

FOTOGRAFIA E EDUCAÇÃO: A ESCOLA COMO FORMADORA DE LEITORES CRÍTICOS DA IMAGEM MIDIÁTICA ¹

Ana Maria Schultze ²

Resumo

Apesar de crianças e jovens possuírem acesso intenso às imagens fotográficas nos meios de comunicação de massa, propiciado inclusive pela escola, não há preocupação, por essa mesma escola, em tornar tais alunos leitores críticos dessas imagens. Relato aqui algumas ações desenvolvidas por mim na escola pública que pretendam satisfazer essa preocupação, ao demonstrar aos alunos como são construídas e elaboradas significações nas fotografias midiáticas, publicitária e fotojornalística especialmente, já que visio uma formação mais sólida de alunos conscientes e críticos, mesmo a partir do ensino fundamental.

¹ Trabalho apresentado ao NP 20 – Fotografia, Comunicação e Cultura, do IV Encontro Nacional dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Mestra em Artes, na área de concentração Artes Visuais pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp); especialista em Comunicação e Artes pela Universidade Presbiteriana Mackenzie; fotógrafa; arte-educadora; professora efetiva de arte da rede municipal de São Paulo; coordena na internet a lista de discussão Arte-Educar sobre arte e seu ensino; pesquisadora do GP Mediação Arte/Público da Unesp e do NP Fotografia, Comunicação e Cultura da Intercom. anita@arte-educar.art.br

Como professora de arte em escola pública de ensino fundamental na cidade de São Paulo, desenvolvo já há vários anos pesquisas sobre fotografia e educação.

Trabalhando em escola carente, situada na periferia da cidade, sempre lidei com as dificuldades econômicas dos alunos para realizarem sua própria prática fotográfica, o que me motivou a buscar alternativas mais viáveis, como trabalhar com técnicas alternativas de fotografia (de buraco-de-agulha, por exemplo), ou ainda com fotografia preto-e-branco revelada e ampliada na própria escola, com materiais e equipamentos doados por fotógrafos, conhecedores de meu projeto. Porém, além de criar condições para meus alunos fotografarem, existiam outras questões: o que pensavam meus alunos sobre a fotografia? Qual seu entendimento sobre fotografia?

Lidando com um corpo de alunos composto de jovens e adultos, esses últimos do curso de *Educação de Jovens e Adultos* (EJA), preocupava-me o acesso que meus alunos tinham às imagens fotográficas e como as compreendiam, principalmente através do acesso fornecido pelos meios de comunicação de massa e a utilização e abrangência da fotografia em tais meios.

Antes, um breve histórico sobre meus alunos.

Como já mencionado, meus alunos são adolescentes e adultos, residentes em um bairro periférico da cidade de São Paulo. Carentes, muitos são migrantes de diversas partes do país, situação comum principalmente entre os mais velhos que, vindo para uma cidade grande, acabam indo morar em regiões distantes, de aluguéis mais baratos, ou mesmo favelas e similares. Chegam com bagagens variadas: roupas, família, esperança, experiências de vida.

Os adultos retornam para a escola tentando obter qualificação para uma chance de melhor emprego. Trabalham o dia todo e à noite vão à escola. Os adolescentes já nasceram na sua maioria na capital de São Paulo, mas seus pais também vêm de todo o país. Esses jovens estudam no período da tarde, contribuindo algumas vezes com o orçamento doméstico ao realizarem pequenos serviços em horário diferente do da escola.

Na escola em questão, apesar da localização geográfica, não há problemas de violência, ao contrário, os alunos mantêm um bom relacionamento com os professores e colegas.

É comum o contato com vários ex-alunos, o que permite um acompanhamento mesmo que impreciso sobre o número de alunos que prosseguem seus estudos após a saída dessa escola. Sei, então, que um número razoável ingressará no ensino médio, mas poucos terminarão essa modalidade de ensino, por razões variadas. Raros alunos acessarão uma faculdade. Isso só reforça minha convicção de que a escola, já a partir do ensino fundamental, deve pensar seriamente em preparar seus alunos para uma leitura crítica de imagens midiáticas, que caracteriza um tipo de estudo normalmente realizado no ensino superior, mas o qual poucos alunos meus atingirão.

