. O exemplo que mostramos a seguir foi publicado na revista QUATRO RODAS em janeiro de 1991.



1. O anúncio: só um Volvo resiste à passagem da picape-monstro

Figura 9 (Cartaz publicitário da Volvo)

Sob o título "O caso Volvo", a reportagem mostrava um caso de uma fraude publicitária ocorrida em Austin, Texas, em julho de 1990. Um comercial preparado para TV e revistas (imagem ao lado) foi desmascarado por dois repórteres infiltrados no local das gravações. Ao apresentarem as provas da fraude (fotos abaixo) ao procurador estadual, este os mandou ficarem de boca calada. Quatro meses depois, quando os comerciais foram ao ar, o cerco já estava preparado, os carros foram localizados, a Volvo foi obrigada a pagar as despesas de investigação (US$ 316.250,00) e suspender os anúncios.

A foto ao lado mostra uma picape-monstro passando sobre os carros onde somente o Volvo resiste. Nas fotos abaixo, a prova da fraude, com os reforços de madeira e aço colocados dentro da perua Volvo e o enfraquecimento da estrutura dos outros carros que deveriam ser esmagados.

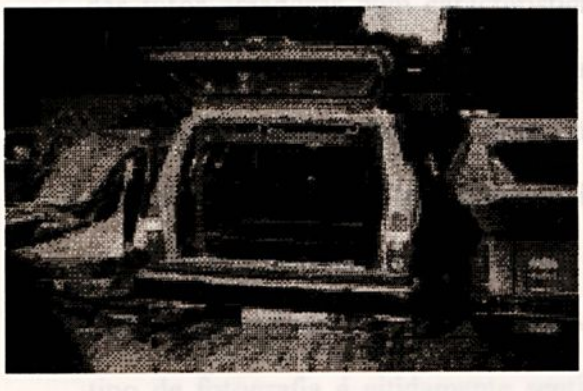


Figura 10 (Prova fotográfica 1, Caso Vovo)



Figura 11 (Prova fotográfica 2, Caso Volvo)

Como podemos ver, a fraze "CAN YOU SPOT THE VOLVO?" (Pode você reconhecer o Volvo?) ao centro da figura 10 demonstra a confiança no poder de comunicação da imagem em relação a autenticidade que ela confere. Ao mesmo tempo, demonstra a sua fragilidade, pois pouquíssimas pessoas teriam condições de relacionar aquele carro à marca Volvo.

A fragilidade de uma imagem em relação a outra é ainda mais evidente. Porém não devemos nos esquecer que, no confronto entre o conjunto das fotografias apresentadas, tanto a primeira como as duas seguintes podem ser fraudulentas, tanto que o procurador foi obrigado a localizar e apresentar os carros e não apenas as fotos.

O texto pode se articular com a imagem de várias maneiras e, normalmente, as imagens acompanham as características do texto na sua confecção. A imagem se torna um acessório. Assim como nas funções de um texto, as características de uma imagem fotográfica variam na forma e no conteúdo. Poderíamos fazer um esforço para classificar as imagens fotográficas segundo sua função. Num primeiro momento, o essencial seria tentar uma classificação aberta, que compreendesse a fotografia como um meio e tomasse seu autor como um ser consciente, sem deixar de reconhecê-lo como um ser social e influenciado por uma ideologia. Teríamos então a seguinte estrutura:

a. A foto medíocre ou mediana. Este tipo de fotografia abrange a grande maioria das fotos amadoras com características de instantâneos. As fotos de interesse familiar ou de pequenos grupos de relação social ao nível da amizade, trabalho e lazer. Seria enquadrada neste grupo também a foto comercial tradicional, que atende ao mesmo tipo de interesse ideológico apesar de apresentar algumas modificações pessoais ou evolutivas.

Função básica: Com característica ideológica predominantemente burguesa, este tipo de fotografia é nitidamente sentimental. Sua função é a de preservar os momentos das relações e dos entes queridos; aniversário, casamento, formatura, além das fotos comerciais, que vão dos documentos pessoais ao documento empresarial e ao poster.

b. Fotos de natureza social. Embora apresentando características estéticas do primeiro grupo, por não conterem uma atitude crítica, as fotos desse grupo apresentam como ponto comum o interesse mais coletivo e histórico.

Função básica: A mesma do grupo anterior, exceto pelo fato de que os lugares, os personagens, e o próprio tempo, acrescentariam um valor mais coletivo.

c. Fotos de natureza jornalística. Já neste grupo, além do componente social, a atitude interpretativa e crítica de seu autor as colocam em um contexto próprio.

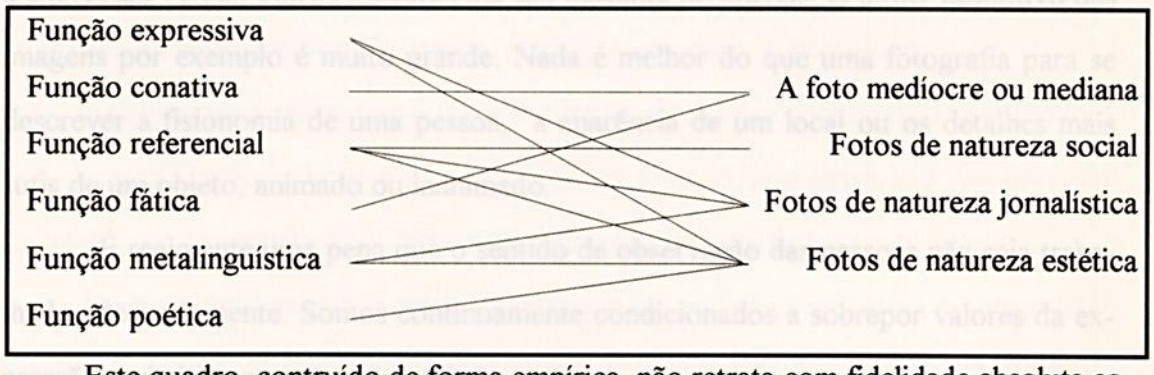
Função básica: Identificar e comunicar objetos, lugares e fatos de interesse coletivo.

d. Fotos de natureza estética. As fotos desse grupo abrangeriam aquelas cuja qualidade estética da natureza dos objetos e dos temas fossem enfatizadas. Nele se enquadram a grande maioria das fotos publicitárias e a maior parte das fotos dos grandes mestres da hitória da fotografia.

Função Básica: Explorar as qualidades gráficas do recurso fotográfico na expressão e na comunicação.

É lógico que estes quatro grupos básicos comportariam grupos intermediários ou especiais quando, por algum motivo, extrapolam as funções básicas. Por exemplo, as fotos de momento único, compostas na sua quase totalidade de instantâneos, que extrapolam tanto as fotos de interesse familiar ou grupal quanto as fotos de interesse social, adquirindo um caráter atemporal.

Em relação às funções da linguagem, estabelecidos por Roman Jakobson, nota-se uma ligacão das seis funções com cada um dos grupos acima da seguinte maneira:



Este quadro, contruído de forma empírica, não retrata com fidelidade absoluta as relações linguísticas termo a termo, porém é bem próximo do que experimentam os fotógrafos ou os programadores visuais em seus estudos.

CAPÍTULO 3

A REPRODUÇÃO DA IMAGEM E A EXPRESSÃO VERBAL

A questão básica deste capítulo é: o que representa cada imagem ?

A pergunta pode parecer ampla ou vaga demais, portanto tentarei aprofundá-la.

Quando temos uma expressão verbal, uma frase formada por uma sucessão de palavras, por exemplo: **José saiu para pescar**. Podemos observar que a cada palavra lida, a frase adquire um significado novo que completa ou especifica o pensamento que se quer comunicar.

Em uma imagem, o pensamento que se quer comunicar é passado através do conjunto de traços, texturas, volumes e cores de maneira simultânea. Este fato gera certas dificuldades em relação ao tempo-espaço que inexiste nas imagens isoladas.

José pode estar presente na cena, mas não pode "estar" ausente. Não se pode, em uma única imagem, criar a idéia de que José saiu para pescar, sem o auxílio da expressão verbal ou de uma seqüência de imagens como em um filme.

