

FOTOGRAFIA, INFORMAÇÃO E DESINFORMAÇÃO: O REALISMO FOTOGRÁFICO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Photography, Information and Disinformation. Photographic realism in the field of communication

Fotografía, Información y Desinformación. Realismo fotográfico en el campo de la comunicación

Thaís de Mendonça Jorge¹
Duda Bentes²

DOI: doi.org/10.31501/esf.v1i29.14897

Resumo: A fotografia é considerada uma arte mecânica. O objetivo do trabalho é explorar as concepções acerca da fotografia e pensá-la como objeto comunicacional, examinando sua relação com os conceitos de realismo e objetividade, informação e desinformação. Tomamos como princípio que a fotografia é um elemento de persuasão nos meios de comunicação por seu caráter realista e por contribuir com o "efeito de real". Assim discutimos se o que chamamos fotografia é o que o termo promete - escrita da luz.

Palavras-chave: Comunicação. Desinformação. Fotografia. Informação. Real.

Abstract: Photography is considered a mechanical art. The objective of the work is to explore conceptions about photography and think of it as a communicational object, examining its relationship with the concepts of realism and objectivity, information and disinformation. We take as a principle that photography is an element of persuasion in the media due to its realistic character and because it contributes to the "real effect". We discuss whether what we call photography is what the term promises - light writing.

Keywords: Communication. Disinformation. Photography. Information. Real.

Resumen: La fotografía se considera un arte mecánico. El objetivo del trabajo es explorar concepciones sobre la fotografía y pensarla como un objeto comunicacional, examinando su relación con los conceptos de realismo y objetividad, información y desinformación. Tomamos como principio que la fotografía es un elemento de persuasión en los medios de comunicación por su carácter realista y porque contribuye al "efecto real". Entonces discutimos si lo que llamamos fotografía es lo que promete el término: escritura de luz.

Palabras-clave: Comunicación. Desinformación. Fotografía. Información. Real.

¹ Doutora; Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. thaisdemendonca@gmail.com | <https://0000-0002-7995-7838>

² Doutor; Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. bentes@unb.br | <https://orcid.org/0000-0002-3114-6606>



Introdução

O desenvolvimento da fotografia se deu como forma de facilitar, mecanizar e automatizar a realização de matrizes gráficas para a reprodução de ilustrações em livros e para produzir toda sorte de material impresso. Para os artistas, a fotografia é uma arte prática que substitui a gravura como forma de produção e reprodução das imagens figurativas e se torna objeto de fruição estética com qualidades próprias, somando-se às formas tradicionais de expressão. Ao mesmo tempo, a fotografia pode ser considerada uma arte mecânica por oferecer-se como meio técnico de ilustração de textos impressos e eletrônicos. A fotografia e o fotográfico se impõem entre as práticas de representação – como forma de produção e reprodução técnica das imagens –, que têm na própria fotografia o fundamento de seu sistema de codificação.

A fotografia poderia ser tomada como um objeto comunicacional? Não hesitamos em dizer que sim, e esta será a perspectiva defendida neste artigo. A base para esta afirmativa nos parece ser a particularidade de sua função nos produtos de comunicação: a capacidade e o sentido da ilustração de textos ganham um novo caráter com a fotografia e a reprodutibilidade técnica. A imagem fotográfica se oferece como nova figura de linguagem, assume novas funções, ocupando o lugar até mesmo da descrição, exemplificação e detalhamento.

Certamente isso não é novo, as obras de arte já cumpriam esta função há tempos. As gravuras inauguraram a reprodução mecânica das imagens como signos articulados com os textos, formando um conjunto singular, característico do impresso. Entretanto, sua produção estava limitada à escala do trabalho manual humano, ao passo que a fotografia colocou uma nova forma de produção, ditada pela

indústria movida a vapor e a eletricidade, que dispensam (em parte ou no todo) a mão humana. A fotografia descortinou o caminho para o desenvolvimento de um sistema automatizado de codificação óptica, capaz de ser incorporado, mais tarde, às impressoras gráficas. Além disso, com o desenvolvimento das tecnologias elétricas, engendrou o cinema, penetrou nos meios eletrônicos de transmissão da informação - radiofoto e telefoto -, e se fez presente em outros meios de comunicação - televisão e vídeo. Hoje, com o desenvolvimento das tecnologias eletrônicas e digitais, a fotografia é um padrão de referência para a produção e reprodução de objetos que são publicados e compartilhados nos novos meios de comunicação - na internet e nas redes sociais.