Pois é esse grupo de alunos, que não fotografa por falta de recursos financeiros, que percebe a fotografia, conforme seus relatos, como um objeto que faz referência ao passado, que registra uma situação ocorrida, em um documento – a cópia fotográfica no papel – sendo que a produção desse objeto-documento se faz por um artefato, a câmera, e o fotógrafo é apenas um operador, ao disparar um botão.

A partir desse entendimento inicial, busco realizar uma alteração conceitual em meus alunos, para que percebam a fotografia não apenas como uma imagem técnica mas como uma elaboração carregada de intencionalidades realizada pelo fotógrafo. Kossoy (2000:34) afirma que "o dado do real, registrado fotograficamente, corresponde a um produto documental elaborado cultural, técnica e esteticamente, portanto ideologicamente: registro/criação." O fotógrafo não é, então, um mero operador da câmera fotográfica, como crêem meus alunos, mas alguém que interpreta e registra uma dada realidade de acordo com suas próprias referências.

Em relação à fotografia circulante nos meios de comunicação de massa, além da esfera de intenções do fotógrafo, todas as outras instâncias envolvidas na circulação dessa imagem, como editores, veículos, mídias, também atendem seus próprios interesses.

E, finalmente, o público receptor das imagens fotográficas midiáticas também faz leituras pessoais, de acordo com suas referências particulares, já que "a imagem visual não é uma simples representação da realidade e sim um sistema simbólico, desvendado pelo indivíduo que, em função de sua cultura e de sua história pessoal, incorporou modos de representação e potencialidades de leitura que lhe são próprios (GOMBRICH, 1986 apud ZANIRATO, 2004:2). Zanirato (idem:39) toma de empréstimo de Vilches (1993) a expressão *biblioteca cognoscitiva* para referir-se ao universo individual de referências, expressão da qual também faço uso no presente artigo por considerá-la ideal para referir-me a esse universo próprio do leitor, no caso meus alunos da escola pública.

Ao propor a alteração conceitual de meus alunos quanto à fotografia, para que considerem-na como uma forma de representação cultural elaborada, surge outra importante questão: qual o diálogo desses mesmos alunos com a imagem fotográfica midiática, a partir de suas bibliotecas cognoscitivas?

É Kellner (1995) que reforça essa minha preocupação, argumentando sobre a necessidade de uma pedagogia crítica pós-moderna, na qual se faz necessário "um alfabetismo crítico em relação à mídia e de competências na leitura crítica de imagens" (idem:107), que visa à formação de sujeitos não meros destinatários, mas ativos na recepção de imagens midiáticas, e que se constitui em formas de emancipação e desenvolvimento da cidadania, tão fundamentais para meus alunos.

Na busca de respostas a esse anseio, relato aqui algumas das ações desenvolvidas por mim na escola pública que pretendem, ao demonstrar aos alunos como são construídas e elaboradas significações nas fotografias midiáticas (publicitária e fotojornalística especificamente), uma formação mais sólida de alunos conscientes e críticos, mesmo a partir do ensino fundamental.

Sobre a publicidade, Berger (1999) argumenta que seu principal discurso refere-se a um desejo constante de *glamour*. E é sua satisfação que nos impele a adquirir produtos e serviços nem sempre necessários, mas altamente referendados pela mídia. E a fotografia, nesse contexto, contribui com tal discurso oferecendo imagens de modelos com corpos perfeitos, produtos em

anúncios elaborados, anúncios com artistas de televisão ou cinema que levam o consumidor a se identificar com tais personagens ou pessoas, buscando ser algo que não é, além de contribuir com índices de vendas. Kellner (1995:114) reforça que, na cultura pós-moderna da imagem "os indivíduos obtêm suas próprias identidades a partir dessas figuras e a publicidade se torna um mecanismo importante e negligenciado de socialização, assim como um manipulador da demanda de consumo." O *glamour* sugerido não se destina a qualquer um mas a públicos-alvo específicos, de acordo com o produto, veículo de mídia, classe social, entre outros fatores.