Por outro lado, se isso for visto como uma precariedade da imagem em relação à expressão verbal, outros aspectos lhe são bastante favoráveis. O poder descritivo das imagens por exemplo é muito grande. Nada é melhor do que uma fotografia para se descrever a fisionomia de uma pessoa, a aparência de um local ou os detalhes mais sutis de um objeto, animado ou inanimado.

É realmente uma pena que o sentido de observação das pessoas não seja trabalhado adequadamente. Somos continuamente condicionados a sobrepor valores da expressão verbal à expressão não verbal.

Em um livro [19] sobre as imagens, o texto fazia referência a uma determinada gravura, descrevia um processo de desenho de perspectiva bastante diferente do processo proposto pela ilustração. Supondo-se que o erro tenha ocorrido por terem, texto e imagem, sido colhidos de fontes diferentes, o fato do autor não ter se detido para avaliar as informações contidas em cada um deles demonstraria que o valor das imagens não passa de simples adorno. Dizemos demonstraria porque após termos mostrado as discrepâncias encontradas a outras pessoas, notamos que algumas sentiam dificuldades em distingui-las, sobretudo na imagem. Algumas até resistiam em admitir que o livro pudesse apresentar erro de tal monta, por se tratar de um livro sobre as imagens. Por quê ?

Provavelmente porque as imagens não passem de representações do real, e nessas condições, por mais realistas que sejam, como na fotografia, estão sujeitas às regras da comunicação e nem sempre são decodificadas corretamente.

Alguns casos particulares, onde a observação da imagem não revela um caráter figurativo - como nas pinturas abstratas ou nos recortes fotográficos onde a ampliação do detalhe não permite a compreensão do todo - a insatisfação de alguns observadores fica nitidamente aparente quando buscam as referências figurativas em seu repertório imaginário. Exclamam frases como: Parece-se com um lindo pôr de sol. Ou ainda: Sinto como se fosse a superficie de um planeta desconhecido. Relação esta que, provavelmente, deve ter suscitado algum filme de ficção em sua memória.

As abstrações, assim como o recorte fotográfico, dizem algo muito importante e, com certeza, comunicam uma idéia consistente. Uma idéia plástica que não necessita de interpretação verbal e nem admite transposição de outra forma de expressão.

Fazendo uma analogia entre a comunicação verbal (uma carta) e a expressão plástica de uma obra abstrata podemos dizer: muito me alegra saber que alguém goste

---

[19] NEIVA Jr., Eduardo. *A Imagem*. São Paulo: Editora Ática SA, Col. Princípios, 1986.

das mesmas cores que eu gosto, assim como me alegra ter boas notícias sobre um amigo que há muito tempo não vejo.

É claro que a cada momento de alegria ou tristeza a intensidade varia, mas não é isso que condiciona a existência ou não do processo de comunicação.

Então, o que torna difícil de se admitir em relação às imagens não é o fato de serem ou não expressões artísticas de algum tipo especial, mas o fato de serem os receptores abertos ou fechados a elas. Se uma imagem não nos comunica nada, dificilmente iremos admití-la como expressão de arte. Se uma imagem nos comunica algo que não corresponda à expressão do emissor, é como se recebêssemos uma carta endereçada a outra pessoa; podemos até gostar, mas não faz sentido.

O que se deve ter em mente é que, por ser uma forma de expressão comunicadora, a arte plástica figurativa não tem necessariamente que se comportar como a poesia e, ainda que o gosto pessoal seja uma referência não aceita pela sociologia da arte, com certeza ele se constitui num ruído do processo de comunicação que precisa ser questionado.

Ser ou não ser arte é uma questão envolvente, mas não é fundamental para responder às questões relativas à imagem, e principalmente sobre o valor da imagem fotográfica em relação à expressão verbal.

Ao contrário do que algumas pessoas possam pensar, Walter Benjamin jamais contestou o valor da fotografia como expressão artística. Em seu discurso, "A Obra de arte na era de sua reprodutibilidade Técnica"[20] , ele faz considerações sobre a existência de dois polos que caracterizam a produção artística. Nesses dois polos, valor de culto e valor de exposição, a ênfase se transfere de um para o outro, da mesma forma como ocorrera na pré-história.

---

[20] BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade Técnica", In LIMA, Luiz Costa (Org) *Teoria da Cultura de Massa*. 2 ed., Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978. p. 209-240.

unesp

"Com efeito, assim como na pré-história a preponderância absoluta do valor de culto conferido à obra levou-a a ser concebida em primeiro lugar como instrumento mágico, e só mais tarde como obra de arte, do mesmo modo a preponderância absoluta conferida hoje a seu valor de exposição atribui-lhe funções inteiramente novas, entre as quais a "artística", a única de que temos consciência, talvez se revele mais tarde como secundária."

E continua no mesmo parágrafo, com seu pensamento a respeito desse estágio, onde o valor da arte mostra-se mais claramente.

"Essa arte registrava certas imagens, a serviço da magia, com funções práticas: seja como execução de atividades mágicas, seja a título de ensinamento dessas práticas mágicas, seja como objeto de contemplação, à qual se atribuíam efeitos mágicos. Os temas dessa arte eram o homem e seu meio, copiados segundo as exigências de uma sociedade cuja técnica se fundia inteiramente com o ritual. Essa sociedade é a antítese da nossa, cuja técnica é a mais emancipada que jamais existiu. Mas essa técnica emancipada se confronta com a sociedade moderna sob a forma de uma segunda natureza, não menos elementar que a da sociedade primitiva, como provam as guerras e as crises econômicas. Diante dessa segunda natureza, que o homem inventou mas há muito não controla, somos obrigados a aprender, como outrora diante da primeira. Mais uma vez, a arte põe-se a serviço desse aprendizado."

Percebemos neste parágrafo que a intenção não é a de destituir o valor artístico da fotografia, mas, ao contrário, reconhecer a natureza do seu papel na redimensionalização do valor da arte.

unesp

Notem que o ruído, a que nos referiamos antes, se torna muito nítido nestas observações de Walter Benjamin. Diante do observador, o quadro tem seu referencial intimamente ligado aos valores sociais que norteiam a observação.

É incontestável o valor da fotografia também como documento histórico, desde que ela não seja uma simulação. Penso que não exista nada que se iguale em termos de imagem para descrever ou relatar fatos e lugares. No entanto fico apreensivo em relação à supremacia da expressão verbal, no mundo ocidental.

O mundo oriental parece conduzir-se de maneira diferente, mas, de fato, não conhecemos o espírito oriental e qualquer definição sobre a questão seria imprudente e prematura. O visível do comportamento oriental, aquilo que é mostrado através da história e dos espaços construídos, tem significação diferente para cada cultura porque se desenvolve num processo lento, durante séculos. Tudo o que se pode afirmar é que as representações, seja ao nível figurativo, seja ao nível da escrita, têm uma acentuada diferença em relação ao modo ocidental de representar.

Porém, sabe-se que a influência fenícia, com a criação do alfabeto em 1500 a.C. , criou uma condição singular. Alguns povos que já possuíam uma forma fonética de representação mantiveram-na, ou por tradição ou por afinidade. Outros povos adaptaram-se, por não possuírem representação escrita ou por terem sido dominados em algum momento. Isto pode ter contribuído para reforçar ainda mais as diferenças no modo de perceber o mundo, posto que a representação se articula com a percepção moldando-a e sendo por ela moldada. Estas considerações não deixam de levar em conta que apenas dez por cento da linguagem falada no mundo tem o seu equivalente na forma escrita, os outros noventa por cento, muito provavelmente, ou foram influenciados ou negligenciados.

Os valores ocidentais e orientais têm uma origem filosófica bastante semelhante. Quem lê algo sobre a *Sabedoria dos Vedas* [21] perceberá que ela apresenta muita coisa em comum com o pensamento platoniano. Mas, apesar desta origem, parece que caminhamos por estradas diferentes por um longo período. Contudo, o mundo oriental de hoje tem sofrido transformações radicais, seja pela constante massificação dos meios de comunicação que ultrapassam quaisquer fronteiras, seja pela forma como os imperialistas massacram os valores culturais, ou outras razões que se somem a estas, e que, certamente, acabarão "miscigenando" muitos valores.

