



Ministério da Educação
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM
Minas Gerais – Brasil
Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas
Reg.: 120.2.095–2011 – UFVJM
ISSN: 2238-6424
Nº. 02 – Ano I – 10/2012
<http://www.ufvjm.edu.br/vozes>

A imagem como produtora de sentido: o caso do goleiro Bruno nas capas das Revistas Época e Veja

Prof^ª. Msc. Marli Ferreira de Carvalho Damasceno
Mestre em Letras pela UFPI – Universidade Federal do Piauí
Professora efetiva do IFPI, *Campus* de Paulistana – Piauí - Brasil
E-mail: marli_ufpi@hotmail.com

Resumo: A imagem pode suscitar a construção de diversos sentidos por parte do receptor. Portanto, dizemos que ela não é feita sem pretensão, mas tem uma finalidade, ou finalidades, e dependendo da maneira como é disposta, principalmente as de capas de revistas, pode trazer à tona diversos discursos. Por isso, este trabalho buscou identificar os enunciados discursivos publicados pelas duas das principais revistas brasileiras Veja e Época, quando tratam do caso do Goleiro Bruno e da suposta morte de Eliza Samúdio no ano de 2010. Assim, pode-se perceber que as duas revistas utilizaram o “poder” das imagens fotográficas com toda sua carga simbólica a fim de caracterizar ou (des)construir a figura do Goleiro Bruno e, em menor intensidade, de Eliza Samúdio.

Palavras-chave: Época. Veja. Goleiro Bruno. Produção de sentidos. Imagem.

INTRODUÇÃO

Para procedermos com a análise de qualquer texto é importante levarmos em consideração não somente a linguagem verbal, mas também o uso de recursos semióticos, como figuras, disposição das frases, colocação das palavras, cores mais utilizadas, enfim, analisar todo o conjunto do texto. Dessa forma, acreditamos que,

assim como Pinto (2002, p. 26), “é na superfície dos textos que podem ser encontradas as pistas ou marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentidos que o analista vai interpretar”, o que nos torna, enquanto analistas de discursos, um detetive sociocultural, nas palavras desse mesmo autor.

Também é de extrema relevância que, ao analisarmos um texto, entendamos que os discursos estão diretamente ligados às práticas sociais de quem os produz:

Definir os discursos como práticas sociais implica que a linguagem verbal e as outras semióticas com que se constroem os textos são partes integrantes do contexto sócio-histórico e não alguma coisa de caráter puramente instrumental, externa às pressões sociais. Tem assim papel fundamental na reprodução, manutenção ou transformação das representações que as pessoas fazem e das relações e identidades com que se definem numa sociedade, pois é por meio dos textos que se travam batalhas que, no nosso dia-a-dia, levam os participantes de um processo comunicacional a procurar dar a “última palavra” isto é, a ter reconhecido pelos receptores o aspecto hegemônico do seu discurso (PINTO, 2002, p. 28).

Assim, o analista do discurso não pode partir de uma análise imanente dos textos, mas deve contextualizá-los, levando em consideração não o que eles dizem ou apresentam, mas o porquê de dizer e apresentá-los dessa forma.

Pinto (2002) aborda que se os textos forem utilizados na pesquisa social sem a devida importância aos instrumentos linguísticos e semiológicos, seremos conduzidos a perceber os discursos como algo desvinculado do contexto em que foi produzido, deixando de lado as ideologias presentes nos mesmos.

Braga (19??), explicando o pensamento de Eliseo Verón, diz que para entender um texto, levando em consideração a noção de discurso, é preciso relacioná-lo com outros discursos, articulando algumas dimensões necessárias, como produção, circulação ou consumo

La producción social de sentido remite a uma visión integral del sistema productivo, el cual implica una articulación entre producción, circulación y consumo. Uma teoria que toma em cuenta La producción social de los discursos aborda “lecturas” que conducen a describir tanto el proceso de producción como el de reconocimiento o consumo (BRAGA, 19??, p. 247).