Em termos epistemológicos, o que chama a atenção neste cenário é o fato de que os estudos sobre o caráter comunicacional da fotografia apareçam em menor número que os estudos artísticos. Talvez possamos atribuir isso à própria herança histórica da fotografia, às primeiras práticas e todo o debate que acompanhou sua entrada nas Belas Artes. Outra evidência é que o advento da fotografia é anterior ao nascimento do campo da Comunicação, cujo interesse está voltado mais para os grandes sistemas comunicacionais, dando pouca atenção às tecnologias de comunicação enquanto tais. Contudo, desde que a Comunicação se instituiu como campo de estudo, percebe-se o esforço de entender o caráter comunicacional da fotografia e outras tecnologias. Mesmo assim, poucas vezes a fotografia é vista como significativa em um sistema comunicacional propriamente dito.

E assim se estabelece o objetivo do presente trabalho: explorar as concepções sobre a fotografia, as reflexões teóricas que permitem pensar a fotografia como objeto comunicacional. O artigo apresenta-se mais como uma reflexão ensaística sobre a fotografia e sua relação com a comunicação

contemporânea, os conceitos de realismo e objetividade, a informação e a desinformação como parte de nosso cotidiano. Tomamos como princípio que a fotografia constitui um elemento de persuasão retórica nos meios de comunicação de massa por seu caráter realista (Bazin, 1991) e contribui para o significado de uma dada realidade, o "efeito de real" (Barthes, 2004, p. 163-190). Assim sendo, a fotografia dá sequência à tradição realista entre as Belas Artes e o fotográfico, e se firma como um valor objetivo para a representação do real. Podemos tensionar a fotografia como técnica, objeto estético, bem como seus produtos - que simulam o fotográfico -, para tentar descobrir se o que hoje chamamos foto ou fotografia é realmente o que o termo promete - escrita da luz?

1. A fotografia e a nova era

No início, o potencial comunicativo da fotografia era semelhante ao do manuscrito, do desenho, da gravura, ou mesmo da pintura. Servindo-se de suportes variados – no metal (daguerreótipo, ferrótipo), no vidro (ambrótipo, colódio), ou no papel (calótipo, albúmen e gelatina) –, a fotografia funcionou como um elemento de contato interpessoal, como objeto de culto, descoberta e memória. Em um segundo momento, com a racionalização dos processos e a disponibilidade de novos reagentes químicos, novos suportes e novos dispositivos, a fotografia se fez reproduzível, empregando sua capacidade de gerar cópias, mas ainda na condição de manufatura, processo artesanal envolvendo a habilidade humana. Nesse segundo estágio de desenvolvimento, o colódio e a chapa de vidro, os ampliadores e os projetores de luz lhe conferiram unidade, o que permitiu a multiplicação das cópias e sua expansão como prática social.

Um terceiro momento se abre quando o processo fotográfico é incorporado às tecnologias de impressão gráfica, inaugurando a geração das fotogravuras, hibridização tecnológica que permitiu reproduzir em escala industrial a “imagem real” formada e registrada em uma câmera escura. Desenvolveram-se os métodos fotomecânicos que permitiram a impressão da imagem fotográfica em meio ao texto e sobre qualquer suporte. Dessa forma, a imagem fotográfica passou a constituir mais um elemento gráfico a compor as mensagens em periódicos e outros meios de comunicação impressos.