Como forma de alertar os alunos sobre a imposição desse discurso publicitário, fazemos análise crítica de anúncios de revistas que contenham imagens fotográficas. Em grupos, os alunos selecionam um anúncio de sua preferência, procurando desmontar o discurso oferecido, analisando a inserção da imagem fotográfica ali. Os alunos percebem que a fotografia reforça a imagem sugerida pelo anunciante e pelo fabricante do produto, sendo que são muitos os casos de anúncios onde há somente a imagem fotográfica, sem qualquer texto ou legenda, como nos casos dos anúncios do fabricante de material esportivo Nike, na última capa de uma grande revista de circulação semanal.

Nesse exercício, os grupos de alunos relatam suas conclusões à classe na forma de seminários, em que as idéias são trocadas e complementadas por todos e entre todos. Esse intercâmbio contribui para a ampliação da biblioteca cognoscitiva de cada um, já que nem todos os alunos possuem referências suficientes de análise, em muitos casos por se tratarem de produtos ou anúncios dirigidos a outras classes sociais, com construções simbólicas e de imagem que lhes são estranhas e incompreensíveis.

Além da leitura crítica de anúncios, apresento aos alunos anúncios de diferentes épocas, onde fazemos comparações com as imagens apresentadas em cada contexto e ao longo da história, como nos exemplos a seguir:



Anúncio do sabonete Vale quanto pesa. Ilustração. s/d.
Capturada em <http://geocities.yahoo.com.br/osygripp/prpsabonetevqp>.GIF.
Acesso em: 11 nov.03



Anúncio on-line da Ford (fragmento). 2003.
Capturado em <http://www.ford.com.br>.
Acesso em: 11 nov.03

Dois anúncios distintos, no tempo e de produtos.

Novamente Kellner (idem, idem) é quem explica que anúncios "são textos sociais que respondem a desenvolvimentos-chave durante o período no qual aparecem."

No primeiro anúncio (década de 30 do século XX), apesar dos meios-tons que já favoreciam a utilização da fotografia em anúncios publicitários, vemos ainda uma ilustração. Com grafia antiga, o anúncio ressaltava a durabilidade do produto, em um paralelo com a cascata ao fundo, além de características com tamanho e preço.

O anúncio do automóvel (um fragmento extraído não de revista, mas do site do fabricante) oferece motivos diversos para a escolha do novo modelo em questão, como os brindes aos quais o cliente concorre ao efetuar a compra.

Enquanto no primeiro anúncio a tônica era preço baixo x tamanho, no anúncio atual são ressaltados outros componentes que fazem parte de uma eventual aquisição, como os brindes, em um mercado acirrado como o de automóveis, em que outros atrativos que não mais o preço procuram seduzir o comprador.

Após as duas atividades demonstradas, houve uma alteração comportamental e conceitual dos alunos em relação à publicidade. Alunos passaram a analisar de forma crítica com uma constância cada vez mais freqüente anúncios, seja na escola ou em situações corriqueiras de suas vidas, como durante uma compra em supermercado, após a qual vinham relatar sua nova postura diante de um produto anunciado em uma mídia qualquer, por exemplo.

Enquanto a publicidade estimula um desejo de *glamour*, o discurso de jornais e revistas, portanto de mídias da imprensa, é o de fazer crer, ou seja, tem como base a persuasão. Então, "... as fotografias que acompanham as reportagens não são meramente ilustrativas, são narrativas que clamam pela eficácia do convencimento" (ESSUS e GRINBERG, 1994 apud ZANIRATO, 2004:5).

Volto a mencionar que a imagem fotográfica não é nada neutra, ao contrário, é carregada de intencionalidades desde o momento de sua produção pelo fotógrafo, até as escolhas envolvidas em sua distribuição pelos diversos canais participantes do processo, que também atendem seus interesses, entre tais canais a própria mídia, além das formas próprias de ler e interpretar cada imagem realizadas pelo leitor.