Em relação ao mundo ocidental, é inquestionável a supremacia da expressão verbal. Ainda que sejamos, de certa forma, sensíveis à ação das imagens impõe-se a pergunta: - Quantas vezes podemos nos impressionar vendo uma mesma cena chocante em um pedaço de papel? A primeira impressão nos levaria em uma viagem no tempo-espaço, mas a décima, com certeza não nos comoveria tanto. Porém, se na primeira impressão souber que a cena é simulada, através de um texto no rodapé da imagem, isso faria mudar completamente nosso sentimento em relação a ela.

Vários estudos realizados em nível científico[22], abordam o problema da percepção, observando que a visão desencadeia todo um processo de relacionamento com outros órgãos dos quais ela necessita para aferir com inteligibilidade as sensações primárias, luz, cor e figura. Ou seja, o ser humano só compreende o que vê a partir de relações sensoriais e cognitivas, passando a destacar do conjunto de informações, que lhe chegam através da retina, aquelas que lhe sejam particularmente interessantes ou necessárias. Para sermos mais exatos, só reconhecemos os objetos visíveis depois de compreendermos o seu significado, assim como só distinguimos os sons do trotar de um cavalo depois de associá-los às experiências da memória. Também é curioso que os

---

21 CHATTERJI, Jangadish C. *A Sabedoria dos Vedas*. 9 ed., trad. de Carlos Alberto da Fonseca, São Paulo: Editora Pensamento, 1993.

22 Leitura extraida dos livros: A Dimensão Oculta de Edward T. Hall e Psicologia da Percepção de R. H. Day. (ver bibliografia)

esquimós possam distinguir muito mais tonalidades de cinzas e brancos, atribuindo-lhes nomes próprios, e em compensação não consigam diferenciar dois tons de verde.

O conjunto de todas estas idéias, onde as imagens passam pela interpretação do observador, nos sugere a possibilidade de haver um tipo de observador diferenciado: um observador sensível à imagem e outro ao texto. Isto explicaria, por exemplo, a razão de alguns terem facilidade para a assimilação de uma obra pictórica e outros, simplesmente, não entenderem absolutamente nada do que representam todas aquelas linhas, cores, planos ou se remeterem a um título como tábua de salvação.

Outra possibilidade sugerida é a de que o *pensamento* possa ter vários estágios de formulação, sendo apreendido em cada estágio em que o indivíduo possua maior afinidade, ou tenha sido estimulado durante a sua formação mental. Assim algumas pessoas só perceberiam os pensamentos ao nível verbal, enquanto outras poderiam percebê-los ainda quando ao nível das imagens.

Uma terceira possibilidade, talvez mais plausível, é a de sermos todos passíveis de apreender qualquer forma de pensamento, plástico, matemático ou verbal, bastando que nos exercitemos para tanto.

Gostaríamos de deixar claro que estas "hipóteses" não passam de conjecturas ainda sem qualquer fundamentação, apenas um exercício preliminar para uma possível investigação, ou como uma transcrição do percurso gerativo que nos encaminha para o tema em questão.

Existem realmente muitos caminhos, alguns dos quais já foram percorridos por outros pensadores, filósofos, sociólogos e cientistas. Ainda assim, parece-nos importante rever muitas questões que estejam desarticuladas nos vários estudos publicados.

Estamos constantemente cercados de imagens significativas. Uma caverna de Platão sem fim, onde as palavras desempenham, com sutileza inigualável, o papel dos velhos sábios. - Ver **Mito da Caverna** nesta dissertação, no Capítulo 2, pág. 43. - A aplicação desta alegoria tem para Platão um sentido próprio: ele crê que exista um uni-

verso das coisas perfeitas e verdadeiras ao qual o homem não tem acesso: "A caverna-prisão é o mundo das coisas visíveis, a luz do fogo que existe ali é o Sol".

Platão acredita que somente através da ascensão da alma para o "mundo lá de cima" seja possível contemplar as coisas perfeitas e verdadeiras através da idéia do bem.

Porém o mito encerra outras possibilidades de análise em relação à significação da imagem fotográfica. Estas se comportam por vezes como sombras de uma realidade desconhecida e inatingível. E por se tornarem desta forma, nada mais do que sombras, recebem o desprezo de alguns críticos insensíveis. Outros, ainda, crêem poder resgatar o referente através de sua sombra, e é só isto que lhes importa.

É óbvio, por suas características, que a fotografia participa de uma tríplice relação sígnica, podendo ser ícone, índice e símbolo. E por estar assim tão apta em sua função expressiva, não deveria ser tão menosprezada como objeto de análise e aprofundamento científico.

Por tudo quanto já vimos até agora, é essencial categorizarmos estes dois objetos de nossa análise, a fotografia e a expressão verbal.

Em relação ao título deste capítulo, ao nos referirmos à fotografia como sendo o suporte mais adequado à reprodução das imagens, ocorreu-nos que esta qualidade, tão ardorosamente desejada durante séculos de existência humana, não seja somente um "Xerox ao infinito", mas, sobretudo, a materialização de uma imperiosa necessidade humana, a necessidade de se comunicar.

Assim como a escrita reproduz a fala, possibilitando um prolongamento espacial e temporal de sua locução-expressão, a fotografia reproduz o recorte. Este, que não é somente aquilo que observamos, mas principalmente aquilo que desejamos expressar do que observamos, o recorte é a maneira de falar com a linguagem apropriada ao sentido visual, assim como um perfume é a linguagem adequada ao sentido olfativo, porque a descrição verbal nunca poderá dizê-lo integralmente.

unesp

O que não ocorre com a fotografia, como deveria, é o alfabetimos visual proposto por Donis A. Dondis[23] em seu livro **Sintaxe da Linguagem Visual**. Em sua explanação lúcida e clara, em sua forma metodológica extremamente organizada, ela nos fala aos sentidos com pequenos exemplos esquemáticos ou ilustrados, que criam uma relação de perfeita harmonia e sincronicidade, não permitindo que a dúvida se estabeleça. No capítulo entilulado, TÉCNICAS VISUAIS: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO, ela nos fornece os elementos primordiais para empreendermos uma leitura da forma e do conteúdo, que numa imagem nunca estão dissociados. Seu trabalho não é o único no sentido de codificar os elementos visuais, colocando-nos a par das mais recentes teorias e descobertas da ciência. Também o autor Jacques Aumont[24] ,em seu livro **A Imagem**, constrói uma trajetória muito eficaz, indo da análise das teorias da ótica aos elementos estéticos da fotografia e do cinema, com uma narrativa bastante acessível.

O que talvez escape à percepção do leitor desses dois autores é que o estímulo à leitura do não verbal tenha, necessariamente, que ser construído a partir do reconhecimento daquelas teorias. Em outras palavras, se quisermos ler as imagens teremos que reconhecer os elementos que a constituem com a mesma familiaridade que temos com os sinais gráficos que representam as letras de um texto. Isto pode parecer muito fácil ao observarmos os inúmeros exemplos, destes e de outros livros, cuja tendência em isolar os elementos caso a caso acabam criando a expectativa de que tenhamos de classificá-los de antemão. Isto não é verdade, uma única imagem pode conter um número muito variado de elementos a serem considerados, mas não de forma isolada. Além do que, ao vermos uma imagem fotográfica, teremos com ela uma relação que pode variar do afetivo ao crítico e isto altera sobremaneira a sua leitura, fornecendo

---

[23] DONDIS, Donis *A. Sintaxe da Linguagem Visual*; tradução Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

[24] AUMONT, Jacques. *A Imagem / Jacques Aumont*; tradução Estela dos Santos Abreu. Campinas, SP: Papirus, 1993.

para cada relação uma interpretação diferente. Em **A Câmara Clara** de Roland Barthes, a fotografia que suscita toda uma elaboração teórica não é outra se não a fotografia de sua mãe, aos 5 anos, num jardim de inverno com teto de vidro. Que interesse poderíamos ter por tal fotografia se a tomássemos nas mãos sem saber de quem se tratava? Mas o livro e o seu autor a promoveram de uma foto medíocre de relações afetivas em uma foto de interesse histórico.