Foi por volta de 1890 que os métodos de reprodução fotomecânica conseguiram substituir a gravura em madeira (Lemagny & Rouillé, 1986). Assim, com o desenvolvimento das técnicas de reprodução da imagem, a fotografia inaugurou uma nova era para a comunicação social (Benjamin, 1986a; 1986b): a era do homem gráfico, em contraste com o homem tipográfico (McLuhan, 1969). A fotografia estabelece, nesse terceiro momento, um novo padrão de representação da realidade. Tecnicamente falando, lembremos que a fotografia tornou viável a produção e a reprodução de imagens de forma automática, promovendo sua multiplicação em escala industrial, com maior precisão nos detalhes e menor custo de operação. De um lado, nas Belas Artes, ela foi incorporada devido à nova e particular experiência estética que proporcionou. De outro lado, no campo da ciência, a fotografia é um novo instrumento de registro e de observação (ilustração, descrição e comparação). Passou a ser utilizada como recurso de pesquisa e como meio de comunicação, porém, de forma bastante limitada, se comparada às gravuras que ocupavam lugar certo nos meios impressos: jornais, cartazes, etc.

No ambiente social, como um terceiro campo de aplicação, a fotografia auxiliou na circulação de visões do mundo, tal qual um desenho, uma tela pintada ou uma gravura em fólio já faziam. Incorporou-se, então, aos ritos sociais mundanos, na forma de cartão postal, retratos de personalidades e até imagens estereoscópicas - técnica de ilusão de óptica, na qual duas imagens bidimensionais complementares são empregadas conjuntamente, criando uma sobreposição e a ilusão de uma única imagem tridimensional. Como todo processo técnico padronizado, a reprodutibilidade técnica está relacionada a processos de edição que tendem a reduzir as possibilidades interpretativas das mensagens. Para o bem ou para o mal, do indivíduo ou da sociedade, a fotografia proporciona eficiência aos processos de produção e reprodução das imagens, como signo arbitrado e de sentido comum, e proporciona maior controle dos processos de significação da mensagem visual nos meios de comunicação.

Os processos fotográficos viabilizaram também a invenção do cinema que, originalmente, foi concebido como um meio de comunicação visual por excelência. Nesse estágio, a fotografia tem suas características expandidas ao hibridizar-se com as novas tecnologias mecânicas e elétricas. Se a reprodutibilidade técnica inerente à fotografia já trazia em si o regime do símile (simili) – a qualidade do que se mostra semelhante, –, a vulgarização, de outra parte, é um efeito direto dessa hibridização (Lemagny & Rouillé, 1986, p. 31-34).

2. Das ambiguidades

Nos dicionários, a fotografia é definida como “uma técnica ou arte de registrar imagens” e também o produto que daí resulta (Aulete Digital, s.d.). Fotografia é uma “escrita”, um desenho que se opera a partir da imagem formada pela luz refletida de um objeto para dentro de uma câmera escura, através de um pequeno orifício, o que na física óptica se denomina “imagem real”. Contudo, se fotografar é o ato de desenhar ou escrever com a luz, a intenção do fotógrafo dá sentido às imagens apreendidas da Natureza, conjugando-a com as imagens da Cultura, em “uma operação progressiva da cabeça, do olho e do coração para exprimir um problema, fixar um evento ou impressões” (Cartier-Bresson, 2004, p. 17). Embora Cartier-Bresson tenha se referido, neste trecho, ao ato de realizar uma reportagem fotográfica, sua observação cabe a todo e qualquer ato fotográfico.

Todas essas definições estão interligadas, mas, para nós, indicam as ambiguidades da fotografia e seus efeitos em relação à sociedade e à comunicação social. A fotografia é ambígua por ser, ao mesmo tempo, uma técnica de representação mecânica (representação objetiva) e uma forma de expressão de diferentes realidades (representação subjetiva); representação da realidade que se vê com os olhos (empíria) e da realidade que se “vê” com a mente. Ela também é ambígua por ser capaz de despertar interesse em correntes de pensamento tão contraditórias como o positivismo, que tem a fotografia como forma de conhecimento objetivo (“imagem real”), e o romantismo, que questiona a objetividade fotográfica como valor, a distinguir a fotografia de outras artes (“imagem imaginada”).