O que leva ao entendimento de que, segundo Verón (1978, apud PINTO, 2002), na produção dos textos existem as relações de poder, aquele a quem é dada a última palavra e por que a ele é dado. Mas, para que os discursos tenham poder

sobre as pessoas que os recebem, os efeitos de sentido produzidos dentro das relações sociais precisam ser entendidos pelas mesmas.

Para que esses efeitos de sentido possam ser recuperados em uma análise, demonstrado que tal discurso veiculado pela mídia, por exemplo, teve efetivamente alguma espécie de poder sobre os receptores, é necessário que eles tomem a forma de sentidos produzidos, investidos em textos como conversas, gestos comportamentos, entrevista de pesquisas e etc., que definam por sua vez determinadas relações e identidades sociais assumidas por esses receptores (agora emissores), as quais são então devolvidas ao tecido infinito da semiose social (PINTO, 2002, p. 47).

Tudo isto nos leva a pensar que a produção, a circulação e o consumo dos textos são definidos pelo contexto socioculturais de cada sociedade, ao mesmo tempo em que eles constituem a sociedade e a cultura, agindo assim de forma não só reprodutiva, mas também, e concomitantemente, funcionando como meios de transformação.

1. CONCEITUANDO IMAGEM

O leitor esperaria que, para início de conversa, fôssemos logo apresentando um conceito do que são as imagens, afinal, o título desse trabalho remete tão simples e puramente, se não, à “imagem”. Contudo, seria uma ousadia de nossa parte defini-la assim tão rapidamente. Também não espere ao longo desse texto.

Contudo, podemos afirmar que existem imagens no plural, assim como existem muitos conceitos para o termo. O que faremos, pelo menos tentaremos, é apresentar alguns posicionamentos teóricos daquilo que por milhares de anos tem despertando a curiosidade do homem, seduzindo-o e, por vezes, apavorando-o: a imagem.

Então, vamos por partes. Primeiro é válido destacar o que Campos (2007) diz acerca da história da imagem. Segundo esse autor, o interesse em estudá-la não é novo, pois desde os tempos pré-históricos que a imagem é usada, sendo inclusive o primeiro sistema visual de comunicação entre os homens. Ele chega a citar algumas das áreas em que as imagens estão fortemente ligadas, como a religião e a filosofia, citando os trabalhos de Platão e Aristóteles, o que prova o quanto os estudos e o uso da imagem são antigos:

Nas religiões a imagem está fortemente presente, quer pela quantidade de artefactos (sic) de carácter (sic) religioso com forte componente visual, quer pelo próprio estatuto da imagem enquanto elemento fulcral da questão religiosa. Presente igualmente na filosofia, pois é objecto (sic) de discussão filosófica desde a Antiguidade clássica, de que são exemplos as teses de Platão e Aristóteles (CAMPOS, 2007, p. 27).

Dessa forma, a noção de imagem não é exclusiva da sociedade atual, tendo funcionado como suporte simbólico à atuação de produção de sentido e comunicação do homem no mundo desde a Antiguidade.

Retomando ao uso da imagem nas religiões, Joly (1995) destaca que para as religiões judaico-cristãs a imagem está ligada a questão da proibição bíblica em fabricá-las e prostrar-se adiante delas. Por isso, o Ocidente no século IV ao VII d.C passou por uma divisão entre iconófilos e iconoclastas, surgindo diversos questionamentos acerca da natureza divina da imagem.

Por isso, a imagem pode ser considerada um instrumento de comunicação, confundindo-se ou assemelhando-se com o que representa. Visualmente imitadora, como ressalta Joly (1995), ela pode tanto educar como enganar, e até mesmo levar ao conhecimento. Ainda assim, será sempre complexa e despertará em nós muitas curiosidades, dúvidas e medos, por que aos nossos olhos parece ter poderes mágicos.