Ao construir um recorte fotográfico o autor estará particularmente sensível a toda sorte de influências, nem sempre será possível saber qual era a relação afetiva do autor com o objeto e possivelmente nós mesmos tenhamos outras. É por isso que devemos nos manter distantes do objeto referente ao analisarmos uma imagem fotográfica, procurando fazer com que a própria fotografia seja encarada como um novo objeto, uma imagem sobre um suporte[25].

Para esclarecer esta relação de afetividade com o objeto, construímos o exemplo abaixo:

A fotografia da fachada de nossa casa será algo novo para quem não nos conhece, em princípio será uma fachada qualquer. Mas se a idéia que pretendíamos comunicar não é a de uma casa qualquer, o que deveríamos ter feito? O que quer que façamos, não importa, é no resultado final que se sabe e se pode diferenciar a fotografia medíocre das outras.

Ao olharmos para uma fotografia, mesmo a medíocre, o recorte é inevitável. O fotógrafo só aparecerá se refletido em alguma superfície. Quanto ao restante do cenário, só o fotógrafo pode vê-lo totalmente ao deslocar o olhar em todas as direções, antes de fixá-lo parcialmente no filme. Que direções percorreu seu olhar, por onde começou e o que o deteve momentos antes de disparar o botão do obturador?

---

[25] O suporte de uma imagem fotográfica invariavelmente é o papel, mas podem ser considerados outros suportes da mesma forma.

São estas as questões que aguçam nossa curiosidade, porém só poderemos responder a algumas, pois o que nos resta é apenas o recorte.

No recorte fotográfico, os elementos são reconhecíveis através de um exercício de relações com a memória do observador. Ou seja, não importa que o referente não mais exista, pois o observador terá que reconstruí-lo mentalmente, se isto lhe for interessante.

Ao reconstruirmos o referente, poderemos fazê-lo de duas formas: 1- Adotamos nossa experiência cotidiana como referência, e neste caso pouco importa o que o autor tivesse a nos dizer. 2- Procuramos nos informar a respeito do contexto vivenciado pelo autor na época em que a fotografia foi feita; só então esta imagem poderá revelar seu potencial comunicativo.

Não é muito diferente na expressão verbal: se não contextualizarmos o seu autor, uma poesia será compreendida pela metade.

O recorte poderá ser construído com os elementos dispostos de tal forma que gerem uma sensação especial no observador. A esta construção dá-se o nome de composição, e às sensações que ela provoca, percepção estética. Se a estética de um texto pode ser percebida, tanto em relação à forma como em relação ao conteúdo, já na fotografia ela é sempre em relação ao conjunto, que nunca está dissociado.

Os principais elementos da estética fotográfica, na sua maioria herdados da pintura, podem ser percebidos, na medida em que nos afeta sensivelmente, em relação ao peso, ritmo, textura e proporção das massas, ao contraste dos tons e a harmonia das cores.

Chamamos de massa às áreas cujas cores, tons e texturas estejam tão próximas umas das outras que se torne dificil distinguir-lhes o limite. Nos exercícios que nos propomos realizar mais adiante voltaremos a falar sobre o aspecto estético da fotografia.



Fazer a leitura de uma imagem fotográfica constitui um grande desafio. Muitas pessoas procuram com afinco a metodologia mais adequada para que esta leitura seja consistente como a leitura de um texto. É aqui que nos deparamos com um dilema: é necessário sabermos que tipo de leitura se deseja, pois aqui, como na mensagem verbal, a leitura pode estar direcionada para revelar os aspectos históricos, estéticos, sociológicos, psicológicos ou outros. O que viemos buscando construir, desde o princípio deste trabalho, aponta para uma possibilidade de leitura do não verbal como signo, construindo relações que pudessem delinear as semelhanças e diferenças desta com a expressão verbal.

Perceber as semelhanças e diferenças é essencial para que não tomemos o verbal pelo não verbal, a legenda pela fotografia.

Vista como signo, a leitura da fotografia necessita de um pouco de cada área do conhecimento para revelar o seu conteúdo informativo. Porém, alguns elementos gráficos contidos nas imagens fotográficas comportam um sentido simbólico que escapa à percepção de algumas pessoas, enfim esta é a principal razão porque estes elementos são tão enfatizados nos livros que tratam do assunto.

Ao desenharmos a perspectiva fotográfica, procurando um ângulo de mira diferente, uma objetiva com variação da profundidade focal, uma posição do visor em relação ao objeto ou criando um recorte, construímos uma deformação no estado normal de observação de uma cena.

Chamamos estado normal de observação ao que experimentam os olhos, quando nos postamos eretos mirando em qualquer direção.

Ao nos postarmos diante de uma imagem fotográfica, o que nos chama a atenção em primeiro lugar é que ela apresenta sua pseudo tridimensionalidade num ângulo imóvel, inalterável. Uma vista aérea de uma cidade, por exemplo, é uma deformação do estado de observação para quem se encontra no chão, abaixo da linha dos telhados

das casas, e esta fotografia, citada no nosso exemplo, remete o seu leitor a um espaço imaginário com uma significação simbólica de vôo ou coisa equivalente.

Algo semelhante ao que acontece com o texto numa descrição, porém de forma tão enfática que não nos apercebemos da irrealidade experimentada. Mesmo que jamais tenhamos ido Nova Yorque, a Estátua da Liberdade, em nosso imaginário, possui dimensões quase iguais às reais.

Há portanto, um grande número de elementos gráficos cuja noção deve ser considerada, antes de acolhermos a fotografia para análise como se estivéssemos diante de uma cena real. Entre eles, desponta em toda a literatura, com predominância, a noção de contraste. O contraste, que pode ser explicado pela oposição a harmonia, é sobretudo considerado como técnica de comunicação ao emprego dos elementos gráficos cambiantes entre estes dois extremos. Saber dosar a instabilidade e o equilíbrio, a transparência e a opacidade, a distorção e a exatidão, etc., é esta a dinâmica do contraste.

O contraste tonal, entre as experiências envolvendo a percepção humana, foi o que obteve a maior ênfase. Bastante explorado na pintura renascentista, sobretudo entre os pintores de claro-escuro, Rembrandt e Caravaggio, onde o contraste entre luz e sombra é mais acentuado do que em uma cena real.

A principal finalidade do contraste tonal é a de se fazer destacar a parte do todo, criando graus de importância ou hierarquizando a informação. Na fotografia o contraste tonal é facilmente controlado através da iluminação e da disposição dos elementos. Os fotógrafos profissionais exercitam a técnica do contraste, principalmente com o uso da fotografia em preto e branco, onde ela pode ser mais facilmente percebida e manipulada.

Na seqüência de análises que iremos apresentar adiante, todos os elementos gráficos essenciais serão devidamente identificados e comentados. Desta forma, pretende-se criar um possível procedimento, capaz de permitir que iniciantes na área de

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

comunicação, possam processar as informações de uma imagem fotográfica sem a necessidade de um grande referencial teórico. Após o que, poderemos ponderar sobre algumas outras formas de leitura, oferecidas pela semiótica e pela lingüística.

Para visualizar o percurso de leitura das peças publicitárias, apresentaremos esquemas, onde as figuras contornadas representam o foco do contraste tonal ou focos de atenção. Os números, representam a primeira seqüência de leitura, sem considerar as vezes que retornamos ao ponto de maior contraste. As setas representam as linhas de força da composição e as linhas retas interligadas representam o movimento contínuo de leitura.



Figura 12 (Peça publicitária 1 - Azeite Gallo - revista Playboy)

Nesta primeira imagem, objeto de nossa análise, podemos observar como algumas figuras, fáceis de identificar, nos fornecem as relações de proporção das outras, possibilitando o reconhecimento do referente. Uma taça, com um líquido avermelhado, possibilita o reconhecimento das proporções do objeto ao seu lado como sendo uma lata de azeite. As duas figuras apresentam uma definição maior do que as figuras restantes, criando a sensação de profundidade com um ligeiro embaçamento das figuras

mais afastadas. As figuras ao fundo lembram barris, e as palavra PORTO e 1945, gravadas sobre a tampa, sugerem que o conteúdo seja o vinho, o mesmo servido na taça.