A fotografia conjuga realidade, fantasia e abstração (Janson, 1992), e confunde os observadores mais exigentes que captam sua objetividade aparente e sua inerente subjetividade. De fato, é difícil citar

todos os sentidos que podem se apresentar desde a produção da imagem até o produto que circula no meio social. Ela é a imagem fixada na câmara escura cuja informação tem-se como objetiva, mas que está sujeita à subjetividade de seus operadores. Desde o advento, ela se estabelece como padrão para as representações que se querem verossímeis, forma de enxergar e representar o mundo de acordo com os ideais da modernidade. A fotografia não é apenas um dispositivo técnico, é fruto de uma sociedade que valoriza a criação artística e a racionalização dos processos de conhecimento. Podemos interpretar a fotografia como invenção tecnológica, no sentido de que oferece novo método de registrar imagens e nova forma de expressão comunicativa. Manifesta-se ainda a tecnicidade e a expressividade da fotografia, que possibilita a tomada de uma realidade conjugada com a natureza e a cultura. Como experiência, a imagem fotográfica se oferece à fruição estética e à descrição analítica, portanto, como objeto de arte e de comunicação.

Por último, ainda temos a “fotografia” como simulacro de uma imagem fotográfica original. Uma imagem que reproduz a fotografia sem ser, ela mesma, uma fotografia propriamente dita: um tipo de imagem que reproduz a experiência do fotográfico, mas que tem por base outra tecnologia de representação, como a similitravura (halftone printing). Neste caso, o termo fotografia, tem seu significado ampliado para além do que expressa seu nome; passa a denominar toda “reprodução, descrição ou cópia exata e minuciosa de algo ou alguém” (Aulete Digital, s.d).

Em outras palavras, nem tudo o que chamamos “fotografia” é uma imagem fotográfica no estrito senso. A imagem pode parecer uma fotografia, ou mesmo tê-la na sua origem, entretanto, é uma imagem de outra natureza técnica, que se produz e se reproduz de outras formas preservando as

qualidades de uma fotografia: os meios-tons e os detalhes, seu realismo, o fotorrealismo. Um bom exemplo são as “fotografias” que compõem a maioria dos produtos impressos e eletrônicos dos meios de comunicação de massa.

3. A fotografia como objeto de pensamento

Como tratar a fotografia: objeto empírico ou objeto teórico? Cada disciplina terá, certamente, uma resposta alinhada à sua tradição. A Sociologia proporá uma interpretação de estatísticas referentes à utilização da fotografia no meio social (Bourdieu, Boltanski, Castel, & Chamboredon, 1965). A História procurará os documentos (e monumentos) que permitam construir um relato sobre o passado da fotografia e seu valor heurístico (Kossoy, 2003). A Semiótica descortinará o valor da fotografia como signo e seus significados para a sociedade (Santaella & Nöth, 1998).

No geral, a abordagem teórica tende à desconstrução do realismo fotográfico e acaba por propor análises abstratas que afastam a fotografia de suas características mais centrais, fenômeno de uma sociedade fundada na racionalidade técnica. De outra parte, se o realismo fotográfico é sempre lembrado, é para ser colocado em questão. Esquece-se que o realismo fotográfico está diretamente ligado ao fenômeno da visão e às qualidades físicas da luz, que a Óptica estuda e descreve. Por seu turno, a fotografia reproduzida nos meios de comunicação contribuiu de forma significativa para o desenvolvimento da indústria cultural e o comércio dos produtos impressos. Em suma, mesmo que haja um intenso debate sobre a irrealidade fotográfica, isso não impede que ela seja uma presença concreta

em nosso dia-a-dia e que se torne um elemento típico de nossa sociedade, com vasta gama de usos, que vão desde a memória pessoal até o controle social.

Destacar estes aspectos nos leva a abordar a fotografia como fenômeno comunicacional e a enfatizar sua vocação como meio de comunicação. Recolhidas da Natureza pela técnica, as imagens são introduzidas no meio social e instauram novas formas de vínculo, tal como acontece com outros meios de comunicação, já que a sociedade moderna se apoia nessas tecnologias para a integração. Por esse viés é possível abordar a fotografia como meio de comunicação completo, e como procedimento técnico que compõe outros meios de comunicação, formando híbridos, tal qual o cinema (audiovisual) e a fotografia de imprensa (fotojornalismo, fotografia publicitária, etc.). A fotografia também se tornou uma instituição, no sentido de que atende às necessidades sociais de representação da realidade e do imaginário. Tudo isso caracteriza a fotografia como processo comunicativo no interior da cultura de massa, o que nos leva a fixar nossa base interpretativa no quadro teórico desenvolvido pela Comunicação.