Nesse sentido, Campos (2007) diz que as expressões que os sujeitos assumem hoje são o resultado de uma memória construída historicamente, ou seja, do desenvolvimento das culturas ao longo dos tempos. Dessa forma, podemos então fazer uma primeira conclusão, um pouco arriscada, é claro, de que o conceito da palavra possui um carácter histórico e social.

Joly (1995) aborda que há um senso comum em relação á palavra, ao ponto em que se chega a afirmar que a imagem está diretamente ligada à mídia e à publicidade, sendo portanto “invasora, imagem onipresente, aquela que se critica e que, ao mesmo tempo, faz parte da vida cotidiana de todos e é a imagem da mídia” (p. 14), o que leva a autora a esclarecer que essa ligação não é correta. Primeiro por que a publicidade não se encontra apenas na televisão e quando ocorre, esta apenas funciona como suporte. Depois pelo fato de existirem imagens fixas e animadas, ou seja,

[...] considerar que a imagem contemporânea é a imagem da mídia - e que a imagem da mídia por excelência é a televisão ou vídeo – é esquecer que coexistem, ainda hoje, nas próprias mídias, a fotografia, a pintura, o desenho, a gravura, a litografia, etc., todas as espécies de meios de expressão visual que se consideram imagens (JOLY, 1995, p. 15).

Por isso, deixemos de lado a noção de que a mídia contempla todos os tipos de imagem ou de que “ela é a imagem”, pois existe uma diversidade de imagens contemporâneas, que não surgiram com a televisão e tão pouco com a publicidade. Assim, o termo “imagem” é, ao mesmo tempo, complexa e contraditória, que vai da diversão à sabedoria, da imobilidade ao movimento, da religião à distração, da linguagem à sombra.

Enfim, apresentaremos a alguns conceitos de imagem, lembrando que Joly (1995) explica que o termo possui inúmeros significados. Para tanto, é necessário que se compreenda que a noção de imagem adquire diferentes sentidos e é de difícil defini-la com precisão. Para compreendê-la basta ainda ater-nos ao “sentido social e cultural da imagem, ao contexto histórico que situa o modo como as imagens são fabricadas, usadas e entendidas pelo homem” (CAMPOS, 2007, p. 28).

Joly (1995) trata a imagem como construção de sentido que se dá na coletividade, motivo pelo qual se pressupõe que este termo esteja histórica e culturalmente enquadrado, sendo aplicado de maneiras diferentes em cada época. Assim, a autora informa que o termo deriva de uma cadeia histórica, que é produto de ramificações diversas com origens nos usos, costumes e entendimentos que contribuem para moldar a forma como entendemos a palavra e as associações que a ela atribuímos. Assim, a autora designa imagem como:

Compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços do visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece (...) Apercebemo-nos que a imagem seria já um objeto segundo, em relação a uma outra que ela representaria de acordo com algumas leis particulares (JOLY, 1995, p. 13-14).

Campos (2007) aborda a imagem como uma grande família, passível de ser estudada a partir da sua árvore genealógica, sendo que para ele existem versões mais ou menos legítimas do conceito. A partir da imagem enquanto semelhança, o autor trata de cinco ramos das imagens: imagem gráfica (desenhos, estátuas); imagem óptica (espelhos, projeções); imagem perceptiva (aparências, informação

sensorial); imagem mental (memórias, ideias, sonhos, etc.) e imagem verbal (metáforas, descrições).

No entanto o autor citado anteriormente ressalta que o entendimento geral sobre as imagens aponta para uma versão legítima delas, “aquelas que assim são denominadas no seu sentido literal (as imagens gráficas e ópticas) e aquelas que apenas assim são entendidas no sentido metafórico (imagens perceptivas, mentais e verbais)” (CAMPOS, 2007, p. 31). Já na parte ilegítima as imagens são caracterizadas por não serem estáveis ou permanentes como as imagens reais, serem por vezes abstrações sem correspondente real, não serem apenas visuais, podendo envolver todos os nossos sentidos.