Em suma, a fotografia induz o reconhecimento do referente evocando sensações da memória visual. Gradiente de textura, luminosidade, brilho, transparência, opacidade e cor, são alguns dos elementos que permitem este reconhecimento. Porém, da mesma maneira que, em um espaço tridimensional, os objetos novos necessitam de outros, já conhecidos, para que possamos dominar as sensações de dimensão, tamanho e forma.

No seriado de televisão, Terra de Gigantes, por exemplo, os personagens eram percebidos como pequenas criaturas porque seu entorno era rodeado de objetos, fáceis de reconhecer e de proporções muito grandes.

Mas não é no reconhecimento do referente, através de sua imagem fotográfica, pura e simplesmente, que podemos perceber a existência de uma **mensagem visual**.

Em primeiro lugar, devemos nos lembrar de que a imagem está sempre transmitindo juízo de valores. O primeiro elemento gráfico, que permite avaliar esses valores, é o contraste tonal, que no exemplo acima faz destacar a lata de azeite dos outros elementos.

A leitura de uma imagem nos faz percorrer toda a superfície do papel, indo do ponto de maior contraste para os de menor contraste afim de reconhecer todos os elementos que a compõem. É normal que retornemos o olhar para o elemento que possui maior contraste várias vezes, principalmente se ele estiver ao centro ou em um dos quatro pontos áureos[26], no cruzamento das linhas que passam a, aproximadamente, um terço de cada lado do retângulo formado pela imagem.

---

[26] Ponto Áureo - relação geométrica, estudada desde de a antiguidade por matemáticos e artistas, o ponto áureo é a região da divisão geométrica de um retângulo que concentra o maior foco de atenção e equilíbrio assimétrico.



No exemplo ao lado, o olho mostra a altura de observação, revelando uma perspectiva do produto de baixo para cima.

A leitura inicia pelo ponto de maior contraste, percorrendo, a seguir, cada elemento que permita estabelecer valores comparativos ou forneça a informação complementar.

A composição fotográfica dessa publicidade nos força a voltarmos o olhar para a lata de azeite, cuja perspectiva geométrica nos mostra um ângulo de leitura de baixo para cima, simbolizando uma qualidade de superioridade. A taça de vinho e os barris com a marca Porto/1945 transmitem a idéia da procedência portuguesa, mais uma vez denotativo de qualidade por tradição. A cor amarela da lata é afetada pela iluminação se transformando numa tonalidade dourada, símbolo de nobreza, com uma suave passagem de claro para escuro. Para conseguir este efeito de iluminação foi utilizado um difusor, que aparece refletido na taça e simula o efeito de uma luz penetrando por uma janela. Em outras palavras, a iluminação ambiente recebe um tratamento especial que propicia toda uma sensação atmosférica sedutora. Estaríamos em uma verdadeira adega prestes a provar a qualidade superior do produto oferecido.

Notamos também, que tanto a lata como a taça se apresentam imaculados, sem manchas, marcas ou deformações que pudessem denunciar que o produto já tivesse sido consumido por outros. Essa ausência de "máculas" sugere pureza e integridade, qualidades apreciáveis nos produtos ingeríveis, e raramente encontradas nos produtos expostos em um estabelecimento comercial, onde muitas pessoas os manuseiam.

O texto verbal, que segue logo abaixo da imagem, repete de maneira enfática tudo quanto nos sugere a imagem, ficando evidente que a inegável contribuição da imagem recai sobre o reconhecimento da marca e do produto pelo público consumidor.

Ao topo, a frase: "LEGÍTIMA SAFRA PORTUGUESA.", sustenta a idéia de natureza-alma do azeite como a do vinho. Safra, que significa colheita, foi incorporada ao vocabulário dos vinicultores, porque a colheita da uva em determinados anos produzia vinhos melhores que em outros anos, por características climáticas. Dizia-se então vinho da safra de tal ano. Ao utilizar a expressão SAFRA PORTUGUESA, a publicidade quer sustentar a idéia de uma qualidade igual à dos vinhos de boa safra, já não importando em que ano se dê a colheita, pois ela é irrelevante em relação ao azeite, que é o produto anunciado.

A função da frase é a de acentuar o contraste entre o azeite e o vinho, que apresentam funções totalmente díspares. Ao lado do azeite, o vinagre seria o elemento harmonioso, mas que, dificilmente, provocaria apropriação de valores.

A técnica da publicidade consiste em trabalhar elementos verbais e não verbais, cambiando entre a harmonia e o contraste, até produzir as sensações estéticas e expressivas necessárias ao sucesso da mensagem.

N.º 231
BIBLIOTECA - UNESP
CAMPUS DE BAURU

Neste segundo exemplo, a técnica do contraste tonal também é utilizada com prioridade. Apesar de forçado pela cor artificial, produzida no laboratório fotográfico, notamos que o produto anunciado se destaca acentuadamente.



Figura 13 (Peça publicitária 2 - COLGATE - revista CLÁUDIA)

A publicidade neste caso apresenta uma mensagem composta por duas imagens. Na primeira, a fotografia de uma menina com uma expressão suave, feliz e sonhadora, segurando um urso de pelúcia com a mão esquerda e uma caixa de um produto, cuja marca já é bastante conhecida e amplamente divulgada, com a mão direita, junto ao peito. A segunda imagem, abaixo daquela, mostra uma escova de dente com a pasta, a caixa e o tubo.

Como já foi salientado anteriormente, o contraste tonal recai sobre o produto anunciado, destacando-o do conjunto de elementos que compõem a imagem. O branco da embalagem se destaca sobre o amarelo alaranjado, ressaltando o detalhe com a palavra JÚNIOR em suas várias cores: azul, amarela, verde e vermelha todas emolduradas pelo branco.

Na imagem de baixo, pequenas estrelas coloridas acompanham o formato que a pasta toma ao sair do tubo. Os valores revelados por essas duas imagens são: o sonho infantil, a diversão colorida, o carinho e a proteção. O sonho é identificável através da expressão do olhar, mas também ajudado pela iluminação quente e acolhedora do laranja. O carinho e a proteção são denotados pela atitude meiga da menina abraçando seu ursinho e pela forma como sustenta, confiante, a caixa do creme dental.

Duas observações podem ser destacadas dessa imagem: A primeira é que as figuras da menina e do urso convergem para a parte central da foto, enquanto a caixa rouba o equilíbrio da imagem inclinado-se para fora. A segunda é a proporção avantajada da caixa, algo demasiadamente grande para o individualismo sugerido pelo texto.

Se eu tenho um quarto só meu, uma bicicleta só minha, por que não um creme dental só meu também?



Neste exemplo, o primeiro ponto é sempre o rosto ou o olhar. A figura humana é um foco de atração muito significativo.

O segundo ponto é o produto, que no caso apresenta um duplo contraste: cor e posição.

A maneira como devemos proceder neste tipo de leitura, localizando e identificando o significado de cada elemento da composição fotográfica, visa evitar que a expressão verbal se sobreponha com seu juízo de valores, impossibilitando a leitura do não verbal.

Ao roubar o equilíbrio da imagem, por exemplo, a caixa chama para si a atenção do receptor, que se esforça por reintegrá-la ao conjunto. Por estar afetivamente amparada junto ao peito, transmite a idéia de estabilidade emocional, segurança. Por ser relativamente maior do que deveria, e pela posição, ultrapassando a altura do ombro, adquire status superior ao do urso. Este propositadamente colocado de costas para a menina para não lhe oferecer proteção.

O texto em letras grandes se dirige especialmente ao público infantil, enquanto que, o texto em letras miúdas é dirigido aos pais. A imagem desta publicidade transmite uma mensagem que é complementada pelo texto verbal, diferente da primeira que dizia exatamente a mesma coisa.

O terceiro exemplo é o de uma publicidade em três tempos.



Figura 14 (Peça publicitária 3 - Ballantine's - revista Playboy)

A mensagem publicitária é composta de duas fotos em tons de sépia, com apenas a garrafa e os copos de whisky em cores, e uma terceira foto, com a garrafa do produto anunciado, recortada em fundo branco.