Um grande obstáculo para pensar a fotografia é acreditarmos em sua aparente simplicidade, ideia que talvez tenha fundamentos na mecanicidade e no automatismo de produção da imagem fotográfica. A princípio, estamos diante de um mecanismo que não exigiria nada mais que a leitura de manuais técnicos, dispensando habilidades artísticas e intelectuais do operador, de modo que temos uma arte mediana entre o erudito e o popular. A fotografia prosperou como indústria e comércio, vulgarizando a imagem e reforçando a ideia de sua banalidade. O célebre lema da maior indústria e prestadora de serviços fotográficos, a Kodak, em 1888, nos dá um bom exemplo: “Você aperta o

botão, nós fazemos o resto” (Collins, 1990, p. 57). Dessa forma, naturaliza-se a fotografia como objeto técnico, de fácil manuseio, cuja prática se faz acessível a qualquer pessoa, dotada ou não de habilidades artísticas e intelectuais. No entanto, apesar de sua simplicidade, a fotografia também é uma tecnologia de poder, que transforma a relação dos seres humanos com a imagem.

4. A fotografia como objeto epistêmico

Examinemos a questão de que a fotografia é falha, errônea, incapaz de representar um objeto como um todo, já que nos oferece uma faceta do objeto. Ao contrário, pensemos sobre o objeto de conhecimento. Tal como “um objeto fotografado se apresenta diferentemente aos olhos do espectador, ela, como objeto de estudo, não é o mesmo para os diferentes campos do saber” (Bentes, 2016, p. 455). Um objeto de estudo interdisciplinar (ou multidisciplinar) é um objeto amorfo que, muitas vezes, se perde em paradoxos e ambiguidades, reconhecem Martino e Boaventura (2013). Com efeito, a visão interdisciplinar do campo da Comunicação vem definindo a fotografia como objeto estranho e secundário. Estranho, porque é vista como arte mediana, sem merecer atenção enquanto fenômeno de interesse social. E secundário, porquanto é apenas pretexto para outros estudos, e a fotografia propriamente dita não é a questão.

Um exemplo: na análise de uma ação de propaganda (DeFleur, 1976, p. 156-157), ela se apresenta como simples veículo de ideologias e/ou práticas de persuasão, o que nos leva à análise política ou psicológica. Acontece o mesmo com outras áreas de conhecimento, como a sociologia, em que a fotografia é um “lugar” para observar as relações de classe e fenômenos como a identidade e a

distinção social; aí é tomada como objeto de estudo sociológico e não por si mesma (Bourdieu, Boltanski, Castel, & Chamboredon, 1965, p. 17).

Admitir esta variedade de possibilidades significa dizer que os campos têm interesses particulares e suas contribuições são desiguais. E entre os campos que mais contribuem para a reflexão está o campo da Arte. Nele a fotografia é instrumento de expressão apesar de, ao mesmo tempo, a fotografia ser desqualificada em alguns dos aspectos que lhe são mais próprios: 1) em sua função primeira, como representação dos entes naturais e sociais; 2) como escrita da luz e produção de uma imagem objetiva ou real; 3) em sua capacidade de reprodução técnica (multiplicação das cópias). Essas seriam qualidades mecânicas que tenderiam a ocultar o artista como aquele que cria um objeto para uma experiência estética particular. Assim, o realismo e a reprodução mecânica são desvalorizados por se apresentarem como cópias do mundo material: ao contrário, a obra de arte deve ser uma criação que represente o espírito, isto é, a imaginação.

Como observador da cultura contemporânea, Walter Benjamin desenvolve uma crítica dos valores que imperam na indústria cultural. Em seu texto Pequena história da fotografia (1986a), o autor apresenta os fundamentos da reprodutibilidade técnica, mostrando como esta se sobrepõe ao valor de exposição da obra de arte e desloca seu valor de culto. Assim, a aura de uma obra cederia lugar ao valor de exposição nos meios de comunicação, a partir de sua reprodução fotográfica – que pode ser considerado um estágio intermediário entre o objeto e a reprodução em série. Já em A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica (1986b), a fotografia se apresenta como significativa, mas se perde como elemento constitutivo da nova forma de expressão do cinema. Desse modo, a fotografia ganha

autonomia como forma de expressão e passa a ter um espaço em si: os meios de comunicação impressos e o próprio cinema que ajudou a inventar.