Dessa maneira, os diferentes territórios em que a imagem é fabricada possuem uma lógica interna própria, marcada por convenções estilísticas, elementos simbólicos e modos de produção, que podem afetar o significado transportado. Toda imagem é produzida em um contexto, traz em si estratégias enunciativas, ou seja, ela não é construída por acaso, mas possui uma intenção, já que ela é carregada de sentido. Como consequência, podemos dizer que a imagem é uma forma de comunicação:

Longe de proporcionar uma janela transparente para o mundo, as imagens são agora entendidas como o tipo de signo que apresenta uma enganadora aparência de naturalidade e transparência, ocultando um mecanismo de representação opaco, distorcido e arbitrário, um processo de mistificação ideológica (MITCHELL, 1986, p. 8, apud CAMPOS, 2007, p. 35).

A imagem é, portanto, polissêmica, dúbia e codificada, é apreendida e compreendida conforme os padrões de fabricação e de leitura, que envolvem linguagens e códigos de comunicação complexos. A imagem socialmente produzida pode funcionar como um texto, habitando um espaço vivo, culturalmente estruturado em torno de códigos e padrões de comunicação (CAMPOS, 2007).

Dessa maneira, podemos concluir que em cada fase da história alguns modos de representar, de fabricar e entender as imagens, são dominantes, entendidos como a forma natural de retratar a realidade. Não obstante, passando pela igreja, pelo poder político, pelo mundo artístico, pela ciência ou pelos meios de comunicação de massas, a história das imagens está marcada por momentos de hegemonias, confrontos e convergências, de forças que procuram impor certas visões do mundo e um sistema visual determinado.

As imagens às quais recorreremos para traduzir as nossas relações com o mundo, o olhar que a ele dirigimos, apenas são operatórios para um tempo e um espaço limitados (SAUVAGEOT, 1994). Isso quer dizer que

determinadas formas de representar, tecnologias, técnicas e formas de expressão utilizadas, variam em função das culturas e da história. O mesmo acontece com as formas materiais que nos circundam e são fabricadas pelo homem. O espaço e os objetos são trabalhados de acordo com determinados modos de perceber e entender o mundo, de imaginários e esquemas mentais consolidados (CAMPOS, 2007, p. 48).

Disso decorre o fato de Sauvageot (1994) defender que matéria, razão e olhar são fatores interligados, por isso, para uma determinada ordem das formas, corresponde uma determinada ordem do espírito.

1.1 ANÁLISE DAS CAPAS DAS REVISTAS

Uma imagem pode provocar em nós diversas reações, contudo, muitas vezes, ela passa despercebida por nós.

Antes do surgimento da fotografia, em que se acreditava que a técnica retratava o que realmente era a realidade, as imagens eram usadas para construir uma determinada ideia do fato ocorrido, ou seja, ficava por conta do senso comum de que “uma imagem vale mais que mil palavras” apresentar a “verdade” sobre os fatos.

Contudo, atualmente, quando as imagens estão associadas a um desejo, as elas passam a possuir uma intenção modificadora, com enunciados transformadores, que não deixam de ter seu papel ideológico na criação de arquivos do imaginário, através de imagens que são representativas e comprobatórias. Segundo Sontag (2003), esse conjunto imagético engloba aspectos socioculturais que desencadeariam pensamentos previsíveis.

A imagem possui, portanto, diversos discursos que estão subentendidos. Assim, as imagens fotográficas fazem parte de um conjunto imagético e, por isso, adquirem uma outra carga simbólica. Esta alteração de um significado simbólico particular para outro mais amplo, que foi constituído pelo conjunto imagético, determina a perda de uma significação à priori. Mesmo o signo da imagem

fotográfica permanecendo o mesmo quando de sua inserção na construção e legitimidade do discurso de uma instituição, ela perde aquele valor simbólico de seu enunciado inicial. É importante lembrar que a imagem toma sentidos plurais, o que possivelmente não tenha sequer sido imaginado por aquele que produziu o objeto em questão, isto é, a fotografia primária.