Como fosse difícil controlar a iluminação do conjunto, para destacar o produto e ao mesmo tempo simular uma situação natural, espontânea, o contraste nestas fotografias foi conseguido com a cor, aplicando-a somente sobre o produto.

Sentados à mesa de um bar, e mostrando uma alegria contagiante, o casal se apresenta descontraído sem se preocupar com o fotógrafo.

Se dirigisse a atenção para a máquina fotográfica, ao ser revelada a foto, o personagem passaria a encarar o espectador, fazendo com ele um diálogo de expressões como no exemplo anterior.

Nesta imagem, apenas o casal se entretém, mostrando um momento de alegria íntima, que provoca no espectador o desejo sedutor de estar em seu lugar.

Ao participar, com seu colorido, desta cena de alegria, o produto torna-se responsável por ela, criando a ilusão de que, ao consumi-lo, poderíamos estar vivendo um momento semelhante. (apropriação de valor)

Abaixo da foto, a frase: **Los Españoles**, quer dizer na realidade que eles estariam na Espanha, onde nós também poderíamos estar, e encontraríamos o produto, cuja fama e qualidade cruzam fronteiras.

O contraste entre as figuras e o fundo mostra que o casal está em um lugar protegido da luz e do calor intenso do sol, transmite uma sensação de conforto ambiental.

A segunda cena mostra um encontro amoroso, onde um rapaz, jovem e atraente, encara a garçonete, também muito bonita, e os dois trocam olhares de paixão à primeira vista. Há, neste caso, um sutil apelo erótico das imagens, que na maior parte da publicidade onde se pretende seduzir o consumidor é mais evidente.

O cupido da história se mostra orgulhoso à frente dos dois, mas por ser especial não cai, mantém-se firme sobre a bandeja.

Outro país, **De Nederlanders** (Nerlândia), outra possibilidade de acontecer conosco a mesma coisa.

O responsável se identifica, bem nítido, ao final da página, um legítimo escocês.

A única coisa que chama a atenção em relação às fotos, além da cor, é a altura em que são fotografadas as cenas. Estarmos sempre à mesma altura dos personagens é importante para passar a idéia de que podemos vivenciar os mesmos momentos.



A figura ao lado apresenta um modelo de leitura especial, qualquer dos três vértices do triângulo possibilita uma informação e um ponto de acesso.

O quarto exemplo apresenta algumas características novas: a diagramação da página integra o contexto da mensagem de uma forma mais dinâmica do que os modelos anteriores, e a cor participa mais como índice do que como símbolo.



Figura 15 (Peça publicitária 4 - Coca-Cola - revista Playboy)

Neste exemplo, o contraste é fornecido pela cor, onde o verde busca a sua complementar - vermelho - para estar em equilíbrio cromático. O branco é neutro mas produz o espaço necessário para o descanço visual da leitura. A marca do produto anunci-

ado se consagrou através da identidade visual marcada pelo uso da cor vermelha, criando uma espécie de reflexo condicionado.

O resultado gráfico desta publicidade produz o reconhecimento imediato do produto e, só então, a fotografia entra como signo simbólico, gerando uma mensagem visual.

Na foto, um jovem casal, de porte atlético, faz um passeio ciclístico, de forma nada convencional. O ângulo de tomada da cena sugere estarmos sentados em um banco da praça.

A tonalidade da pele, na imagem impressa, é carregada de vermelho, e tanto a bicicleta como o detalhe da roupa da moça também são em vermelho.

Para produzir o efeito de cor de pele desejado, a foto foi feita em contra luz (luz vinda por trás) com o fotometro ajustado para a região à sombra na área branca da roupa, assim, a tonalidade de pele se apresenta um pouco mais escura que o normal.

Corpos encostados, ela se senta sobre o guidom e se diverte com o esforço solitário do rapaz, que pedala pelos dois sem manifestar cansaço. O padrão de beleza tem que ser condizente com o que a mídia estabelece.

A mulher, insinuante e sensual, exibe uma lata com a marca do produto bastante visível, e é transportada pelo rapaz como um troféu conquistado num jogo de tenis.

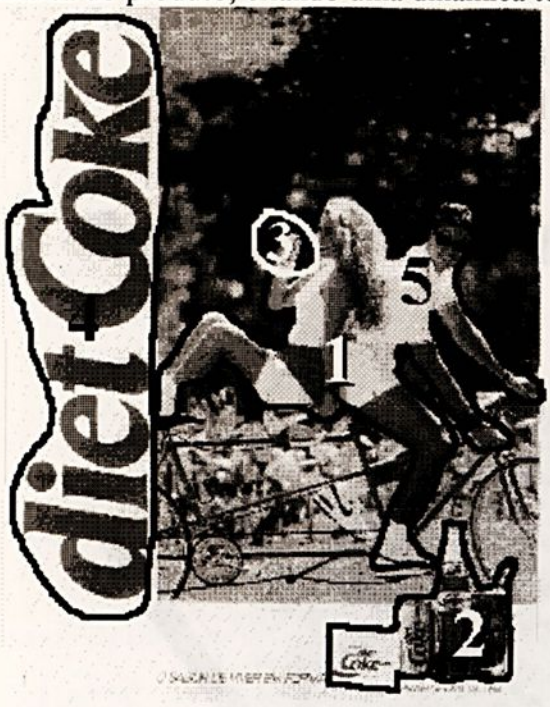
Esbeltos, saudáveis, descontraídos, divertidos e irreverentes. Esta é a imagem que deve possuir quem consome o produto anunciado.

A imagem do produto se sobrepõe ao retângulo da cena fotográfica, criando um recorte que o localiza mais próximo do consumidor. Copo cheio de gelo, garrafa e lata suados, transmitem a sensação de um produto refrescante e revigorante. Uma forma imperativa de dizer, através da imagem, **Beba diet Coke**.

A palavra **diet Coke** é grafada na lateral esquerda da imagem e chama a atenção pela proporção exagerada e pelo colorido vibrante do vermelho. O contraste recai so-

unesp

bre a diagramação, que gera um movimento incessante entre a imagem fotográfica e a marca do produto, criando uma dinâmica televisiva.



Neste exemplo, apesar do forte apêlo da marca do produto, a novidade recai sobre os personagens, muito atraentes porém desconhecidos.

A mensagem verbal - O SABOR DE VIVER EM FORMA - participa com um duplo sentido: sabor substitui a palavra prazer, sugerindo que o produto, além de agradável ao paladar, é um alimento saudável, de baixo teor calórico.

O quinto, e último exemplo, explora a situação inesperada, o momento irônico.



Figura 16 (Peça publicitária 5 - FREE - revista NOVA)

A surpresa de uma onda que invade o seu momento de relaxamento, mas que, apesar de tudo, não tira o seu bom humor.

A foto, mostra um rapaz sentado em uma cadeira de praia, com a água passando sobre seus pés e movendo a areia sob o pé traseiro da cadeira, que fica meio torta.

Nesta situação desequilibrada, com o cabelo escorrendo, como se uma onda o tivesse surpreendido com um banho inesperado, segura o chapéu à mão com um sorriso encabulado.

O chapéu à mão reforça a idéia de que ele tenha se inclinado para frente, retirando-o do rosto para saber o que estava acontecendo.

Uma situação engraçada, que pode acontecer a qualquer um de nós, mas que não saberíamos, talvez, enfrentar com tão bom humor.

Também neste exemplo, o texto participa da cena, com uma diagramação própria das histórias em quadrinhos, faz parecer que o personagem emite um pensamento diante da situação.

CaDA um Na SUA

O maço de cigarro entreaberto se oferece, como que se propondo uma comemoração, pelo momento irônico e jocoso.

A frase ao pé da página é a nossa resposta à indignação do acidentado: se não fomos surpreendidos por aquela onda, ainda temos alguma coisa em comum, fumamos a mesma marca de cigarro.

O box, com a advertência do ministério da saúde, se isola da mensagem publicitária da mesma forma que os anúncios classificados se isolam uns dos outros.