Marshall McLuhan destaca a fotografia como meio de comunicação de massa: ela não somente faz a publicidade dos produtos da indústria cultural; também induz a novas formas de relações sociais. Sua contribuição para o pensamento relacionado à fotografia está no capítulo "A fotografia: um bordel sem paredes", um dos capítulos do livro clássico *Understanding Media (Os meios de comunicação como extensões do homem)*, publicado em 1964. Observando a imagem fotográfica reproduzida nos meios de comunicação impressos, ele chama a atenção para dois fenômenos: a transformação do ser fotografado em um objeto de consumo; e, de outra parte, a reestruturação da relação do tempo com o espaço nas representações gráficas. Os efeitos e consequências das transformações induzidas pelos meios de comunicação poderiam ser percebidas no dia-a-dia com as alterações de hábitos e costumes, ditados pela moda e em outras atividades como as viagens de turismo, o que tornaria a fotografia e o ato fotográfico uma marca para a comunicação social.

Pensador que procura sistematizar o processo de significação da imagem fotográfica em meio aos textos, Roland Barthes, como coordenador da revista *Communications*, da *École des Hautes Études em Sciences Sociales*, tinha uma ligação institucional com aqueles que refletem sobre os meios de comunicação. Nesse veículo ele publica seus trabalhos sobre a fotografia de imprensa – o fotojornalismo e a fotografia publicitária. Utilizando-se de um referencial teórico próprio, Barthes analisa a imagem fotográfica impressa em jornais e revistas, atribuindo a ela a condição de signo, tal qual o signo linguístico, no qual significantes e significados são articulados para a construção de sentido. Isso

Ihe permite identificar na fotografia um caráter denotativo que, por sua vez, se faz conotação nos discursos que primam por uma representação objetiva. Para ele, a imagem fotográfica funciona como sintagma que indica a presença de um referente. Assim, a fotografia é vista como unidade sintática que ficaria situada entre a palavra e a oração, expressando um significado não formulado, numa situação por ele definida como o "efeito de real" (2004, p. 178).

Para Baudrillard (2002), a tecnicidade da fotografia é a chave para seu segredo; no entanto, isto não se encontra nos manuais, nem faz parte do senso comum. Jean Baudrillard pertence a uma nova geração de pensadores e a fotografia Ihe serve para pensar as representações e relações sociais mediadas pelas tecnologias. Esse tipo de mediação coloca no plano do cotidiano uma situação de hiper-realidade, na qual as condições materiais da realidade vêm sendo substituídas por simulacros. Com trabalhos selecionados e apresentados em exposições, a condição de praticante da fotografia teve influência na sua atitude de observar os objetos enquanto signos, ao mesmo tempo em que experimenta a transmutação do signo em objeto. As fotografias acompanham alguns de seus textos, mas são uma forma de apartá-las das questões estéticas e aproximá-las das questões comunicacionais. Em suma, a fotografia o ajuda a compreender o fenômeno da reprodutibilidade técnica como manifestação de um mundo artificialmente representado.

Já Lev Manovich pensa o computador e seus programas como novo meio de figuração. Em *The Language of New Media* (2001), ele aborda a problemática da imagem digital, que já havia debatido em *The Paradox of Digital Photography* (2003). Nesse ensaio, ele afirma a superioridade da representação digital em relação à imagem fotográfica formada pelas lentes de uma objetiva. O paradoxo da fotografia

digital se apresenta quando nos damos conta de que ela, de fato, não existe, e que esta é uma imagem eletrônica degradada para que simule uma fotografia. O fotográfico se transforma em código para que uma imagem digital alcance um fim comunicacional em simuladores, jogos eletrônicos e animações cinematográficas. Assim, tem-se um controle eficiente da informação que se transforma em imagem para o consumo nas redes de computadores que fazem do virtual, algo real.