No caso das duas revistas estudadas, a escolha das cores, os ângulos sob os quais é colocado o goleiro Bruno, a luz disposta sobre ele, enfim, os diversos aspectos mobilizados na construção da capa podem suscitar a construção de sentidos plurais para os leitores.

O trabalho fotográfico, conforme Pinto (2002), é importante pelo fato de transformar imagens em discursos. Entre uma das técnicas mais utilizadas nesse processo, e que o autor destaca, é o enquadramento. Na revista *Veja*, o Goleiro Bruno há um enquadramento do mesmo voltado para o leitor, ou seja, Bruno olha fixamente na imagem como se seu olhar viesse de encontro aos nossos olhos, passando confiança, ou até mesmo como o olhar de um menino assustado, desprotegido. Já no caso da revista *Época*, o goleiro é enquadrado em dois ângulos, aparecendo de frente e de lado. Já aqui, seu olhar é desafiador e altivo, sendo que ainda é priorizada na imagem uma régua que mede sua altura, que indica a presença do acusado na delegacia, no momento em que foi preso.

Assim, essa opção pelo enquadramento do goleiro feito pelas duas revistas, principalmente na revista *Veja*, deixa diversos traços de enunciação ao passar do icônico da foto para o iconográfico do discurso fotográfico.

Pinto (2002) ressalta a importância de analisarmos os recursos semióticos presentes nos textos, por isso, ao observamos a forma como foi colocada a foto de Bruno Fernandes nas capas e quais as cores que mais predominavam podemos levantar algumas considerações.

Na Revista *Época* (2010) está a imagem de Bruno ao ser preso colocada em um fundo preto, cor que nos direciona a sentimentos que causam horrores. Logo abaixo, a palavra “indefensável” é disposta na página em tamanho grande e na cor branca, que vai de um lado a outro na capa, de forma que o leitor direcione sua visão diretamente para a palavra, já indicando aproximadamente que discursos ou posicionamentos serão vistos nas páginas que abordam sobre a reportagem. Outra afirmação também é feita próxima a imagem de Bruno, que é a que indica “as novas

confissões e os detalhes *macabros* do *crime* que chocou o Brasil e levou um ídolo do futebol para a cadeia” (ÉPOCA, 2010), ou seja, há a afirmação, por parte da revista, que o crime foi concretizado, apropriando-se indevidamente da voz de milhões de pessoas, quando diz que o fato chocou todo o país. Assim, a imagem aliada às pistas lingüísticas presentes na capa apontam Bruno como culpado pelo crime.

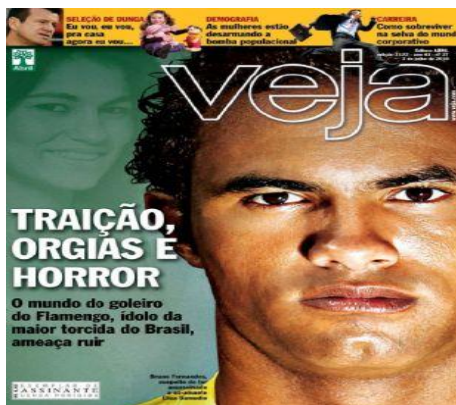
Figura 1 – capa da revista Época



Fonte: <http://www.google.com.br/imgres>

Já na revista Veja (2010), as escolhas das cores e de imagens se tornam menos impactantes. Há a imagem de Bruno Fernandes disposta por quase toda a capa, em que aparece seu rosto com a expressão fechada ou de “mau”, com as afirmações: “Traições, orgias e horror – o mundo do goleiro do Flamengo, maior torcida do Brasil, *ameaça* ruir”. Aqui já não há a afirmação categórica de que foi ele o autor do crime, mas que configura-se apenas como uma “ameaça”, e que os fatos podem ser confirmados ou não. As cores utilizadas na capa da revista também são mais suaves, com um tom de verde claro, com uma foto pouco nítida de Eliza Samúdio sorrindo. Na verdade, bem mais que as palavras, como na revista Época, o rosto de Bruno é colocado em evidência. Parece, em primeiro instante, que a revista coloca a imagem do rosto dele bem fixo nos olhos do leitor para que este tire suas próprias conclusões acerca do caso, após “olhar nos olhos” do goleiro, eximindo-se de afirmar ou não a culpa do acusado.