Há toda uma seqüência de leitura, oferecida pela imagem, que transforma um instantâneo fotográfico em um diálogo de vários tempos.

O contraste se articula entre o seco e o molhado nos colocando como participantes desta interação. Só há um lugar fora da água, junto ao cigarro, onde nós estamos.

Apesar de não haver um padrão de varredura das imagens - cada pessoa procura pelos elementos de identificação de forma diferente - procuramos mostrar na seqüência de esquemas gráficos a nossa leitura.



Mais uma vez, o primeiro foco de atenção se dirige para a expressão, buscando no personagem o erredo da história.

Como podemos observar, a leitura da mensagem em uma imagem fotográfica não ocorre da mesma forma que na mensagem verbal, não há um sentido de leitura da esquerda para a direita e de cima para baixo.

Porém isso não impede que, ao fazermos o reconhecimento dos elementos gráficos que compõem a fotografia, realizemos a interpretação dos signos visuais.

É diferente de quando procuramos nas mensagens verbais o significado das imagens as quais acompanham no texto publicitário.

A leitura oferecida pela lingüística, em qualquer dos exemplos acima, ainda que chegasse em pontos comuns com a leitura das imagens, teria subestimado o valor das imagens enquanto fonte de informação e sedução.

Por exemplo: o terceiro exercício nos mostra a fala da menina de uma forma, que muitos pais reconhecem como irritante e impertinente, típica das crianças quero-quero. No entanto, o sorriso suave e silencioso da modelo amenisa qualquer aspecto negativo que esta forma possa causar. Do ponto de vista lingüístico, o contraponto para aquela forma, tão corriqueira na lógica infantil, é o texto dirigido aos pais, dizendo que o produto apresenta qualidades das quais se pode tirar vantagem.

Ou seja, ainda que reconheçamos que, tanto a mensagem verbal como a mensagem não verbal trabalham na publicidade de forma persuasiva, é inegável que ambas apresentam formas distintas de mensagens, uma complementando a outra.

Dominar a leitura do não verbal, portanto, é uma forma de apreender o sentido sígnico com mais profundidade e propriedade.

As conclusões que podemos coligir do desenvolvimento deste trabalho apontam para muitas direções. Procuraremos, no capítulo destinado a esta finalidade, desenvolver pensamentos claros e objetivos, de forma a definir nossa perspectiva.

CONCLUSÃO

Não há equivoco em se afirmar que, independente da fórmula que usemos para decifrar os signos lingüísticos, a imagem fotográfica, nos tempos atuais, participa, de uma maneira incontestável, dos meios de comunicação humana.

Reconhecê-la como linguagem e interpretá-la de forma equivalente representa mais que auscutá-la, sobretudo, conhecermos a nós mesmos.

Se, de há muito tempo, o homem convive com as imagens, ainda que alguns a condenem como simulacro, não é justo que não se possa aprender a interpretá-las. Não há apenas um, mas muitos caminhos possíveis, e todos eles dependem de exercícios.

Procurar meios que possibilitem o desenvolvimento do alfabetismo visual, é uma tarefa que depende, não apenas, da analogia literária, que se pode produzir aos montes, mas essencialmente da produção de modelos práticos que estimulem um repertório visual.

Inevitavelmente teremos que recorrer às informações verbais, sejam elas técnicas, científicas, filosóficas ou teóricas, afim de modificar a visão perceptiva, responsável pela elaboração conceptual. Só é possível constatar a existência de valores sígnicos novos se estivermos munidos do conhecimento anterior e conscientes da transitoriedade das teorias nas ciências humanas.

A sociedade contemporânea, cujo predomínio da linguagem verbal é apenas uma conseqüência evolutiva, se encontra num dilema: ao mesmo tempo em que a massificação nos meios de comunicação produz um vocabulário cada vez mais restrito, não sabemos como superar o enorme contingente de informação afim de produzir o conhecimento científico adequado à realidade que vivemos.

O fenômeno da comunicação humana, esta irreversível realidade que nos arrebata procurando respostas, depende de cada passo e de cada parte perdida na história dos conceitos, teorias e outros limites que a forma lhe impõe.

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18

As alternativas que se apresentam, através da reprodução das imagens, não satisfazem aos teóricos mais ortodoxos. Para eles a fotografia, o cinema, a televisão e a informática, são instrumentos de uma civilização estéril. Se não nos esforçarmos para transpor as barreiras que a ideologia dominante nos impõem, estabelecendo regras irredutíveis, da forma ao conteúdo, não poderemos jamais incorporar estes "instrumentos" como linguagem.

Apesar de termos trabalhado apenas com o nível superficial da mensagem não verbal, o fizemos através de critérios gráficos, que reconhecem valores sígnicos na estrutura formal da imagem fotográfica, embora estes signos apresentem certa instabilidade como código, variando seu valor com uma freqüência e velocidade muito grande.

Ainda que este trabalho não constitua um processo metodológico, há fortes razões para crermos que as tendências tecnológicas da nossa sociedade impõem a necessidade urgente de estudos estatísticos, que permitam estabelecer a forma e a freqüência dos signos visuais. O estudo estatístico passa, necessariamente, pelo reconhecimento de uma estrutura da linguagem não verbal. Os inúmeros autores que trabalham no sentido de identificar esta estrutura, invariavelmente, esbarram em teorias da lingüística que não lhes oferecem suporte.

As investigações mais evidentes desta dissertação nos apontam para as seguintes conclusões:

1- A memória é a sede de todo sistema sígnico: é através das relações entre os objetos e os fatos registrados na memória que estabelecemos o valor sígnico em cada coisa observada.

2- Os códigos lingüísticos são preponderantes para que a comunicação sígnica se realize de maneira eficiente.

3- A identificação de valores visuais comuns de uma dada sociedade permite que a fotografia, no meio publicitário, se articule como linguagem.

4- Os valores, atribuídos aos elementos gráficos de uma imagem, dependem da resposta ao estímulo visual que nos oferecem: as estratégias de comunicação utilizadas nas técnicas visuais trabalham no sentido de obterem respostas previsíveis aos estímulos oferecidos. Em seu livro, **Sintaxe da Linguagem Visual**, Donis A. Dondis arrola os estímulos visuais mais conhecidos comentando-lhes as respostas suscitadas, entre eles podemos citar: contraste / harmonia, equilíbrio / instabilidade, simetria / assimetria, regularidade / irregularidade, simplicidade / complexidade, unidade / fragmentação, economia / profusão, minimização / exagero, previsibilidade / espontaneidade, atividade / estase, sutileza / ousadia, neutralidade / ênfase, transparência / opacidade, estabilidade / variação, exatidão / distorção, planura / profundidade etc.

5- A fotografia e a linguagem verbal, na comunicação impressa, se articulam de vários modos: competindo em níveis distintos, para expressarem suas mensagens, ora se sobrepondo ora se complementando, elaboram uma manifestação visível da avidez com que os meios de comunicação procuram recursos expressivos.

Apesar do tema abordado inspirar um elevado número de conclusões, sentimo-nos apreensivos no sentido de que possam sugerir elaborações conceituais ou teses prematuras. Assim sendo, esperamos que a maior contribuição deste trabalho tenha sido a de indicar novos caminhos para a formação de uma postura crítica frente às questões levantadas.

Não há resistência que suporte a obstinação e não se curve aos argumentos perfeitamente construídos, porém, há que se ter a humildade para reconhecer a fragilidade da capacidade humana em dimensionar a verdade de forma absoluta.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor W. "A Indústria Cultural" *In*: Gabriel Coln (org.) *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Nacional, 1971.

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e Percepção Visual*. São Paulo, Editora Pioneira / EDUSP, 1980.

AUMONT, Jacques. *A Imagem* / Jacques Aumont; tradução Estela dos Santos Abreu. Campinas, SP: Papirus, 1993.

BARTHES, Roland. *A Câmara Clara*. São Paulo: Edições 70, 1981.

_____. O Óbvio e o *Obtuso*. Lisboa: edições 70, coleção signos,1984.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade Técnica". *In* LIMA, Luiz Costa (Org) *Teoria da cultura de massa*. 2 ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. p. 209-240.