Já que a imagem fotográfica na imprensa tem como objetivo convencer o leitor de um fato ocorrido, onde se sugere ainda que o registro daquele fato é feito de forma imparcial e isenta pelo veículo que o divulga, então a leitura crítica da imagem fotográfica realizada na escola implica em demonstrar, mais uma vez, que a fotografia não é neutra, que atende a interesses e discursos variados, e quais os recursos utilizados pela imprensa em relação à imagem fotográfica para torná-la um efetivo instrumento de persuasão: tamanho, manipulações, conteúdo da foto e o referencial fotografado, disposição gráfica na página, presença ou ausência de legendas e seu discurso em relação à imagem.

Noções básicas de composição editorial de um jornal vão auxiliar os alunos na leitura de imagens em periódicos: leitura ocidental da esquerda para a direita, espaços privilegiados para distribuição das fotos (páginas ímpares, eixo

superior), além da própria composição fotográfica que motiva a escolha da imagem (fundo, perspectiva, volume, ângulos, entre outros elementos formais) (ZANIRATO, 2004:7). É com essas informações em mente que os alunos iniciam suas leituras críticas da fotografia na mídia, como no exemplo a seguir:

Na edição nacional de 04 de dezembro de 2003 do jornal Folha de São Paulo, três fotos ocupam o terço superior e a coluna central da capa.

A fotografia superior, no lado esquerdo, apresenta um conflito entre a brigada militar e ruralistas, ocorrido no Rio Grande do Sul, quando a brigada escoltava o movimento de sem-terras que tomariam posse de uma propriedade cedida a eles, no que foram impedidos pelos ruralistas da região.

A análise dessa imagem confundiu os alunos. Acostumados a verem pela mídia confrontos entre a polícia e o movimento dos sem-terras, pensaram inicialmente de tratar-se de uma ocorrência desse tipo, mesmo com informações na imagem que apontavam outra resposta. Foi necessária a leitura da legenda para esclarecer a situação, demonstrando aos alunos que suas leituras podem ser tendenciosas, a partir de seus esquemas anteriores.

A segunda imagem, no centro da página, intrigou a todos. Um vidro estilhaçado (todos logo perceberam isso), escondendo uma silhueta, revelava e ao mesmo tempo escondia o personagem, preservando sua identidade. Porém, sua roupa e postura arrogante indicaram aos alunos tratar-se de um policial. Mesmo assim, a situação não pode ser compreendida integralmente a partir da imagem, o que também exigiu uma complementação de informações a partir da legenda. Aqui, tratava-se de um posto policial em um bairro periférico da cidade de São Paulo, bastante violento, e que havia sido atacado, em um tipo de ocorrência que se repetiu com frequência na época. Essa imagem tem



Folha de S. Paulo
Capa
04 de dezembro de 2003

praticamente o mesmo tamanho da primeira, portanto seu assunto mereceu tanto destaque quanto o anterior.

A terceira foto, situada no eixo central na parte inferior, também chama bastante a atenção, por sua própria composição.

Durante destruição de CDs em Brasília, o fotógrafo tirou bom proveito da situação ocorrida simbolicamente na frente do Congresso Nacional, criando uma imagem atraente e instigante. Em tamanho ligeiramente menor que as anteriores, traz menos destaque a um assunto relacionado tanto à cultura quanto à economia, mas de menos interesse político que os anteriores.

Os alunos apontaram a segunda e a terceira fotos como mais interessantes, em termos de composição, julgando-as mais instigantes.

Outro exercício que realizo com os alunos durante a análise da fotografia na imprensa chama-se "Imagens da semana", proposto pelo professor Boris Kossoy em suas aulas no curso de pós-graduação da Universidade de São Paulo.