Figura 2 – capa da revista Veja



Fonte: <http://www.google.com.br/imgres>

A imagem de Eliza Samúdio também merece destaque nessa observação, pois apenas a revista *Veja* utiliza uma foto dela, contudo, ao fundo da capa, por traz da imagem do goleiro Bruno. A *Época* não coloca nenhuma foto de Eliza na capa, provavelmente para manter a atenção do leitor voltada apenas para o goleiro, culpabilizando-o pelo suposto crime.

Através da análise das duas capas das revistas *Época* (2010) e *Veja* (2010), percebemos então que trata-se do que Pinto (2002, p. 62) chama de “duas variantes possíveis dentro da mesma formação discursiva”, pois enquanto a primeira vê Bruno como o autor do crime “macabro”, a segunda analisa como uma possibilidade a ser confirmada ou não.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As imagens são consideradas o primeiro meio pelo qual o homem possivelmente tenha se comunicado, estando atrelada à religião, à arte, enfim, elas são construídas histórica e culturalmente.

Quanto aos conceitos para o termo imagem existem muitos, mas o que se sabe é que todos a tratam como algo que parece ter vida própria e que ainda levanta dúvidas e medo no homem.

As imagens que são dispostas em capas de revistas, por exemplo, não são colocadas aleatoriamente, pois a forma como um produtor enquadra a imagem, as cores utilizadas, o foco de luz, a posição da foto, tudo diz algo e faz com que o receptor construa diversos sentidos, mesmo que esses não tenham sido pretendidos ou colocados propositalmente pelo produtor inicial.

No caso das duas revistas analisadas, a *Época* faz o uso de cores mais fortes e pega um ângulo de Bruno em que ele aparece com um olhar desafiador, fazendo com que o leitor atribua juízos de valor ao caso. Já no caso da revista *Veja*, as cores utilizadas são mais amenas e a foto de Bruno que é colocada aponta para um sujeito desprotegido, possivelmente incapaz de matar alguém.

Por fim, vale dizer que, a construção ou os sentidos atribuídos às imagens partem do receptor, sendo que cada um pode fazer uma leitura diferente, portanto, os sentidos da imagem não se fecham, mas vão sendo construídos e reconstruídos.

Abstract: The image can elicit the construction of several directions by the receiver. Therefore, we say that it is not done without pretension, but it has a purpose, or purposes, and depending on how it is prepared, especially the covers of magazines, can bring up many speeches. Therefore, this study aimed to identify the discursive statements published by two leading Brazilian magazine *Veja* and *Época*, when dealing with the case of Goalkeeper Bruno and the supposed death of Eliza Samudio in 2010. Thus, one can see that the two magazines used the "power" of photographic images with all its symbolic to characterize or (de) construct the figure of Goalkeeper Bruno and, to a lesser extent, of Eliza Samudio.

Keywords: *Época*. *Veja*. Goalkeeper Bruno. Production of meaning. Picture.

REFERÊNCIAS

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BRAGA, Maria Laura. Eliseo Verón. In: **Seis semiólogos en busca Del lector**: Saussure, Peirce, Barthes, Greimas, Eco, Verón. La crujiá, 19??.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise do discurso. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

Revista **VEJA**, 7 de julho de 2010. Edição 2172 – ano 43 – número 27.

Revista **ÉPOCA**, 12 de julho de 2010. Número 634.

SANTOS, Ricardo de Oliveira. **Pintando a cidade**: uma abordagem antropológica ao graffiti urbano. Tese de doutoramento apresentado à Universidade Aberta do Brasil. 2007. 512p.

SAUVAGEOT, Anne. **Voirs e savoirs**: Esquisse de une sociologie du regard, Paris: Presse Universitaires de France, 1994.

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