Fred Ritchin (2009) observou de perto as transformações que a tecnologia eletrônica e digital impôs nos fluxos de trabalhos dos fotógrafos desde que os computadores adentraram as redações de jornais e revistas. O autor se mostra assombrado com a possibilidade de que a fotografia, tal como praticada nos Estados Unidos e fundada no realismo fotográfico, venha a se desmoronar por conta de uma imagem que – por parecer com a fotografia – venha a se instaurar como modelo para as narrativas documentais e jornalísticas. Ele não deixa dúvida quanto à sua posição de defesa dos valores clássicos do fotojornalismo e da fotografia documental; os defende como parte do processo de construção e manutenção da sociedade democrática e dos direitos humanos. Assim, sua contribuição é a de chamar a atenção para os valores éticos relacionados à utilização da imagem fotográfica nos meios de comunicação, não importando qual tecnologia ela representa.

Conclusões

Na tentativa de identificar os aspectos comunicacionais da fotografia, colocamos em questão seu lugar na Comunicação como objeto de conhecimento. Para tanto, destacamos a vocação da fotografia como meio de comunicação que instaura novas formas de vínculo social, e assim

convergimos com a proposta sobre a especificidade da Comunicação como área de conhecimento, quando pensamos o objeto de estudo a partir da centralidade dos meios, entendidos como tecnologia do simbólico em nossa sociedade. Esta perspectiva é compatível com a inquietação presente em nossa pergunta inicial sobre o lugar da fotografia na Comunicação e nos leva à necessidade de aprofundar, do ponto de vista epistemológico, a distinção da fotografia enquanto objeto artístico e enquanto objeto comunicacional, discutindo os aspectos de realidade e irrealidade do objeto.

O aspecto comunicacional da fotografia pode ser confirmado no trabalho dos historiadores que constatarem e reconhecem sentidos próprios à Comunicação: o documentário fotográfico como informação; o fotojornalismo como um dado da atualidade; a fotografia publicitária e o consumo desenfreado de bens, inclusive de imagens; e a fotografia de propaganda estabelecendo uma visão de mundo. Outra contribuição importante da história da fotografia é a de mostrar seus primeiros usos como tecnologia comunicacional autônoma. Ainda no século XIX, a fotografia toma formas próprias da comunicação e, como verdadeira tecnologia comunicacional, ganha os espaços públicos com imagens da atualidade estampadas em revistas, jornais e exposições, a exemplo dos panoramas produzidos a partir da similligravura.

Decorridos quase dois séculos, a trajetória da fotografia coincide com a história do mundo contemporâneo. Sua descoberta atendeu aos desejos de fixar automaticamente as imagens formadas na câmera escura e de reproduzi-las como impressões gráficas. No entanto, o sucesso dessa empreitada só se completou na segunda metade do século XIX com o desenvolvimento da tecnologia de impressão dos meio-tons, atributos dos desenhos ou fotografias que permitem imprimir nuances dos

tons de cinza entre o preto (sombra profunda) e o branco (fonte de luz). Ao longo do tempo, a fotografia foi revelando todo o seu potencial comunicacional, inserindo-se no social como um bem simbólico, comum e universal.

Compartilhada socialmente, a fotografia inaugurou um novo padrão e um novo estilo para a representação da realidade, graças à sua capacidade de produzir cópias exatas. A reprodutibilidade técnica é uma característica dos meios de comunicação. Se estes multiplicam as mensagens para o social, a reprodução fotográfica torna-se um índice de atualidade das mensagens veiculadas. Podemos, portanto, afirmar que o novo padrão de imagem – o fotográfico – e a reprodutibilidade técnica são as marcas que distinguem a fotografia como objeto comunicacional.

A ideia que defendemos é que os aspectos comunicacionais que legitimam a Fotografia como objeto de estudo da Comunicação residem nas reflexões sobre a fotografia-meio e sobre o fotográfico-simulação. Assim, a fotografia é apresentada como uma tecnologia capaz de estabelecer a sincronia entre mentes no meio social e o fotográfico se apresenta como uma simulação da “imagem real” e de uma realidade. Entre os fatores comunicacionais da fotografia apontados neste trabalho estão: ser vetor de mobilização e coesão social, ser uma nova percepção da relação espaço-tempo, ser nova figura de linguagem inserida nas mensagens textuais. Ao se transformar em figuração para as novas visões de mundo e da imagem virtual, ela passa a ser tomada como objeto para as discussões sobre os valores humanos na contemporaneidade. No plano epistemológico, sem sombra de dúvida, existe lugar para a fotografia como fenômeno comunicacional, qualificado pela sua historicidade, pelos

pensadores identificados com os estudos dos meios de comunicação e pela sua presença na sociedade.