Durante uma semana é feita uma seleção de jornais, que serão analisados em relação a um assunto de destaque ocorrido naquele momento. Trabalhamos com pelo menos dois jornais diferentes, verificando quais enfoques cada veículo dá a cada notícia, de acordo com o assunto e linha editorial do jornal.

Para essa atividade, é necessário um trabalho interdisciplinar, já que os alunos têm muita dificuldade de analisarem sozinhos as notícias veiculadas, principalmente os alunos de EJA, pois são necessários conhecimentos de história, geografia etc. e o grupo de adultos, estudando em um curso com menor carga horária, apresenta uma lacuna maior em sua biblioteca cognoscitiva.

As leituras propostas, então, são realizadas juntamente com os professores de história e geografia, sendo que os jornais são analisados diariamente em uma ou mais aulas das disciplinas participantes, e no último dia letivo da semana alunos apresentam suas conclusões sobre os jornais e notícias examinados. É um exercício trabalhoso mas muito rico em suas conclusões.

As análises de fotografias na imprensa fazem os alunos perceberem que tais imagens não apenas ilustram uma matéria, mas também apresentam conteúdo informativo próprio, e que algumas vezes a informação da imagem não corresponde à do texto escrito, havendo um conflito de mensagens, o mesmo ocorrendo em relação à legenda e à foto que referencia.

Apesar de pesquisar há pouco tempo a leitura de fotografias midiáticas por alunos, intencionando uma formação crítica de receptores desse tipo de imagens já a partir da escola, percebo que os exercícios realizados já caminham nesse sentido, pois claramente os alunos modificam seus conceitos e pontos de vista sobre a fotografia nos meios de comunicação de massa.

Em relação à publicidade, relatos de modos de consumo mais consciente apontam para uma nova postura diante da propaganda.

Sobre fotografia e imprensa, ao fazer os alunos perceberem que a fotografia é um documento histórico com conteúdo próprio, não necessariamente atrelado a um texto escrito, demonstro que esse tipo de imagem é uma elaboração sígnica realizada por um agente de acordo com suas próprias referências, mas que atende a interesses de cada veículo e dos meios de circulação.

Mais pesquisas são necessárias, porém as atividades já realizadas indicam possibilidades de um papel ativo da escola fundamental na formação de receptores críticos da imagem midiática, contribuindo para um efetivo desenvolver de cidadãos conscientes.

Referências bibliográficas

BARROS, Armando Martins de. Educando o olhar: notas sobre o tratamento das imagens como fundamento na formação do pedagogo. In: SAMAIN, Etienne (Org.) **O fotográfico**. São Paulo: Hucitec, 1998.

BERGER, John et al. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

EGUIZÁBAL, Raúl. **Fotografía publicitaria**. Madri: Cátedra, 2001.

GOMBRICH, Ernst. **Arte e ilusão**. São Paulo: Martins Fontes, 1986.

GRIGNON, Claude. Cultura dominante, cultura escolar e multiculturalismo popular. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.) **Alienígenas na sala de aula**: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.) **Alienígenas na sala de aula**: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. p. 106-129.

KOSSOY, Boris. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2000.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1995.

SAMAIN, Etienne (Org.) **O fotográfico**. São Paulo: Hucitec, 1998.

SCHULTZE, Ana Maria. **Mapas sensíveis**: percursos de leituras do mundo através de imagens fotográficas. 2003 Dissertação (mestrado) - Instituto de Artes, Unesp, São Paulo, .

_____. Possibilidades de leitura da imagem fotográfica na escola fundamental. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO, 1., Cianorte, PR, 2001. **Anais...** (ISSN 1676-0417).

SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.) **Alienígenas na sala de aula**: uma introdução aos estudos culturais em educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VILCHES, Lorenzo. **Teoria de la imagem periodística**. Barcelona: Paidós, 1993.

ZANIRATO, Silvia Helena. A fotografia de imprensa: modos de ler. In: _____; PELEGRINI, Sandra (Orgs.) **As dimensões da imagem**: abordagens teóricas e metodológicas. Maringá, PR: UEM, 2004. No prelo.