_____."Pequena História da Fotografia". *In*: Flávio Kothe (org.) e Florestan Fernandes (coord.) *Walter Benjamin*. 2 ed., São Paulo: Ática, 1991.

_____."O Autor Como Produtor". *In*: Flávio Kothe (org.) e Florestan Fernandes (coord.) Walter Benjamin. 2 ed., São Paulo: Ática, 1991.

BAUDRILLARD, Jean. "A XEROX e o Infinito" *In: A Transparência do mal: ensaio sobre fenômenos extremos*. Trad.de Estela dos Santos Abreu. Campinas: Papirus,1990.

BUSELMEIER, Michael."Entretenimento de massas na esfera do trabalho e do laser" *In*: MARCONDES FILHO, Ciro. *A linguagem de sedução: a conquista da consciência pela fantasia*, São Paulo: Perspectiva, 1988, p.39-96

CASTORIADIS, Cornelius. *A Instituição Imaginária da Sociedade*. 2 ed., Rio de Janeiro: trad. de Guy Reynaud, Paz e Terra, 1986.

CHATTERJI, Jangadish C.. *A Sabedoria dos Vedas*. São Paulo: 9ª ed., trad. de Carlos Alberto da Fonseca, Editora Pensamento, 1993.

CHERRY, Colin. *A Comunicação Humana: Uma Recapitulação, Uma Vista de Conjunto e Uma Crítica*. 2 ed., São Paulo: trad. de José Paulo Paes, editora Cultrix, 1971.

CONDÉ, Bertho. *Roteiro de História da Filosofia*. São Paulo: editora Piratininga, 1965.

DAY, R. H.. *Psicologia da Percepção*. 2 ed., Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1974.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*; tradução Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1991.

ECO, Humberto. *A Estrutura Ausente*. São Paulo: Perspectiva, Coleção Estudos, 1971.

_____. *As Formas do Conteúdo*. São Paulo: Editora Perspectiva, coleção Estudos,1974.

_____. *Tratado geral de Semiótica*. São Paulo: Perspectiva. 1976.

FERRARA, Lucrécia D'Aléssio. *Leitura Sem Palavras*. São Paulo: Ática, Coleção Princípios, 1986.

FREUND, Gisèle. *La fotografia como docomento social*: Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1974.

FIORIN, José Luiz. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Editora Ática, Série Princípios, 1988.

FRANCASTEL, Pierre. *A Realidade Figurativa*. São Paulo: Perspectiva, 1982.

GOLDMAN, Lucien. "Conciência Possível e Comunicação" *In*: COHN, Gabriel. *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978, p.391-401.

_____.*A criação cultural na sociedade moderna: por uma sociologia da totalidade*. São Paulo: Difusão Européia do Livro,1972.

GREIMAS, Algirdas Julien. *Sobre o Sentido*. Petrópolis: Editora Vozes, 1975.

HALL, Edward T. *A Dimensão Oculta*. 2 ed., Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora S.A., 1981.

KOSSOY, Boris. *Fotografia e História*. São Paulo: editora Ática, 1989.

_____. *Hercules Florence - 1833: a descoberta isolada da fotografia no Brasil*. São Paulo: Rumo Gráfica Editora Ltda., 1977.

LIMA, Ivan. *A Fotografia é sua Linguagem*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo, 1988.

MARCONDES FILHO, Ciro." Imaginário, o arquiteto da revolução" *In*: *A linguagem da sedução: a conquista das consciência pela fantasia*. São Paulo: Perspectiva, 1988, p.15-38

MAC LUHAN, Marshall. "A imagem, o som e a fúria". *In*: WEHITE, David Manning. *Cultura de massa: as artes populares nos Estados Unidos*. São Paulo: trad. de Otávio M. Cajado, Cultrix,1973.

_____. *Os meios de Comunicação como Extenção do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1980

NEIVA Jr. Eduardo. *A Imagem*. São Paulo: Editora Ática SA, Col. Princípios, 1986.

PENNA, Antonio Gomes. *Comunicação e Linguagem*. Rio de Janeiro: Eldorado, 1976

PIERCE, Charles Sanders. *Semiótica e Filosofia: textos escolhidos*. São Paulo: Cultrix / EDUSP, 1975

PIGNATARI, Décio. *Informação. Linguagem. Comunicação*. São Paulo: editora Cultrix, 1988.

PLATÃO. *A República - Diálogos III*. Porto Alegre,R.S.: trad. por Leonel Vallandro, Editora Globo, 1964.

PROKOP, Dieter. *Fascinação e tédio na comunicação: produtos de monopólio da consciência*. s.n.t.1979, p.148 a 194.

SEARLE, J. R. "Teoria da Comunicação Humana e a Filosofia da Linguagem: Alguns Comentários". *In Teoria da Comunicação Humana*. São Paulo: Cultrix. 1978.

SONTAG, Susan. *Ensaios Sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Arbor, 1981.

VANOYE, F. *Usos da Linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita*. São Paulo: Martins Fontes. 1982.

PEÇAS PUBLICITÁRIAS

Azeite Gallo. Revista PLAYBOY, São Paulo, ANO XX - Nº225 - abril de 1994, contracapa.

Creme dental Colgate. Revista CLAUDIA, São Paulo, ANO 32 - Nº 372 - setembro de 1992, encarte pág. 5.

Scotch Whisky Ballantine's. Revista PLAYBOY, São Paulo, ANO XVII - Nº 204 - julho de 1992, pág. 10.

Diet Coke. Revista CLAUDIA, São Paulo, ANO XVII - Nº 195 - outubro de 1991, pág. 41.

FREE. Revista NOVA, São Paulo, ANO 20 - Nº 11 - novembro de 1992, pág. 5.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 (exemplo da convenção usada para os balões nas histórias em quadrinhos)..... 22

Figura 2 (silhuetas em maior extensão)..... 29

Figura 3 (silhuetas na menor extensão)..... 29

Figura 4 (caverna de Altamira - ver nota em anexo)..... 30

Figura 5 (caverna de Lascaux - ver nota em anexo)..... 31

Figura 6 (pintura egípcia "Anubis" - ver nota em anexo)..... 32

Figura 7 (alto relevo - detalhe - Roma)..... 33

Figura 8 (ícones encontrado em portas de sanitários públicos)..... 48

Figura 9 (Cartaz publicitário da Volvo)..... 52

Figura 10 (Prova fotográfica 1, Caso Vovo)..... 52

Figura 11 (Prova fotográfica 2, Caso Volvo)..... 52

Figura 12 (Peça publicitária 1 - Azeite Gallo - revista Playboy)..... 69

Figura 13 (Peça publicitária 2 - COLGATE - revista CLÁUDIA)..... 73

Figura 14 (Peça publicitária 3 - Ballantine's - revista Playboy)..... 76

Figura 15 (Peça publicitária 4 - Coca-Cola - revista Playboy)..... 79

Figura 16 (Peça publicitária 5 - FREE - revista NOVA)..... 82

ANEXO

Legenda da figura 3

Esta pintura de caverna paleolítica de um cavalo está entre as dezenas de pinturas de animais que decoram as paredes e o teto de uma caverna em Altamira, no nordeste da Espanha. Descoberta em 1879, a caverna é uma de diversas centenas de lugares de arte de caverna, A maioria delas na França ena Espanha. (Bibliotéca fotográfica de Ronald Sheridan)

Legenda da figura 4

Esta pintura de Caverna, que se acredita retratar um bisão ferido atacando um caçador, é de Lascaux no sudoeste da França e data de 15.000 - 10.000 a.C.. O trabalho é típico de arte de caverna naturalística, produzido pelos povos Cro-Magnon, na idade do gelo da Europa. (Bibliotéca fotográfica de Ronald Sheridan)

Legenda da figura 5

Esta antiga pintura de túmulo egípcio de Deir-el-Balvi mostra Anubis, o deus com cabeça de chacal, preparando uma múmia. Na mitologia egípcia, Anubis era um deus que levava as almas dos mortos para serem pesadas, antes do julgamento das regiões infernais. (Bibliotéca fotográfica de Ronald Sheridan)

cm 1 2 3 4 5 6 7 unesp 11 12 13 14 15 16 17 18