Se a fotografia é ou não a escrita da luz, hoje, a representação digital parece superar a própria imagem formada a partir de uma objetiva e de uma câmera escura: a representação digital é a primeira que vemos e não temos acesso aos códigos que a possibilitou e que nela produz o chamado "efeito de real". O que é o real? O que é a verdade? Simuladores podem transformar uma informação em desinformação. E isto pode acontecer também na fotografia. O intenso debate sobre a desordem informacional deve abranger também o domínio fotográfico, a fim de que novos padrões éticos e científicos sejam desenvolvidos.

Referências

- Aulete Digital. (s.d.). Fotografia. Acesso em 30 de novembro de 2023, disponível em Aulete Digital: <http://www.aulete.com.br/fotografia>
- Barthes, R. (2004). *O rumor da língua* (2ª ed.). Martins Fontes.
- Baudrillard, J. (2002). A fotografia ou A escrita da luz: literalidade da imagem. Em J. Baudrillard, *A troca impossível* (C. Lacerda, & T. D. Cunha, Trads., p. 143-150). Nova Fronteira.
- Bazin, A. (1991). Ontologia da imagem fotográfica. Em A. Bazin, *O cinema - Ensaios*. Brasiliense.
- Benjamin, W. (1986a). Pequena história da fotografia. Em W. Benjamin, *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (S. P. Rouanet, Trad., Vol. Obras Escolhidas 1, p. 91-107). Brasiliense.
- Benjamin, W. (1986b). A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Em W. Benjamin, *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (S. P. Rouanet, Trad., Vol. Obras Escolhidas 1, p. 165-196). Brasiliense.
- Bentes, D. (2016). Fotografia e Comunicação: uma reflexão fenomenológica do fotográfico na comunicação. Em A. F. Freitas, E. C. Gerales, V. Negrini, & (Orgs.), *Em busca da consciência metodológica: limites e possibilidades da pesquisa em comunicação* (p. 449-463). Baraúna.
- Bourdieu, P., Boltanski, L., Castel, R., & Chamboredon, J.-C. (1965). *Un art moyen: essai sur les usages sociaux de la photographie* (2ª ed.). Les Éditions de Minuit.
- Cartier-Bresson, H. (2004). *O imaginário segundo a natureza*. (R. Aguiar, Trad.) Editorial Gustavo Gili, SA.
- Collins, D. (1990). *The story of Kodak*. New York: Harry N. Abrams, Inc.
- DeFleur, M. (1976). *Teorias da comunicação de massa*. (M. A. Corção, Trad.) Zahar Editores.
- Janson, H. W. (1992). *História da arte* (5ª ed.). (J. F. Almeida, & M. R. Santos, Trads.) São Paulo: Martins Fontes.
- Kossoy, B. (2003). *Fotografia & História* (2 ed.). Cotia, São Paulo.
- Lemagny, J.-C., & Rouillé, A. (1986). *Histoire de la Photographie*. Paris: Bordas S.A.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press.
- Manovich, L. (2003). The paradoxes of digital photography. Em L. Wells (Ed.), *The photography reader* (pp. 240-249). Routledge.

Martino, L. C., & Boaventura, K. T. (2013). O mito da interdisciplinaridade: história e institucionalização de uma ideologia. *e-Compós*, 1-16. <https://doi.org/10.30962/ec.892>

McLuhan, M. (1969). A fotografia: o bordel sem paredes. Em M. McLuhan, *Os meios de comunicação como extensões do homem* (D. Pignatari, Trad., p. 214-229). Cultrix.

Ritchin, F. (2009). *After photography*. W. W. Norton & Company.

Santaella, L., & Nöth, W. (1998). *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. Iluminuras.